



www.ec-aiss.it

Testata registrata presso il  
Tribunale di Palermo  
n. 2 del 17 gennaio 2005  
ISSN 1970-7452 (on-line)

© EIC · tutti i diritti riservati  
gli articoli possono essere riprodotti a  
condizione che venga evidenziato che  
sono tratti da www.ec-aiss.it

## ***Master of None*: serie tv o food guide? Alla ricerca dei confini del genere, tra stereotipi italiani, filtri culturali e location gastronomiche<sup>1</sup>**

Lucio Spaziante

### **Abstract**

L'articolo riflette sul ruolo di mediazione culturale svolto da testi audiovisivi come le serie tv, sia nel realizzare rappresentazioni della realtà sociale dense di filtri e stereotipi, sia nel produrre e innescare a loro volta nelle audience motivi di discussione e proposte di modelli culturali. L'esempio trattato in questo caso è *Master of None*, la serie tv *comedy* americana (Netflix 2015-2017), ideata e interpretata da Aziz Ansari – attore americano di origine indiana – la quale presenta tra i propri temi principali uno sguardo ironico sui pregiudizi etnici e in generale sugli stereotipi culturali. Nella seconda stagione l'Italia vi assume un ruolo centrale, a partire dai primi due episodi ambientati a Modena, nei quali il protagonista compie un viaggio gastronomico di autoformazione alla cucina emiliana, filtrato attraverso una continua lettura citazionista del cinema italiano (dal De Sica di *Ladri di Biciclette* all'Antonioni de *La notte*). Ne emerge una rappresentazione dell'Italia volutamente condizionata da cliché e luoghi comuni, che, a seconda dei pubblici (americano, internazionale, italiano) ha ottenuto consensi variabili, proprio dovuti a differenti effetti di rispecchiamento. Allo stesso tempo la serie si è affermata su magazine *lifestyle* ed enogastronomici come una sorta di accreditata guida food & travel per la scoperta di luoghi e locali da visitare, sia per New York sia per l'Italia, ponendo così seriamente in questione la differenza tra un testo fiction e un testo non fiction. La comparazione di *Master of None* con il primo episodio della serie documentario *Chef's Table* (Netflix, 2015 - ), anch'esso ambientato a Modena ripercorrendo simili luoghi e motivi, porta a concludere che le differenze di genere discorsivo siano talvolta basate su un labile confezionamento discorsivo, facilmente svelabile attraverso un'analisi semiotica.

---

<sup>1</sup> Il saggio nasce da una ricerca dell'Università di Bologna (coordinata da Luca Barra, e con la partecipazione di Luca Antoniazzi, Paola Brembilla, Linda Rossato, Lucio Spaziante) dedicata a indagare gli attuali modelli industriali e culturali di Distribuzione, Adattamento, Circolazione (DAC) della televisione anglofona in Italia. In un mercato globale nel quale circolano produzioni americane e inglesi, ma anche della provenienza più varia, l'elemento "culturale" che fa da sfondo alla specifica dimensione narrativa diventa dirimente, e altrettanto diventa rilevante l'impatto nei differenti contesti culturali. La ricerca ha inoltre lo scopo di analizzare la circolazione televisiva transnazionale contemporanea, mappando i percorsi di successo (o insuccesso) dei programmi tv stranieri in Italia.

Quante differenze ci sono tra una serie tv, un documentario sugli chef e un magazine di food & travel? Meno di quante si possano pensare. Esse risiedono forse nel modo con cui sono organizzati gli argomenti, dunque si ritrovano in elementi relativi al genere discorsivo, i quali appaiono però sempre meno dirimenti. Per il resto, si tratta di prodotti che appartengono tutti a un unico continuum mediale. Proviamo a capire il perché.

L'esempio da cui partire è *Master of None* (Netflix 2015-2017), una serie tv *comedy* ideata da Aziz Ansari, *stand-up comedian* americano di origine indiana, tra le più popolari e acclamate dalla critica internazionale degli ultimi anni, premiata con tre Emmy Awards (2016-2017) e un Golden Globe (2018). Un prodotto *fiction* espressamente pensato per un pubblico urbano *young adult*, composto da materiali che seguono una sottile linea di separazione finzionale dalla realtà.

Quali sono i temi della serie? *Master of None* [MON] segue le gesta romantiche di Dev, attore di spot pubblicitari che vive a New York, mentre conversa al bar o al ristorante, con gli amici, o con la sua partner. Gli argomenti sono incentrati su questioni etnico-identitarie, sugli stereotipi culturali, sulla pop culture, e sullo stile di vita contemporaneo condizionato dalla cultura digitale. Con elementi che ricordano alla lontana i dialoghi di una *sit-com*, ritroviamo una formula simile a classici cinematografici della commedia come *Io e Annie* (USA, 1974) oppure *Harry ti presento Sally* (USA, 1989), in versione *millennial* postmoderna. Dev frequenta ristoranti di tendenza, possiede gusti musicali ricercati, veste casual e vive in un lussuoso loft di Brooklyn, ma non si mostra né elitario, né pretenzioso.<sup>2</sup> Le vite comode e auto-centrate di newyorchesi “trentenni egoisti e velleitari” (Manusia 2015) di origine asiatica, nella prima stagione sono spesso grottescamente confrontate con le vite dei loro genitori in India e a Taiwan. Ma è l'intera serie ad essere pervasa da continui riferimenti al tema delle identità degli immigrati, o in generale a persone appartenenti a minoranze, come spiega Anis Shivani, in una recensione su *Salon* dedicata allo humour etnico della serie:

New York rimane, nella nostra mitologia condivisa, il posto più americano (o forse ora più non-americano?) nel senso che le identità possono essere più facilmente cancellate, nuove amicizie e “famiglie” formate, il passato può essere riscritto e il futuro inventato per comodità.<sup>3</sup>

Al di là di elementi di qualità relativi alla produzione, la serie ha conosciuto un grande successo per la percezione da parte delle audience di un'ottima capacità osservativa e uno stretto legame con la realtà quotidiana, non solo limitata ai personaggi, ma anche ai luoghi. MON è diventata una sorta di guida per ristoranti, bar, fast food e in generale per i locali di New York, replicando in chiave minore quanto era già accaduto per *Sex And The City* (HBO, 1998-2004). Su Internet sono rapidamente proliferate mappe per ritrovare i locali – rigorosamente reali ed esistenti – visitati dai personaggi. Posti riconoscibili, quando non addirittura esplicitamente nominati, e del tutto in sintonia con il gusto di tendenza. Magazine americani dedicati al cibo come *Food and Wine*<sup>4</sup> oppure *Eater*<sup>5</sup>, così come magazine dedicati agli stili di vita come *Slate*<sup>6</sup> o *Vulture*<sup>7</sup>, hanno espresso giudizi superlativi sulla serie, giudicandolo “il miglior programma televisivo sul cibo nella recente memoria”<sup>8</sup>. Si è parlato di un vero e proprio “effetto Master of None” che ha amplificato la notorietà e il “ranking” dei locali che sono stati citati nella serie<sup>9</sup>, generando una sorta di “effetto veritativo”. La serie, cioè, non è stata vissuta come un prodotto di finzione, ma come un prodotto realistico, che descrive e nomina luoghi che, una volta spento Netflix, sono rapidamente accessibili.

<sup>2</sup> <https://www.eater.com/2017/5/10/15508818/master-of-none-season-1-recap-netflix-aziz-ansari>

<sup>3</sup> <https://www.salon.com/2017/06/04/navigating-race-america-identity-and-food-aziz-ansaris-master-of-none-blazes-an-important-path/>

<sup>4</sup> <https://www.foodandwine.com/news/netflix-series-food-locations-master-of-none-chefs-table-the-oa>

<sup>5</sup> <https://www.eater.com/2017/5/10/15508818/master-of-none-season-1-recap-netflix-aziz-ansari>

<sup>6</sup> <https://slate.com/culture/2017/05/master-of-nones-references-to-italian-movies-a-guide.html>

<sup>7</sup> <https://www.vulture.com/2017/05/master-of-none-italy-where-they-ate.html>

<sup>8</sup> <https://www.eater.com/2015/11/19/9751544/master-of-none-review-aziz-ansari-food>

<sup>9</sup> <https://www.eater.com/2017/9/22/16329530/master-of-none-restaurants-nyc-aziz-ansari-four-horsemen>

La stessa idea di location va qui ripensata (García 2017; McNutt 2017; Waade 2017), in quanto il luogo non solo è un vero e proprio attore della narrazione, ma anche perché agisce nel testo come una sorta di mappa interattiva, virtualmente cliccabile con il mouse.

### 1. *I want pasta: l'Italia vista dall'America*

Nella seconda stagione l'azione della serie lascia New York per spostarsi in Italia: nei primi due episodi, Dev, mosso da una passione per la pasta, trascorre un lungo periodo a Modena e si cimenta con la lingua italiana, dedicandosi a una autoformazione gastronomica sulla cucina emiliana.



Fig. 1 – Aziz Ansari nei panni di Dev

Qui tutto il suo mondo multiculturale newyorchese improvvisamente sparisce, e il tema dell'identità viene ribaltato sull'italianità, come una sorta di viaggio alla scoperta di un mondo volutamente inquadrato come monoculturale, pacifico e autentico. Un'Italia che sembra essere stata concepita come arredo di un ristorante italiano gourmet a New York.

La rappresentazione del mondo gastronomico nei due episodi è ancora una volta articolata e particolareggiata, delineandosi come un tema narrativamente sempre più centrale. Bar, trattorie, ristoranti, salumerie, tortellini, sfoglia della pasta, sono tutti singolarmente nominati, ampiamente riconoscibili e descritti nel dettaglio, ancor più di quanto avvenisse a NY per la prima stagione.



Fig. 2 – Dev e Arnold a Modena

Ogni degustazione viene restituita con un'enfasi più che positiva, e Dev e Arnold (Eric Wareheim) sembrano attraversare questo mondo come un parco tematico della cucina, come una *Westworld* del cibo, collocato in un tempo indefinito tra gli anni Cinquanta e l'oggi. Ad alimentare questo effetto vin-

tage di retrodatazione temporale che aleggia sulle vicende narrate, giocano un ruolo determinante i riferimenti cinematografici e la colonna sonora. Abbondano sia le citazioni enunciative (a inizio del primo episodio della stagione, ecco l'inquadratura di una pila di dvd sul comodino, composta da film di De Sica, Antonioni, Fellini) sia le prassi enunciazionali (repliche "stilistiche" di movimenti di macchina, così come inquadrature o lettering prelevati da classici neorealisti).



Fig. 3 – Pila di dvd con classici del cinema italiano, episodio 1, stagione 2.

Ad esempio, l'episodio intitolato "Il ladro", sin dal titolo presenta espliciti riferimenti a *Ladri di biciclette*, rilevabili inoltre in similitudini nel plot, nell'uso dei caratteri della sigla iniziale, e nella fotografia in bianco e nero<sup>10</sup>.



Fig. 4 – Riferimenti espliciti nei titoli di testa a *Ladri di biciclette*

<sup>10</sup> <https://www.vulture.com/2017/05/master-of-none-film-references.html>



Fig. 5 – Altri riferimenti visivi a *Ladri di biciclette*

La selezione musicale pesca nel modernariato cinematografico, seguendo un gusto retrò à la Tarantino. Sempre nel primo episodio, ritroviamo un brano minore di Mina del 1965 (*Più di te*), frammenti di colonne sonore di Ennio Morricone (*Metti, una sera a cena* 1969, Giuseppe Patroni Griffi; *Giù la testa* 1971, Sergio Leone), mentre nel secondo episodio si passa all'italo-disco anni Ottanta (*La dolce vita*, Ryan Paris, 1983), rimanendo nel passato, pur se recente.

Tutti questi elementi convergono verso una precisa descrizione delle consuetudini italiane (gestualità, linguaggio verbale, abbigliamento, comportamenti), ed è a questo punto che nello spettatore italiano, specie se dotato di familiarità con l'Emilia, inizia ad attivarsi un certo disorientamento. Mentre l'ambientazione a New York poteva essere fruita in Italia con noncurante distanza, la descrizione di Modena attraverso lo sguardo di un americano può attivare una messa in discussione della credibilità e della fedeltà con cui è stato descritto l'ambiente culturale. Nonostante la location sia autentica, essendo girata in loco, si genera ugualmente un inquietante effetto da souvenir esotico fuori dal tempo, e denso di stereotipi (Di Gianbernardino 2017; Pierri 2017).

Ritorna qui la questione dell'effetto veritativo che una simile tipologia di testo attiva. Mentre risulta credibile la descrizione del mondo millennial newyorchese realizzata da un insider - infatti giudicata molto positivamente nella ricezione delle audience - la descrizione di Modena e dell'Italia non raggiunge lo stesso risultato. Il motivo è da individuare nella differente strategia testuale concepita per i due episodi italiani. Non si può dire che lo "sguardo americano" non sia autentico, trattandosi di uno sguardo autenticamente esterno e per questo inevitabilmente intriso di stereotipi, come quello di un turista che visiti una città straniera per la prima volta, sulla quale abbia però già letto in passato libri o visto film. Si tratta, in sintesi, di proporre quell'Italia immaginata da un turista americano, inevitabilmente condita da cliché, visibile ad esempio in *Vacanze romane* (USA 1953), oppure ne *Il talento di Mr. Ripley* (USA 1999). Ma l'immaginario cinematografico qui è più di un blando modello di riferimento. Nel testo emerge, come già detto, una esplicita intertestualità cinematografica adoperata come filtro culturale, con le varie citazioni estratte dal cinema italiano classico, più noto a livello internazionale. Ed è così che la strategia testuale appare nella sua semplicità: da un lato convocare elementi dell'immaginario culturale, specie quello del passato, per allestire uno sfondo mitico, familiare e comprensibile per l'audience internazionale; dall'altro compiere un vero e proprio reportage sulla cucina italiana, che conferisca un senso di concretezza e contemporaneità.

## 2. *Master of None* e *Chef's Table*: diverso genere, stesso sapore

Il reportage sull'attualità culinaria viene realizzato in MON assemblando una serie di motivi topici che potrebbero essere rinvenuti in modo simile anche in un documentario. Ne è una riprova il confronto con un altro prodotto Netflix di successo quale è la serie di documentari *Chef's Table* [CT], il cui *pilot* è propriamente dedicato al celebre chef Massimo Bottura ed è quindi anch'esso ambientato a Modena, attorno ai luoghi dell'Osteria Francescana. Luoghi e persone ugualmente presenti anche in MON, il che rende particolarmente efficace la comparazione. Vediamo allora punti di contatto e diversità nel trattamento narrativo tra i due testi.

In CT Bottura va al mercato, alla ricerca degli ingredienti necessari; emerge il rapporto familiare che intrattiene con i venditori; racconta il ruolo fondamentale che una "sfoglina" ha avuto nell'insegnargli a "tirare" la pasta fatta in casa; non mancano infine, come raccordo, immagini tipiche delle strade modenesi, con i portici e la pavimentazione con le pietre.

In MON, in una scena pressoché identica, vediamo anche Dave e Arnold andare al mercato, assaggiando tutto ciò che vedono (chi mai potrebbe farlo?), con i venditori che dimostrano nei loro confronti una familiarità persino superiore a quella mostrata con Bottura (potremmo davvero crederci?). Anche qui, come in CT, ritroviamo gli insegnamenti della sfoglina impartiti a Dev, così come la medesima degustazione delle prelibatezze dell'Osteria Francescana, e le immagini tipiche delle strade modenesi.



Fig. 6 – Dev mentre ascolta gli insegnamenti dalla "sfoglina".

Differenze di registro tra i due formati televisivi possiamo invece rilevarli nell'impiego della colonna sonora: mentre in CT troviamo l'*Inverno* di Vivaldi, adoperato per concentrarsi sull'oggetto-*food* e connotare di "perfezione artistica" le realizzazioni di Bottura, in MON la scelta dell'*italo-disco* anni Ottanta sposta l'attenzione dall'oggetto-cibo verso l'esperienza di euforica fruizione hipster sperimentata dai due assaggiatori americani, alle prese con il ristorante italiano "stellato". Basta la semplice diversità della base musicale per trasformare radicalmente in chiave enunciativa la prospettiva di senso attribuita al materiale visivo, sebbene incentrato sul medesimo oggetto. Ciò da un lato dimostra le potenzialità di variazione di significato di cui è dotato il linguaggio audiovisivo, ma al contempo attesta le forti comunanze del materiale testuale cui talvolta viene instillato un carattere di diversità che si rivela però del tutto superficiale. In definitiva, il racconto della cucina emiliana, sebbene adottati differenti cliché nei due diversi casi, nei fatti, nel trattamento *fiction* rispetto al trattamento *non fiction*, non appare molto diverso.



Osteria Francescana.  
Il numero uno dei ristoranti al mondo.

Fig. 7 – Dev e Arnold gustano l'ingresso all'Osteria Francescana

### 3. La testualità espansa di *Master of None* e le risposte nelle differenti audience

La testualità mediale presenta dunque una configurazione porosa, dove i confini del testo-serie, ad esempio, non sono da concepire in termini rigorosi e *spaziali*, come la copertina che determina il confine di un libro oppure la cornice che fa lo stesso con il quadro, ma semmai in termini *temporali*. La serie si espande attraverso le pratiche di fruizione, e i ritmi della sua diffusione sono corrispondenti alla densità temporale della sua visione. Una volta disponibile, la serie attiverà immediatamente risposte delle audience su Internet, che seguiranno un andamento presumibilmente collegato alla messa in onda. A loro volta i feedback (ad esempio dei food blogger) diventeranno contenuti testuali. Il testo MON, inoltre, risulta palesemente composto da varie stratificazioni testuali: alcune pre-esistenti, come le stereotipie identitarie e culturali oppure le precedenti rappresentazioni sedimentate negli immaginari musicale e cinematografico; alcune susseguenti, come le risposte e i feedback delle audience e dei media digitali, disseminati di mappe e recensioni relative alla serie.



VULTURE

FOOD TOURS | MAY 15, 2017

#### Here Are the Mouthwatering Restaurants *Master* Visits in Italy

By Maria Elena Fernandez



Mangia!

Fig. 8 – Guida ai ristoranti italiani attraverso *Master of None*

Un legame così forte con le dinamiche di ricezione rende determinante la variabilità delle risposte sulla base dei differenti pubblici nazionali, o comunque locali/globali.

Il *lettore modello* primario, quello americano, si rispecchia e si ritrova nelle situazioni evocate nella serie, promuovendone un ottimo successo di critica e di pubblico. Elementi che possono essere reperiti in quella sorta di macro co-testo che è costituito dal *buzz*, dal dibattito su Internet, nel quale la serie diventa il pretesto per una discussione sulle consuetudini e gli stereotipi culturali tipici del mondo sociale newyorchese, e senza la quale una serie oggi non potrebbe essere considerata di successo.



Fig. 9 – Calcolo dei costi per un viaggio in Italia seguendo il percorso di Dev

Se anche il lettore modello indistintamente internazionale avrà reazioni non tanto dissimili, sarà lo spettatore italiano che potrà invece provare una sensazione di “rispecchiamento distorto”. Infatti, mentre il gioco ironico sugli stereotipi multiculturali della prima stagione risultava molto efficace, tanto che la serie ha ottenuto un particolare successo nel pubblico di origine asiatica che dichiarava di vedersi finalmente rappresentato in modo autentico, non altrettanto possiamo dire del pubblico italiano. Già nelle discussioni online di italiani in America emerge un giudizio fortemente critico sulla serie. Nei dialoghi, che sono in buona parte in italiano, desta forte imbarazzo la recitazione degli attori italiani, professionisti o meno che siano. L'effetto è quello di uno spot commerciale a basso costo, con i personaggi che mostrano spesso accenti regionali improbabili, e dove in generale risalta una qualità drammaturgica che produce una sensazione di totale artificialità.

Un giudizio diverso ottengono invece gli stessi episodi da parte del pubblico americano: sebbene giudicati forse non tra i più riusciti, in compenso ottengono giudizi positivi la scelta del bianco e nero, l'uso di musiche italiane d'epoca, e soprattutto la descrizione dettagliata del cibo e della gastronomia italiana. Il risultato ricercato dalla produzione si è così rivelato vincente: l'atmosfera viene riconosciuta come artistica, europea, italiana, autentica.



Fig. 10 – Ancora un'altra guida ai ristoranti italiani attraverso *Master of None*

Bisogna del resto ammettere che rispetto ai primi episodi storici della saga di James Bond o dell'Ispettore Clouseau, nei quali ad esempio Cortina d'Ampezzo veniva attraversata da improbabili slitte con renne, ci troviamo in una dimensione di realismo del tutto diversa. In *MON* riconosciamo una pressoché totale corrispondenza tra testo e realtà quotidiana, forse persino eccessiva e davvero assimilabile ad una guida turistica. Ogni marca di caffè o trattoria citata è rigorosamente esistente e diventa lo spunto per mappe e per proposte di tour<sup>11</sup>, che, efficacemente, si ritrovano anche nel sito indiano Mumbai Foodie.

Le prassi testuali sin qui descritte appaiono composte di elementi eterogenei, autentici e fittizi allo stesso tempo, che producono effetti potenzialmente diversi. Ma ciò che li accomuna è la procedura dialogica e quanto mai compiutamente “comunicativa” di queste forme testuali, sempre più pensate per interagire con il pubblico in tempo reale, prescindendo da separazioni tra generi discorsivi che, nella concreta realizzazione testuale, vengono a saltare.

#### 4. Fiction e non fiction: la finzione è realtà

D'altra parte, nel linguaggio mediale contemporaneo permane quella differenziazione convenzionale tra generi *fiction* e *non fiction* (Grignaffini, Bernardelli 2017), che oppone da un lato programmi televisivi basati su narrazioni scritte, e dall'altro programmi basati su interazioni in diretta, talk, documentari, reality, ovvero in linea di principio non basati su plot narrativi. Una suddivisione di carattere operativo ma non ontologico, essendo assodato che elementi di narratività sono a gradi diversi presenti in ogni forma testuale. Ma questa opposizione può ugualmente essere presa sul serio per metterla alla prova, ponendo una questione specifica: cosa succede se un testo *fiction* adopera elementi prelevati da una realtà condivisa dalle audience – ovvero, se per costruire il proprio mondo finzionale il testo si serve di elementi prelevati dalla realtà quotidiana? Se una serie tv tratta di eventi realmente accaduti, oppure descrive luoghi e abitudini culturali quotidiane, valgono sempre le medesime regole, oppure la relazione che attiva in determinate audience ridefinisce il rapporto tra realtà e finzione?

<sup>11</sup> <https://www.vulture.com/2017/05/master-of-none-italy-where-they-ate.html>

La fruizione da parte di spettatori che possiedano una qualche relazione diretta – per motivi storici o di generica appartenenza culturale – con gli eventi narrati, può innescare in loro giudizi peculiari, e dunque una sorta di lettura “letterale” generata dal loro stesso riconoscersi, nonostante la trattazione sia collocata in una dimensione finzionale. È il caso che abbiamo osservato con la ricezione italiana della Modena di MON.

D'altra parte, la spinta transnazionalità dei prodotti mediali (Scaglioni, Barra 2013) può generare letture sempre più critiche nei singoli pubblici locali, la cui eco può a sua volta diffondersi a livello transnazionale. Prendiamo ad esempio il caso della serie *Chernobyl* (HBO-USA, Sky-UK 2018), dedicata agli eventi dell'incidente nucleare occorso nell'Ucraina sovietica del 1986, e realizzata da una coproduzione anglo-americana attraverso un'attenta e documentata ricostruzione storica, poi ampiamente distribuita a livello internazionale. In Russia questa serie è stata invece accusata di compiere una propaganda antirussa per avere manipolato la descrizione storica degli eventi, generando per questo voci su una “contro-serie” televisiva (al momento della scrittura dell'articolo, non confermata) da produrre in Russia, allo scopo di fornire una nuova versione, fedele agli eventi accaduti. Se questo specifico caso pertiene ad una questione di verità storica, la medesima problematica potrebbe essere estesa ad altre situazioni, non solo storiche, in cui venga percepita una dissonanza tra rappresentazione testuali e realtà.

Basta dunque poco per mettere in crisi la linea di demarcazione tra finzione e realtà, che sembra reggere solo fintanto che le audience accettano la *suspension of disbelief* e prendono solo per verosimile ciò che accade nella narrazione. Se invece la finzione viene “presa sul serio”, innescando un processo di rispecchiamento, ecco che il contratto cambia, e talvolta possono insorgere problemi. Pensiamo in questo caso alla rappresentazione della realtà napoletana fornita nella serie *Gomorra* (Sky 2014- ) per la quale sono emerse ripetute critiche relative ad una visione della realtà percepita come univocamente collocata in una prospettiva criminale (Benvenuti 2017).

La questione dunque, più in generale, riguarda il ruolo e la funzione sociale dei testi finzionali, e in particolare delle serie tv. Non si può, infatti, pensare a questi prodotti culturali come ad universi che, grazie alla loro cornice estetica di intrattenimento, godano di uno statuto di separazione che dovrebbe renderli esenti da critiche sul piano morale e valoriale. Si tratta, piuttosto, di apparati semiotici che retroagiscono nel contesto nel quale vengono fruiti. Ma, sapendo che la fruizione mediale virtualmente non possiede più confini geografici, lo stesso “contesto” va pensato come un unico ambiente sociale transnazionale che entra di continuo in relazione con il testo-fonte, allargandone i limiti. Una volta posta “in visione”, una serie tv innesca processi di ricezione attivi, producendo immediate letture che diventano a loro volta oggetto di ricezione: recensioni, commenti, post si diffondono nell'ecosistema mediale e si propagano come anelli in uno stagno, allargando a dismisura i confini del testo stesso.

Gli oggetti mediali producono cortocircuiti virtuosi filtrando e riproducendo la realtà, seguendo modalità di genere discorsivo sempre meno rigide, e a loro volta innescando processi di identificazione, imitazione e, potremmo dire quasi di “servizio”, rispetto alle pratiche d'uso delle audience. Quando masse di turisti affollano i luoghi etichettati ne *Il commissario Montalbano* (RAI, 1999- ), oppure compiono tour gastronomici a New York o in Italia, seguendo le mappe di *Master of None*, parlare semplicemente di finzione appare decisamente riduttivo.

**Bibliografia**<sup>12</sup>

- Benvenuti, G., 2017, *Il brand Gomorra: dal romanzo alla serie TV*, Bologna, Il Mulino.
- Davé S., 2017, “Racial Accents, Hollywood Casting, and Asian American Studies”, *Cinema Journal*, 56 (3), pp. 142-147.
- Di Gianbernardino G., 2017, “Master of None va in vacanza in Italia ma non convince”, *Rolling Stone*, <https://www.rollingstone.it/recensioni/master-of-none-va-in-vacanza-in-italia-ma-non-convince/>
- Dusi, N., 2019, a cura, *Confini di genere. Sociosemiotica delle serie tv*, Perugia, Morlacchi Editore.
- Dusi, N., 2016, “Intertestuale, intermediale e crossmediale, e il gusto dell’inatteso, in Breaking Bad”, *Between* [Online], 6 (11).
- Feng, X. P., 2017, “Asian American Media Studies and the Problem of Legibility”, *Cinema Journal*, 56 (3), pp. 125-130.
- García, A.N., 2017, “Baltimore in *The Wire* and Los Angeles in *The Shield*: Urban Landscapes in American Drama Series”, *Series. International Journal of Tv Serial Narratives*, 3 (1), pp. 51-60.
- Grignaffini, G., Bernardelli, A., 2017, *Che cos'è una serie televisiva*, Roma, Carocci.
- King, C., 2016, “Master of None Lacks Class”, *Sociology Faculty Publications*, paper 32, Bridgewater State University, Bridgewater, Massachusetts.
- Lotman, J.M., 2006, *Tesi per una semiotica della cultura*, Roma, Meltemi.
- Mangiapane, F., 2015, “Scontri etnici e corpi gloriosi. Mangiare al cinema”, *E/C*, Rivista on line dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, [www.ec-aiss.it](http://www.ec-aiss.it)
- Manusia D., 2015, “Trentenni egoisti e velleitari in cerca di identità a Manhattan”, *Il Sole 24 Ore*, <https://www.ilsole24ore.com/art/cultura/2015-12-23/trentenni-egoisti-e-velleitari-cerca-identita-manhattan-180738.shtml?uuid=ACIaDEzB>
- Marrone, G., 2016, *Semiotica del gusto*, Milano, Mimesis.
- McNutt M., 2017, “Narratives of Miami in *Dexter* and *Burn Notice*”, *Series. International Journal of Tv Serial Narratives*, 3 (1), pp. 73-86.
- Pierri M., 2017, “Master of None, la seconda stagione gioca con gli stereotipi italiani”, *Wired*, <https://www.wired.it/play/televisione/2017/05/05/master-of-none-la-seconda-stagione-gioca-con-gli-stereotipi-italiani/>
- Scaglioni, M., Barra, L., 2013, a cura, *Tutta un'altra fiction: la serialità pay in Italia e nel mondo: il modello Sky*, Roma, Carocci.
- Waade, A. M., 2017, “Locations in Television Drama Series: Introduction”, *Series. International Journal of Tv Serial Narratives*, 3 (1), pp. 05-10.

---

<sup>12</sup> La bibliografia è stata arricchita dal lavoro per la ricerca DAC sul corpus dei programmi televisivi operato da Luca Antoniazzi (vedi nota 1).