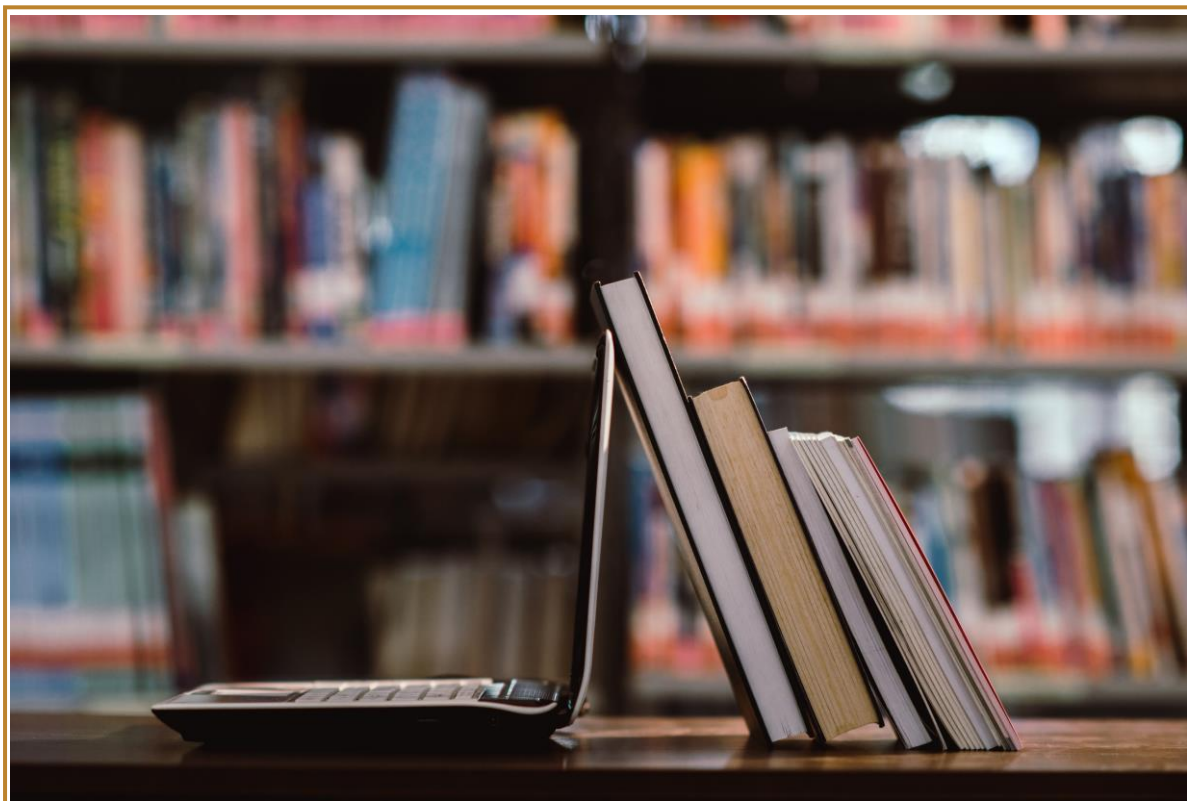




VIVERE IN ALTO
Rivista di discipline umanistiche

NUOVE FORME DI NARRAZIONE



Olimpia Piccolo



INDICE

Introduzione	3
1. Cosa sono i nuovi media?	5
2. L'interattività	8
3. Lo storytelling partecipativo e collaborativo	11
4. La transmedialità	12
5. Il database	14
5.1. L'ontologia del computer proiettata sulla cultura	15
5.2. Database vs narrazione?	16
6. Un punto d'intersezione: il cinema	18
Conclusione	20
Bibliografia	21
Sitografia	22
L'Autrice	23



NUOVE FORME DI NARRAZIONE

Olimpia Piccolo

Introduzione

«Dove sono i romanzi di un tempo, ampi e maestosi come fiumi a valle, nitidi e lineari come un paesaggio ben disegnato?». ¹

A suggerirci questa domanda è Giulio Lughì, curatore di una collana di *librogame*, edita dalla casa editrice EL di Trieste alla fine degli anni Ottanta. ² Eppure ci sembra attualissima. Vediamo da dove nasce e qual è la riflessione che la sottende:

Certo oggi cinema, fumetti, serial televisivi sembrano aver innescato una diversa sensibilità narrativa, che procede a grossi tagli puntando l'attenzione su singoli momenti della storia, procedendo scena per scena, immagine per immagine, piuttosto che lungo le linee del discorso secondo una sintassi che incontra un pubblico ormai culturalmente pronto a operare secondo un'estetica da telecomando che lo spinge a muoversi nell'universo comunicativo, pescando con disinvoltura frammenti narrativi e di informazione in funzione di una sua, personale, onnivora compilation. È in questo contesto che il *librogame* trova la sua naturale collocazione. Il lettore può saltare da una situazione all'altra, può scegliere un percorso individuale all'interno della vicenda, può pilotare i colpi di scena. La frantumazione della storia diventa il principio stesso del procedimento narrativo, lasciando al lettore la possibilità di mettere in gioco tutta la sua immaginazione e il piacere del rischio.

Longo M., *L'alba del librogame di Giulio Lughì*³

Forse tutto ciò non è proprio nuovo, come Lughì stesso afferma:

Il gusto combinatorio, che spinge a giocare con gli elementi del testo (lettere, parole, pagine), è di evidente derivazione cabalistica e percorre tutto il nostro Rinascimento fino a sbocciare nei borgesiani sentieri che si biforcano nelle pagine di Queneau e dei suoi amici dell'OULIPO (Ouvroir de Littérature Potenzielle: Officina di Letteratura potenziale) nonché nel Calvino del *Castello dei Destini Incrociati*. Esso si basa sulla convinzione che sotto la superficie del testo si cela un denso spessore di significati, che attendono l'intervento di chi legge per essere portati alla luce.

Longo M., *L'alba del librogame di Giulio Lughì*

¹ Lughì G., citato in Longo M., *L'alba del librogame di Giulio Lughì*, 06/05/2012: <https://caponatameccanica.com/lalba-dei-librogame-di-giulio-lughi/>, ultima consultazione 3 novembre 2021.

² Professore di Media Digitali all'Università di Torino, Giulio Lughì studia l'impatto digitale in ambito umanistico.

³ Lughì G., citato in Longo M., *L'alba del librogame di Giulio Lughì*, op. cit.



La novità consiste, piuttosto, nell'avvento e nello sviluppo delle tecnologie digitali che hanno modificato le abitudini delle persone e il loro modo di comunicare, così come quello di raccontare e di fare arte.

Determinanti, in questo senso, gli studi di Lev Manovich, scrittore statunitense che si propone di analizzare e comprendere «il linguaggio dei nuovi media», entro la storia delle moderne culture visive e mediali.⁴

Partendo dagli anni Trenta del XIX secolo, con la macchina analitica di Babbage e il dagherrotipo di Daguerre (due strumenti di cui parleremo in seguito), egli tenta di dimostrare come i nuovi media rappresentino il punto di convergenza di due traiettorie storiche separate: l'informatica e le tecnologie mediali; e come la sintesi di queste due vicende culturali sia la traduzione di tutti i media preesistenti in dati numerici accessibili tramite computer, da qui "i nuovi media".

Sarà interessante, a questo punto, andare ad approfondire le principali conseguenze di questa rivoluzione mediale in relazione alle caratteristiche fondamentali dei nuovi media: *l'interattività e la transmedialità*.

In particolare, con Jens Jensen, uno degli autori che hanno maggiormente indagato il rapporto tra interattività e audiovisivo, prenderemo in considerazione le quattro tipologie di interattività da lui distinte in: trasmissiva, conversazionale, consultativa e registrativa. Esporremo quindi degli esempi pratici per ognuna di esse. La stessa cosa faremo nell'analizzare i vari tipi di progetti transmediali definiti da Gary Hayes, uno dei pionieri del *transmedia storytelling*, in base al livello di ridondanza dei contenuti sui diversi asset.

Cercheremo anche di far notare come alcuni dei principi costitutivi dei nuovi media, legati alla logica del database (che analizzeremo in rapporto alla narrazione), si possano ritrovare nelle tecnologie dei media preesistenti come, ad esempio, il cinema; e come la computerizzazione offra nuove possibilità per lo sviluppo dello stesso linguaggio filmico. Tutto ciò attraverso un *breve excursus storico* che ci porta ai giorni nostri e ai nuovi fenomeni sociali, caratterizzanti il contesto culturale contemporaneo.

In definitiva la comparsa di un nuovo mezzo espressivo, il computer digitale, ha dato vita, negli ultimi decenni, a una vera e propria rivoluzione mediale e culturale. Ma per comprendere la portata di tale rivoluzione, bisogna capire la logica che ha guidato lo sviluppo del linguaggio dei nuovi media nella

⁴ Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media* (2001), Milano, Edizioni Olivares, 2002.



storia delle moderne culture visive e mediali, cercando di cogliere le affinità e le differenze tra le nuove forme espressive e i linguaggi precedenti.

1. Cosa sono i nuovi media?

Iniziamo il nostro percorso con questa semplice domanda. Per rispondere, potremmo tener presente le categorie più citate dalla stampa sotto la voce “nuovi media”: Internet, siti web, videogiochi elettronici, CD-ROM, DVD. Appare chiaro, in questo caso, che la concezione più diffusa dei nuovi media si fonda genericamente sull’uso del computer per la distribuzione e l’esibizione di un prodotto piuttosto che per la sua realizzazione. Ma se vogliamo comprendere l’impatto della computerizzazione sulla società e sulla cultura nella sua totalità, tale concezione risulta sicuramente limitante.

Sarà utile, allora, fare un passo indietro nel tempo e ricordare come la stampa a caratteri mobili nel XV secolo, e la fotografia nel XIX, abbiano già avuto un effetto rivoluzionario sullo sviluppo della società e della cultura moderne; allo stesso modo oggi stiamo vivendo una nuova, ma più incisiva, rivoluzione mediale. Se infatti l’introduzione della stampa ebbe ripercussioni solo su un settore della comunicazione culturale, cioè la distribuzione dei libri, e quella della fotografia solo sulle immagini statiche, oggi invece la rivoluzione dei media computerizzati riguarda tutte le fasi della comunicazione, dall’acquisizione alla manipolazione, archiviazione e distribuzione di un prodotto e allo stesso tempo investe tutti i tipi di media: testi, immagini statiche e in movimento, suono e costruzione spaziale.

Proviamo tuttavia a ripercorre le tappe di questa radicale trasformazione per chiarirne meglio gli effetti. Come già accennato, i nuovi media rappresentano il punto in cui convergono due traiettorie storiche separate: da una parte la nascita dell’informatica (negli anni Trenta del XX secolo), dall’altra quella delle tecnologie mediali, con la *macchina analitica* di Babbage⁵ e il *dagherrotipo* di Daguerre.⁶

Più precisamente, nell’agosto del 1839, Louis Daguerre presentò a Parigi un nuovo processo di riproduzione delle immagini che lui stesso chiamò dagherrotipo. Stando alla testimonianza di un contemporaneo «pochi giorni dopo, i negozi di ottica erano affollati da frotte di appassionati che facevano

⁵ La macchina analitica è stato il primo prototipo di un computer meccanico sviluppato per eseguire compiti generici. Il progetto fu sviluppato dal matematico, filosofo e scienziato inglese Charles Babbage (1791-1871), che cercò anche di realizzarlo praticamente. Rappresenta un importante passo nella [storia dell’informatica](https://it.wikipedia.org/wiki/Macchina_analitica/). https://it.wikipedia.org/wiki/Macchina_analitica/, ultima consultazione 3 novembre 2021.

⁶ Dagherrotipo: immagine fotografica ottenuta con il processo della dagherrotipia, inventato nel 1837 da L. J. M. Daguerre (1787-1851), artista, chimico e fisico francese. Esso forniva un’unica copia positiva, non riproducibile, su supporto in argento o rame argentato sensibilizzato, in camera oscura, mediante esposizione a vapore. Cfr. <https://www.treccani.it/enciclopedia/dagherrotipo/>, ultima consultazione 3 novembre 2021.



a gara per acquistare la nuova macchina e sperimentarla sugli edifici. Tutti volevano registrare il panorama che si vedeva dalle loro finestre [...]».⁷

Cominciava così la frenesia per i media. Qualche anno prima, nel 1833, Charles Babbage aveva cominciato a progettare un apparecchio che presentava tutte le caratteristiche del moderno computer digitale e che battezzò col nome di “macchina analitica”, una macchina in grado di poter svolgere qualunque operazione matematica. Dati e informazioni venivano inseriti usando delle schede perforate e tutte le informazioni erano archiviate nella memoria dell’apparecchio.

In realtà già intorno al 1800, J. M. Jacquard⁸ aveva inventato un telaio controllato da schede perforate che veniva usato per elaborare immagini figurative. A questo computer a uso specialistico, Babbage si ispirò nel progettare la sua macchina analitica che era un computer a uso generico per il calcolo matematico.

Tuttavia, mentre l’invenzione del dagherrotipo ebbe un impatto immediato sulla società, la macchina analitica rimase sempre allo stadio di prototipo e i suoi effetti sulla società si sarebbero rivelati in seguito.

In effetti, il fatto che entrambi i progetti si siano sviluppati più o meno contemporaneamente non deve meravigliarci, in quanto sia le macchine di calcolo sia quelle medialità erano indispensabili per il funzionamento delle moderne società di massa. La capacità di diffondere testi, immagini e suoni a una grande quantità di persone era di capitale importanza quanto quella di registrare dati anagrafici, lavorativi, sanitari e di pubblica sicurezza. In definitiva la fotografia, il film, la stampante, la radio e la televisione consentivano di diffondere le stesse ideologie, mentre i computer rendevano possibile l’archiviazione di dati fondamentali per la collettività. Tutto ciò ha consentito la nascita della moderna società di massa. Queste innovazioni hanno seguito un andamento parallelo per molti anni, senza mai incontrarsi.

Nell’ultimo decennio dell’Ottocento, il passaggio dalle immagini statiche a quelle in movimento segnò un’ulteriore evoluzione per i media moderni. Grazie a Edison e ai fratelli Lumière, nasceva il cinematografo. Un nuovo pubblico commosso e divertito scopriva un ambiente, al di fuori del teatro, sempre più ricco di informazioni; un ambiente che non riusciva più a gestire adeguatamente col suo personale sistema di campionamento ed elaborazione dati, ovvero il cervello.

⁷ Newhall B., *The history of Photography from 1839 to the Present Day*, citato in Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, op. cit., p. 39.

⁸ Jacquard J.M. (Lione, 1752 - Oullins, 1834) è stato un inventore francese, conosciuto come l’ideatore del Telaio Jacquard, un tipo di telaio per tessitura in grado di eseguire disegni complessi. Si trattava di un normale telaio a cui fu aggiunto un macchinario che consentiva la movimentazione automatica dei singoli fili di ordito. Poiché è stata la prima applicazione ad aver utilizzato una scheda perforata, viene considerato l’antenato del computer. https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph-Marie_Jacquard/, ultima consultazione 3 novembre 2021.



Fu un decennio cruciale anche per l'informatica. Se i cervelli erano infatti carichi di informazioni che dovevano elaborare, lo stesso succedeva per aziende e governi. Nel 1887, il Census Bureau⁹ degli Stati Uniti adottò dei tabulatori elettrici progettati da H. Hollerith,¹⁰ aprendo la strada all'utilizzo delle macchine da calcolo. Pochi anni dopo i tabulatori elettrici diventarono apparecchiature standard nei pubblici servizi, nei reparti di contabilità, nelle compagnie ferroviarie e in quelle di assicurazioni.

Arriviamo al XX secolo e più precisamente al 1936, anno-chiave per la storia dei media e dei computer: l'anno in cui il matematico inglese A. Turing¹¹ scrisse un saggio intitolato *Computable Numbers* in cui descriveva teoricamente un computer a uso generale che sarebbe poi stato chiamato "la macchina universale di Turing". Una macchina che era in grado di effettuare tutti i calcoli di cui era capace un essere umano, leggendo e scrivendo numeri su un nastro continuo.

Ora, se ci soffermiamo sulla parola "cinematografo" che significa "scrivere il movimento", possiamo considerare l'essenza del cinema come una registrazione e un immagazzinamento di dati visibili su un supporto materiale: in questo non possiamo non scorgere la somiglianza al computer dato che il programma e i dati di esso devono essere immagazzinati da qualche parte. Nello stesso anno, l'ingegnere tedesco K. Zuse cominciò a costruire un computer nell'appartamento berlinese dei suoi genitori; si trattava del primo computer digitale. La novità consisteva nell'uso di un nastro perforato, per il controllo dei programmi, che in realtà era una pellicola di scarto da 35 mm. L'evoluzione storica dei media e dell'informatica a questo punto si incrociava. Da uno dei brandelli rimasti di quella storica pellicola si può osservare la perforazione di un codice binario sopra le immagini di un interno domestico. Possiamo dire che il codice iconografico cede, a questo punto, il posto al codice binario e il cinema diventa schiavo del computer. Usando un remake tecnologico del complesso di Edipo potremmo addirittura affermare che il figlio uccide il padre.

Ed ecco che le due traiettorie, che abbiamo visto fin qui separate, si incontrano. I media e il computer, ovvero la macchina analitica di Babbage e il dagherrotipo di Daguerre, la macchina

⁹ L'Ufficio del censimento degli Stati Uniti d'America (in inglese: *United States Census Bureau*), è un'agenzia del dipartimento del commercio degli Stati Uniti d'America che si occupa dei censimenti (ordinati dalla Costituzione ogni dieci anni), in modo da poter determinare il numero di deputati nel Congresso per ogni stato. È anche incaricato di raccogliere statistiche riguardo alla nazione, ai suoi abitanti e all'economia. https://it.wikipedia.org/wiki/Ufficio_del_censimento_degli_Stati_Uniti_d'America/, ultima consultazione 3 novembre 2021.

¹⁰ Hollerith H., ingegnere statunitense (Buffalo 1860 - Washington 1929). Inventò una macchina per la tabulazione dei dati basata sull'uso di schede perforate. Fondò la Tabulating machine co., che si fuse in seguito con molte altre ditte per dar vita all'IBM, <https://www.treccani.it/enciclopedia/herman-hollerith/>, ultima consultazione 3 novembre 2021.

¹¹ Turing A. M., matematico e logico matematico britannico (Londra 1912 - Manchester 1954). Pioniere della scienza dell'informazione e dell'intelligenza artificiale, ha legato il suo nome, in particolare, a un metodo da lui indicato per dare un significato preciso al concetto intuitivo di funzione effettivamente computabile mediante una macchina astrattamente definita (macchina di Turing), <https://www.treccani.it/enciclopedia/alan-mathison-turing/>, ultima consultazione 3 novembre 2021.



cinematografica dei Lumière e il tabulatore di Hollerith, si fondono. Un incontro destinato a modificare tanto l'identità dei media quanto quella dello stesso computer, non più semplice calcolatore ma processore di media; se prima infatti poteva leggere una sequenza di numeri ora è in grado anche di leggere dei valori infinitesimali e arrivare a operazioni veramente ambiziose. Non è più soltanto una macchina analitica che mastica numeri ma una macchina in grado di sintetizzare e manipolare i media. Qui il cerchio storico sembra davvero chiudersi perché il computer torna a essere il telaio di Jacquard, torna cioè alle sue origini.

Tutti i media preesistenti vengono tradotti in dati numerici, accessibili al computer. Ed ecco il risultato che oggi tutti siamo in grado di ri-conoscere: grafici, immagini in movimento, forme, suoni, spazi e testi si trasformano in insiemi di dati numerici, cioè diventano computabili. In sintesi, i media diventano “i nuovi media”.¹²

2. L'interattività

I nuovi media sono interattivi. A differenza dei vecchi media, in cui l'ordine di rappresentazione è fisso, oggi l'utente ha la possibilità di interagire con un oggetto mediale: può scegliere gli elementi da visualizzare o i percorsi da seguire, generando un output personalizzato fino a diventare co-autore di un'opera. Jensen la definisce come la «misura della potenziale capacità di un medium di lasciare che l'utente eserciti un'influenza sul contenuto e/o sulla forma della comunicazione mediata»¹³ e ne distingue, come già accennato, quattro tipologie.

In realtà già prima di giungere a queste forme di interazione sempre più complesse, esisteva un'interazione simulata che dimostra la volontà di superare il limite dei media abilitanti una comunicazione broadcast e unidirezionale. Ne è un esempio *Winky Dink and You*, una trasmissione televisiva andata in onda tra il 1953 e il 1957 sulla CBS, dove il protagonista e il suo cane vivevano delle avventure che si risolvevano grazie all'intervento dei giovani spettatori cui veniva fornito, per fruire della trasmissione, un kit composto da un foglio trasparente da mettere sullo schermo del televisore e una serie di matite colorate con cui disegnare su di esso, gli strumenti che potevano aiutare i personaggi a superare le situazioni difficili nelle quali si venivano a trovare. Ciò dimostra come l'interazione, in questo caso

¹² Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, op. cit.

¹³ Jensen J.F., *Interactivity Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*; Jensen J.F., *The Concept of Interactivity - Revisited: Four New Typologies for a New Media Landscape*; Jensen J.F. viene citato anche in Morreale D., *Il racconto audiovisivo online. Dal contenuto interattivo allo storytelling partecipativo* in Arcagni S., *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Latina, Ed. Aracne, 2015.



simulata, abbia sempre attraversato la storia della televisione. Tuttavia è con l'avvento dei nuovi media che essa giunge a delle forme sempre più avanzate, per comprendere le quali torniamo alle quattro tipologie identificate da Jensen.

Nell'*interattività trasmissiva*, l'utente seleziona contenuti in un sistema monodirezionale (come poteva essere il modello televisivo del Televideo).

Più interessante è il modello dell'*interattività conversazionale*, dove l'utente ha la possibilità di elaborare e inserire contenuti in un sistema bidirezionale che tuttavia non modifica la propria interfaccia né i propri contenuti sulla base dell'intervento dell'utente stesso. In ambito audiovisivo molti sono i programmi televisivi che consentono all'utente di inviare messaggi di testo, attraverso dispositivo mobile o e-mail, che vengono poi visualizzati in sovrimpressione durante la trasmissione stessa. Un esempio più avanzato può essere *Freaks!*, una web serie che attua un'interazione basata su *spreadability* e conversazioni mediali:¹⁴ gli autori sono tutti "content creator", produttori di video, che gestiscono il proprio canale personale all'interno della Content Community, Youtube, e che, grazie alla popolarità acquisita, contano su un elevato numero di visualizzazioni. Lavorando a un'opera audiovisiva collettiva, essi hanno favorito un'operazione di convergenza dei propri rispettivi pubblici, che dialogando e interagendo tra di loro, hanno contribuito alla redistribuzione dei video stessi, incorporandoli in contesti diversi e su svariate piattaforme e social network e incrementando così il loro patrimonio informativo con commenti, voti e parole chiave. È questo traffico conversazionale che ha decretato il successo di *Freaks!*, un processo di conversazione continua e di coinvolgimento del pubblico online che tra *tagging*, commenti e ridistribuzioni, diventa intermediario privilegiato nella diffusione dei contenuti e nella loro espansione.

Nel libro *Software Culture*, Lev Manovich spiega molto bene questa dinamica: «Una delle caratteristiche dei social media è che spesso è difficile dire dove finisca il contenuto e dove inizi la discussione inerente il contenuto. Spesso i contenuti, le news e i media diventano "token" utilizzati per cominciare o continuare una conversazione».¹⁵ In fin dei conti contenuto e informazioni prodotte dagli utenti in relazione al contenuto stesso diventano una sola cosa, evolvendosi insieme nel tempo.

Nell'*interattività consultativa* si entra invece nel dominio della comunicazione on-demand, all'interno del quale l'utente, navigando in un sistema bidirezionale che propone scelte multiple, ha la possibilità di costruire un percorso personale che presuppone una fruizione non lineare del contenuto.

¹⁴ Sul concetto di *spreadability* si veda Jenkins H. et alii, *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, NY, NYU Press, 2013. Sul concetto di *conversazioni mediali* si veda Manovich L., *Software Culture*, Milano, Olivares, 2010.

¹⁵ Manovich L., *Software Culture*, op. cit.



L'utente, infatti, con le proprie scelte attraversa un database fatto di tante unità o episodi mediali e in questo modo dà vita a un'istanza dalle diverse possibili narrazioni.

«Nell'era del computer, il database diventa il centro del processo creativo», afferma Manovich nel libro *Il linguaggio dei nuovi media*. «Una narrazione interattiva può essere concepita dunque come la somma di traiettorie multiple attraverso un database». ¹⁶ In realtà la logica del database non nasce col digitale, così come il testo narrativo non lineare (l'ipertesto) ha degli antecedenti nel mondo analogico, sebbene abbia poi trovato piena applicazione nei media digitali. Infatti, già prima della diffusione di massa del computer, il meccanismo della narrazione ipertestuale era stato applicato alla *letteratura finzionale* con una nota serie di libri per ragazzi: *Scegli la tua avventura*. ¹⁷ Le avventure proposte, narrate in seconda persona, mirano a immergere il lettore in un mondo immaginario, esplorabile in soggettiva grazie alla scelta di possibili evoluzioni della storia, selezionabili a ogni principale snodo narrativo; a ogni bivio il lettore può fare una scelta e ognuna di esse conduce a una pagina diversa del libro.

Sicuramente il computer e la rete hanno reso, poi, più fluidi i processi di creazione e fruizione di contenuti ipertestuali, dando vita a sperimentazioni complesse fino ad arrivare a *narrazioni online* che, creando video interattivi con centinaia di combinazioni, portano alle estreme conseguenze la narrazione database. Un esempio italiano è la recente webserie interattiva di Flavio Parenti *Days. The crossmovie* (2013), che consente allo spettatore di selezionare il punto di vista con cui attraversare l'universo finzionale creato dall'autore. ¹⁸

Infine, nell'*interattività registrativa*, gli utenti hanno la possibilità di modificare con le proprie azioni le risposte del sistema il quale, quindi, replica agli input in modo adattivo. Se pensiamo al dominio dell'audiovisivo, ci sono esempi di interattività registrativa messi in atto già dai media broadcast: nel 1988 infatti sull'emittente BBC andava in onda la trasmissione televisiva *What's Your Story*, una sperimentazione della scrittura collaborativa. Un narratore proponeva agli spettatori l'inizio di una storia che veniva proiettata alle sue spalle sotto forma di *fiction* televisiva; a un certo punto veniva interrotta e veniva chiesto agli spettatori di inviare tramite fax, telefono o lettera le loro proposte affinché il racconto procedesse. La sceneggiatura della puntata successiva veniva composta utilizzando le storie migliori che erano state selezionate e che venivano quindi a formare un nuovo segmento di *fiction* televisiva.

¹⁶ Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, op. cit.

¹⁷ In originale *Choose Your Own Adventure* era un format ideato da Edward Packard e pubblicato da Bantam Books tra il 1979 e il 1998.

¹⁸ Il progetto è visibile online all'indirizzo: <https://www.youtube.com/watch?v=fnczQWnUM-8/>, ultima consultazione 4 novembre 2021.



Anche questo meccanismo, adottato sul web sociale, è diventato logicamente più scorrevole grazie alla tecnologia, che ha reso possibili webserie come *I*, del 2006, dove i commenti degli utenti alla puntata pubblicata online determinavano la sceneggiatura delle puntate successive.

Anche la webserie italiana *Lost in Google*, tra il 2011 e il 2012, ha coinvolto gli utenti attraverso una forma di interazione conversazionale e registrativa; i migliori commenti scritti direttamente, sotto l'episodio, su Youtube o sul sito ufficiale, venivano utilizzati per la sceneggiatura degli episodi successivi; mentre quelli non utilizzati – ma comunque divertenti – venivano mandati in sovrimpressione alla fine di ogni puntata.

Vi sono poi esempi di progetti audiovisivi online molto più complessi che integrano diversi modelli di interazione; si tratta di opere interattive che frammentano le strategie narrative classiche della fiction e del documentario e le ricompongono in percorsi ipermediali dove l'utente da solo, o interagendo online con altri utenti, può vivere esperienze immersive che alternano segmenti di fruizione lineare a momenti di controllo dell'azione grazie a soluzioni di interazione algoritmica simile a quella dei videogiochi.¹⁹ *Cloud Chamber* è a tal proposito un progetto del 2014 che coniuga documentario, fiction e gioco; per risolvere gli enigmi che si celano dietro la storia finzionale e accedere ai livelli successivi del gioco, è necessario attivare dinamiche collaborative tra gli utenti che prevedono fasi di raccolta documenti, di condivisione delle informazioni, di discussione collettiva e acquisizione di crediti.²⁰

3. Lo storytelling partecipativo e collaborativo

Da quanto abbiamo visto finora, è evidente che da un concetto di interattività intesa come proprietà dell'oggetto si arriva a un concetto di interattività intesa come attività metaprogettuale, ovvero di creazione delle precondizioni affinché si inneschino meccanismi partecipativi e collaborativi alla costruzione dello stesso prodotto mediale; questi meccanismi sono mediati dalla tecnologia attraverso l'interfaccia interattiva.

Max Giovagnoli,²¹ il pioniere italiano del *transmedia storytelling*, ha identificato le caratteristiche del modello partecipativo e di quello collaborativo evidenziandone le differenze: le narrazioni partecipative come le opere “derivate” che producono i fan e che sono legate a universi finzionali popolari, ad

¹⁹ Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, op. cit.

²⁰ Morreale D., *Il racconto audiovisivo online. Dal contenuto interattivo allo storytelling partecipativo*, in Arcagni S., *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Latina, Ed. Aracne, 2015.

²¹ Giovagnoli Max è stato definito in USA una delle trenta voci che stanno cambiando il modo di raccontare storie in tutto il mondo. Autore e transmedia designer, ha pubblicato con Apogeo, *Cross-media. Le nuove narrazioni* (2009).



esempio le fan fiction o le parodie, si sviluppano autonomamente e spontaneamente su canali non ufficiali; non sono soggette a forme di ricompensa e tendono a un'espressione incontrollata del racconto, in quanto non sono coordinate né supervisionate da una *mentorship*. Le narrazioni collaborative invece prevedono ricompense e premi per i partecipanti che entrano a far parte del team autoriale, interagendo in spazi narrativi controllati che tendono alla chiusura programmata del racconto sotto la supervisione dell'autore stesso attraverso una *mentorship* interna.²²

Gli ultimi progetti analizzati, quindi, stanno spostando l'attenzione dal contenuto interattivo allo *storytelling partecipativo*, ovvero una narrazione che viene costruita cedendo una parte del controllo sulla storia agli utenti stessi, cioè ai fruitori. Questi modelli di narrazioni sono caratterizzati dalla creazione di attivatori culturali: contenuti che invitano gli utenti alla propria decodifica, proponendo enigmi, misteri che mettono in moto l'utente, obbligandolo a compiere azioni per ricostruire l'intreccio e la storia (in gergo si chiamano *call to action*, ovvero inviti all'azione). Entra dunque in gioco una dimensione performativa che invita l'utente a collaborare, condividendo informazioni e competenze per risolvere determinati problemi.

Questo tipo di *storytelling* privilegia la fruizione sociale e collaborativa e sta progressivamente mutando il DNA della narrazione che diventa sempre di più narrazione web. A favorire la crescita e lo sviluppo di queste nuove forme di narrazione partecipativa e collaborativa sono stati ambienti di sperimentazione legati ai giochi di ruolo recitati, agli *alternate reality games* (ARG) o ai giochi in realtà aumentata, che spingono le narrazioni finzionali nel mondo fisico, proiettandole sull'esperienza quotidiana dei fruitori.

4. La transmedialità

Una delle caratteristiche principali delle narrazioni collaborative e partecipative è, dunque, la *transmedialità* ovvero la possibilità di snodarsi, con gradi differenti di ridondanza, su più prodotti mediali veicolati da asset diversi. Ciò significa che ciascun contenuto di un progetto transmediale offre un contributo che è coordinato agli altri e nello stesso tempo autonomo, in grado di fornire all'utente informazioni complementari ma anche un punto di vista sulla storia diverso da tutti gli altri contenuti facenti parte dello stesso progetto.

²² Giovagnoli M., *Transmedia. Storytelling e comunicazione*, Milano, Apogeo, 2013.



A tal proposito il già citato Gary Hayes,²³ produttore multiplatforma presso la BBC e poi presso l'ABC oltre che antesignano del *transmedia storytelling*, afferma che i progetti transmediali possono essere di quattro tipi in base al livello di ridondanza dei contenuti sui diversi asset.

Quando versioni molto simili del contenuto vengono distribuite su canali diversi, la ridondanza è massima; questo tipo di progetto viene chiamato *pushed*. Oltre questa soglia non si parla più di contenuto transmediale ma di contenuto multiplatforma.

Il secondo tipo, invece, chiamato *extra* presuppone che ci sia un contenuto mediale principale al quale corrispondono contenuti ancillari che su piattaforme diverse forniscono informazioni aggiuntive, extra appunto.

Il terzo tipo è quello che potremmo definire il modello classico di transmedialità, ovvero quello in cui ogni contenuto è collegato agli altri attraverso rimandi e indizi (i *bridge*). Ogni asset offre al fruitore una prospettiva diversa sulla storia narrata. Questo modello viene chiamato, naturalmente, *bridge*.

Infine c'è una quarta tipologia chiamata *experience* in cui la ridondanza è minima e l'utente è chiamato a fruire di tutti i contenuti distribuiti su diversi asset per ricostruire il senso della narrazione generale. Ne sono un esempio gli *Alternate Reality Game* (ARG) in cui la fruizione, mediata da una molteplicità di dispositivi come cellulari, computer e oggetti fisici, è al tempo stesso interattiva, in quanto si instaura una relazione tra i progettisti e i giocatori che si realizza nella dimensione performativa del gioco.

Un esempio storico di ARG è *The Beast*, un gioco immersivo creato nel 2001 da Microsoft per la campagna pubblicitaria del film di Steven Spielberg *Intelligenza Artificiale*. Una serie di indizi disseminati nel mondo fisico, tra cui lo stesso manifesto del film, consentiva agli utenti di cercare online e di trovarsi nell'universo finzionale del film, esplorandolo in prima persona.

Un esempio di ARG italiano è invece *Frammenti*, una serie transmediale andata in onda tra il 2009 e il 2010 su CurrentTV. In ogni puntata, gli spettatori ricevevano un enigma che erano invitati a risolvere nell'arco di una settimana, interagendo sul web tra di loro e con i personaggi stessi della serie attraverso i loro profili sui social network, anche esplorando luoghi fisici in cui attori reclutati dalla

²³ Hayes G., *Cross-Media*, post sul blog «Personalize Media», <http://www.personalizemedia.com/articles/cross-media/>, ultima consultazione 4 novembre 2021.



produzione avevano il compito di consegnare indizi. In ogni puntata poi venivano presentate le soluzioni identificate dai giocatori grazie alle quali i protagonisti potevano proseguire la loro avventura.²⁴

5. *Il database*

Dopo che la narrazione ha privilegiato, per secoli, il romanzo e poi il cinema come forma principale di espressione culturale, possiamo dunque dire, a pieno titolo, che l'era del computer ha introdotto una nuova forma: il *database*. Ma perché i nuovi media favoriscono il database? E soprattutto che relazione c'è tra database e narrazione?

Prima di provare a rispondere a queste domande, bisogna chiarire il significato del termine database. Nella scienza informatica corrisponde a una raccolta strutturata di dati. Per quanto riguarda invece l'utente, i database si presentano come collezioni di voci su cui egli può effettuare una serie di operazioni come guardare, navigare, ricercare. L'esperienza è dunque diversa da quella che può essere la lettura di un romanzo o la visione di un film; allo stesso modo, una narrazione letteraria o cinematografica e un database offrono ognuno un modello diverso di ciò che è il mondo. Potremmo addirittura dire che il database rappresenta un nuovo modo di strutturare la nostra esperienza con noi stessi e con il mondo.

Anzi, se dopo la morte di Dio (Nietzsche), la fine del sogno illuministico (Lyotard) e l'arrivo del Web (Tim- Bernes-Lee), il mondo ci appare come una raccolta infinita e destrutturata di immagini, testi e record di dati, è più che logico assimilarlo ad un database. Ma è altrettanto logico voler sviluppare una poetica, un'estetica ed un'etica per questo database.

Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, p. 274

Le enciclopedie multimediali rappresentano i modelli più chiari del predominio della forma-database nei nuovi media ma anche i CD-ROM o DVD commerciali, che contengono raccolte di tutti i tipi: ricette, citazioni, fotografie, ecc. I "musei virtuali", per esempio, sono dei CD-ROM che accompagnano l'utente all'interno di un museo che diventa, a tutti gli effetti, un database delle immagini delle opere in esso contenute e che possono essere classificate secondo diverse logiche: per paese, per artista, cronologicamente.

È tuttavia con Internet che la forma database ha avuto il suo massimo sviluppo. Nella programmazione originaria in HTML, la pagina web è un elenco sequenziale di elementi separati: immagini, blocchi di testo, videoclip digitali e link. Un elenco che può essere continuamente aggiornato con

²⁴ Morreale D., *Il racconto audiovisivo online. Dal contenuto interattivo allo storytelling*, op. cit.



l'aggiunta di un nuovo elemento: basta aprire un file e aggiungervi una nuova riga. Il sito di un importante motore di ricerca, in realtà, non è che un'enorme raccolta di link che rimandano ad altri siti.

Essendo simile a un CD-ROM, infatti, il Web si è manifestato come un terreno fertile per generi preesistenti che già si ispiravano al database, come può essere la bibliografia, ma ha anche ispirato esso stesso la creazione di nuovi generi, come i siti dedicati a un personaggio o a un fenomeno che pur contenendo del materiale originale presentano un insieme di link che rimandano inevitabilmente ad altre pagine che riguardano quel personaggio o quel fenomeno. Questa natura aperta del Web come mezzo espressivo comporta che i siti non siano mai completi; essi crescono sempre con l'aggiunta di nuovi elementi a ciò che già contengono.

Tutto ciò contribuisce alla logica anti-narrativa del Web. Se il materiale continua a cambiare, come ci si può aspettare una narrativa coerente? Quando si aggiungono sempre nuovi elementi, il risultato è *una collezione, non una narrazione*.

5.1. L'ontologia del computer proiettata sulla cultura

È pur vero che non tutti i nuovi oggetti mediali sono esplicitamente dei database. Per esempio, i videogiochi sono percepiti dai loro fruitori come delle narrazioni perché viene loro assegnato un compito ben preciso che può essere vincere una gara o superare degli ostacoli, ed è proprio grazie a questo compito che il giocatore vive il gioco come una narrazione.

In realtà la base narrativa di un videogioco maschera un semplice algoritmo che non è altro che un procedimento che permette la risoluzione di determinati problemi attraverso l'applicazione di una sequenza finita di istruzioni che a loro volta devono essere interpretate ed eseguite fino alla loro conclusione, e che porteranno il giocatore a sconfiggere tutti i nemici o a conquistare dei tesori. Ciò significa che man mano che egli procede, scopre le regole che muovono l'universo del gioco, la sua logica sotterranea e quindi il suo algoritmo.

Potremmo anche dire che se la fisica riduce il mondo ad atomi e la genetica a geni, la programmazione informatica inquadra il mondo nella sua logica. Secondo questa logica il mondo si riduce a due tipi di oggetti software complementari: le strutture dei dati e gli algoritmi. Ogni processo o compito viene ridotto ad algoritmo: un insieme sequenziale di operazioni che il computer svolge per rispondere a una determinata richiesta; allo stesso modo ogni oggetto o fenomeno – che sia un tavolo o la popolazione di una città – viene modellato come una serie di dati organizzati in modo da garantirne la ricerca.

Tra i due esiste una relazione simbiotica, secondo la quale più complessa è la struttura dati di un programma informatico, più semplice deve essere l'algoritmo, e viceversa. Nell'ottica dei computer, le



strutture dati e gli algoritmi costituiscono insieme le due metà dell'ontologia del mondo. Per cui se i CD-ROM e i database utilizzati su Internet sono manifestazioni culturali di una metà di questa ontologia (cioè le strutture dati), i videogiochi rappresentano quelle della seconda metà: gli algoritmi.

Ma torniamo al nostro quesito e cioè al tipo di relazione che può esistere tra database e narrazione.

5.2. Database vs narrazione?

Abbiamo detto che il database rappresenta il mondo come un elenco di voci che non sono ordinate e che si rifiuta di ordinare mentre sappiamo che una narrazione crea una traiettoria causa-effetto di voci (che possiamo definire eventi) che solo apparentemente sono disordinati. Ne deriva che narrazione e database sono nemici naturali.

A differenza di tutti i giochi, le narrazioni non richiedono ai lettori un comportamento che segua l'algoritmo. Eppure, sia nelle narrazioni che nei giochi, il fruitore deve scoprire la logica sottintesa; il lettore di un romanzo, come il giocatore, ricostruisce man mano l'algoritmo (in senso metaforico) utilizzato dall'autore per creare i personaggi, gli ambienti e gli eventi della sua opera.

Ora, se pensiamo a una installazione interattiva, come può essere *Legible City*,²⁵ l'utente si ritrova a navigare in una città virtuale composta dalle lettere dell'alfabeto ed è coinvolto in una serie di attività comportamentali e cognitive che hanno una loro logica narrativa; ma si tratta pur sempre di un database, un database di lettere tridimensionali che compongono un panorama urbano.

Questo vuol dire che, indipendentemente dal fatto che i nuovi oggetti mediali si presentino sotto forma di narrazioni lineari, interattive o altro ancora, a livello di organizzazione del materiale sono, e restano, tutti database.

Più precisamente potremmo dire che il database può sostenere la narrazione. Questo è ciò che possiamo evincere da quanto delineato finora; ma non c'è nulla nella sua logica che ne stimoli la produzione. In definitiva narrazione e database non hanno, nella cultura dei computer, lo stesso status.

Per questo, invece di metterli in relazione sarebbe preferibile considerarli due impulsi creativi diversi, due risposte essenziali al mondo, due forme d'immaginazione concorrenti che, in realtà, precedono entrambi la nascita dei nuovi media.

Il patrimonio culturale degli antichi greci comprendeva narrazioni molto lunghe come i poemi omerici, l'*Iliade* e l'*Odissea*, ma anche enciclopedie. Così come Diderot è stato autore di romanzi ma

²⁵ Il progetto è visibile online all'indirizzo: <http://artnetweb.com/guggenheim/mediascape/shaw.html/>, ultima consultazione 4 novembre 2021



anche coautore del più grande progetto editoriale del XVIII secolo, la colossale *Encyclopédie*.²⁶ Trovare un'enciclopedia pura, cioè priva di tracce di narrazione è difficile ma è anche vero il contrario. Per esempio, prima dell'uso dell'ordine alfabetico, la maggior parte delle enciclopedie erano organizzate per argomento e gli argomenti seguivano un ordine particolare (di solito quello delle sette arti liberali). Allo stesso modo molte narrazioni, come i romanzi di Cervantes e gli stessi poemi omerici, si rifanno a una enciclopedia immaginaria.

Essendo in competizione nel dare un significato al mondo, il database e la narrazione hanno dato vita a un'infinità di ibridi. Ora il nuovo campo sul quale si scontrano è quello dei media contemporanei.

Se pensiamo alla fotografia, vediamo che impera il database: il campo della registrazione visiva privilegia infatti i cataloghi, gli elenchi, le tassonomie. Il cinema invece, il medium successivo di registrazione visiva, privilegia la narrazione. Quasi tutti i film, infatti, sono delle narrazioni. Il nastro magnetico usato nei video non porta mutamenti sostanziali; tuttavia in seguito le apparecchiature in grado di effettuare l'archiviazione digitale dei dati tornano a privilegiare i database. Oggi il computer digitale è il mezzo espressivo ideale per la forma database.

Interessante a questo proposito un articolo del 1978, *Video: The Aesthetics of Narcissism* in cui la storica dell'arte Rosalind Krauss afferma che il video non è un mezzo espressivo fisico ma psicologico, un supporto del narcisismo. «Il medium reale del video è una situazione psicologica i cui termini effettivi consistono nel distrarre l'attenzione da un oggetto esterno –che è l'Altro – e nell'investirla nel Sé».²⁷

Applicando questa analisi a molte installazioni interattive a base informatica, sarebbe come dire che l'utente di un'installazione di questo tipo si trova davanti la propria immagine, con la possibilità di giocare e di vedere come i propri movimenti inneschino vari effetti. Quasi tutti *i media funzionano come enormi specchi* che riflettono non solo l'immagine umana ma anche le sue attività, innescando un tipo di narcisismo che non è solo contemplazione passiva ma anche azione. L'utente infatti muove il cursore, clicca sulle icone, preme i tasti, e lo schermo del computer funge da specchio, in cui si riflettono queste attività, spesso amplificandole enormemente. Ma anche senza amplificazione, l'interfaccia grafica

²⁶ «Opera fondamentale dell'Illuminismo francese, l'*Encyclopédie*, ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers, par une société de gens de lettres costituisce, per impostazione e collocazione storica, la prima grande iniziativa culturale moderna. Nata dall'idea di una traduzione corretta e ampliata della *Cyclopaedia* di Chambers, l'impresa mutò di segno quando l'editore ne affidò la direzione a Diderot e, “quanto alla parte matematica”, a d'Alembert. Attorno al nuovo progetto furono chiamati a raccolta, come sottolineò Diderot, talenti appartenenti a “tutte le branche dello scibile umano», al fine di costituire «una società di scrittori e di artisti, intenti ciascuno al suo settore, e legati soltanto dall'interesse generale del genere umano e da un sentimento di reciproca benevolenza»», cfr. [https://www.treccani.it/enciclopedia/enciclopedia_\(Dizionario-di-filosofia\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/enciclopedia_(Dizionario-di-filosofia)/), ultima consultazione 11 novembre 2021.

²⁷ Krauss R., *Video: The Aesthetics of Narcissism*, in Hanhardt J., in «Video Culture», p. 187.



moderna funge di per sé da specchio in quanto rappresenta sempre l'immagine dell'utente che si muove lungo lo schermo sotto forma di cursore.

6. Un punto d'intersezione: il cinema

Gli infiniti tentativi di creare “narrazioni interattive” mostrano la nostra insoddisfazione nei confronti del computer come semplice enciclopedia o registro di effetti. È come se ci aspettassimo che le narrazioni realizzate al computer offrano nuove possibilità estetiche, impensabili prima dell'arrivo dei computer digitali.

Forse potremmo giungere a nuovi tipi di narrazione concentrandoci sulla coesistenza e la cooperazione tra narrazione e database piuttosto che sulla loro conflittualità. A questo proposito abbiamo qualcosa da imparare dal cinema, perché esso già si colloca nel punto d'intersezione tra database e narrativa. Tutto il materiale girato può essere considerato come un database, anche in virtù del fatto che la realizzazione di un film non segue la narrazione ma le esigenze della produzione. Sarà poi il montatore in fase di editing ad attingere a questo database e a creare una traiettoria tra tutte quelle possibili. Tutti i registi si trovano, in realtà, a fronteggiare il dilemma database-narrazione, ma pochi, forse, l'hanno fatto in maniera consapevole.

Uno di essi è Peter Greenaway, uno dei registi più impegnati nell'esplorazione delle potenzialità del linguaggio cinematografico. Nel montaggio dei suoi film egli adoperava diversi sistemi, nel tentativo di abbandonare la narrazione lineare; il suo preferito si basa sui numeri. La loro sequenza funge da cellula narrativa che persuade lo spettatore ad assistere a una narrazione anche se le scene che si susseguono non hanno nessuna connessione logica.

Accanto a Greenaway, è Zita Vertov, l'altro grande “regista database” del Novecento. E il suo film, *L'uomo con la macchina da presa*, è forse il più importante esempio di immaginario da database. In una delle sue inquadrature principali compare una sala da montaggio piena di scaffali adoperati per conservare e organizzare il materiale girato. Il paragone con un database è lampante.

I risultati estratti da questo archivio e organizzati in un determinato ordine diventano il ritratto della vita moderna, un'interpretazione delle immagini che possiamo incontrare tutti i giorni. L'obiettivo è quello di decodificare il mondo attraverso le superfici visibili all'occhio umano, aiutato ovviamente da una macchina da presa.

Ciò che colpisce di questo film non sono né i fenomeni osservati né le interazioni che il regista cerca di stabilire tra loro per scoprire l'ordine segreto del mondo, ma piuttosto il grande catalogo di tecniche filmiche che contiene.



Ciò a cui Vertov vuole giungere è il coinvolgimento dello spettatore nel suo modo di vedere e di pensare. Egli vuole condividere la sua eccitazione e il suo entusiasmo per la scoperta di un nuovo linguaggio cinematografico.

Nelle mani di Vertov, insomma, il database, normalmente statico e oggettivo, diventa dinamico e soggettivo. Ma soprattutto, ed è qui che la nostra domanda originaria trova risposta, egli riesce a realizzare qualcosa che programmatori e artisti devono ancora imparare: fondere il database e la narrativa in una nuova forma espressiva.

Nell'era dei computer, la maggioranza dei critici e degli spettatori, identifica il cinema con la narrazione, considerando i media digitali come gli strumenti che gli consentano di raccontare le sue vicende in maniera nuova, secondo una modalità interattiva. Ma nonostante le possibilità offerte dall'interattività coinvolgano lo spettatore, facendogli scegliere varie soluzioni per la vicenda narrata in maniera attraente ed eccitante, esse riguardano solo un aspetto del cinema, quello narrativo, che non è unico.

La sfida che i media digitali lanciano al cinema, infatti, non si limita alla narrativa; essi ridefiniscono la stessa identità del cinema. Da quando al computer si può simulare di tutto, filmare la realtà non è che una delle tante possibilità.

Oggi si possono realizzare scene cinematografiche direttamente sul computer, per cui la ripresa dal vivo perde la sua caratteristica di “materia prima” della costruzione cinematografica per diventare uno dei suoi tanti elementi: solo una materia manipolata manualmente che potrà essere combinata con delle scene 3D e ritoccata al computer.

Ciò vuol dire che una volta digitalizzato il film, o registrato direttamente in formato digitale, perde il suo rapporto privilegiato con la realtà prefilmica. Il computer, infatti, non distingue tra l'immagine ottenuta con l'obiettivo fotografico, l'immagine realizzata con un programma di montaggio o l'immagine sintetizzata tramite un software di grafica tridimensionale, perché tutte e tre le immagini sono costituite dallo stesso materiale: i pixel. E questi, indipendentemente dalla loro origine, si possono tutti modificare, sostituire e manipolare. Tutto questo dimostra, in maniera chiara, il nuovo status delle immagini in movimento e cioè il suo codice informatico.

Nell'era del computer, dunque, anche il cinema, come altre forme culturali consolidate, diventa un codice: il suo linguaggio è codificato nelle interfacce e negli standard di hardware e software. Inoltre, possibilità che prima venivano emarginate acquistano centralità: l'animazione sfida il cinema dal vivo, il database sfida la narrazione e la distribuzione online della cultura sfida i formati tradizionali off-line.

Volendo usare una metafora tratta dalla cultura dei computer, i nuovi media trasformano l'intera cultura in “fonte aperta”. Ma è proprio questa “apertura” di tecniche, forme e convenzioni a costituire l'effetto culturale più promettente della computerizzazione, ovvero la possibilità di vedere l'essere



umano e il mondo in una prospettiva nuova, con delle modalità che erano impensabili a «l'uomo con la macchina da presa».²⁸

Conclusion

Il profilo di una nuova forma d'arte è già visibile ma le sue regole sono labili e, a volte, sfuggenti sia per i produttori che per i consumatori.

Una cosa però la sappiamo tutti: alle persone piace mettersi in gioco, immergersi in qualcosa; vogliono essere coinvolte in una storia, ritagliarsi uno spazio, un ruolo e renderlo proprio, preferibilmente in una dimensione ludica che è quella che più attecchisce e attrae. Ma un autore come può accontentarle? E soprattutto come gestire i confini sempre più sfumati tra realtà e finzione, tra pubblico e autore, tra storia e gioco?

Per ora non esiste una risposta definitiva. Al momento possiamo, senza dubbio, affermare che l'immaginazione è fondamentale e non solo per chi le storie le racconta ma anche per chi le riceve. Il narratore inventa i personaggi e costruisce una trama, usando le modalità e le tecniche di cui dispone; il lettore, e in senso più ampio il pubblico, riempie i vuoti e completa lo scenario, l'universo creato, mettendo in gioco altrettante potenzialità.

«Siamo tutti al servizio delle storie!».²⁹

²⁸ Manovich L., *Il linguaggio dei nuovi media*, op. cit.

²⁹ Rose F., *Il mestiere di raccontare storie nell'era di internet*, Torino, Codice Edizioni, 2017.



BIBLIOGRAFIA

GIOVAGNOLI Max, *Transmedia. Storytelling e comunicazione*. Milano, Apogeo, 2013.

JENKINS Henry et alii, *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. NY, NYU Press, 2013.

KRAUSS Rosalind, *Video: The Aesthetics of Narcissism*, in Hanhardt J., «Video Culture».

MANOVICH Lev, *Il linguaggio dei nuovi media* (2001), Milano, Edizioni Olivares, 2002.

MANOVICH Lev, *Software Culture*, Milano, Olivares, 2010.

MORREALE Domenico, *Il racconto audiovisivo online. Dal contenuto interattivo allo storytelling partecipativo* in ARCAGNI S., *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Latina, Ed. Aracne, 2015.

ROSE Frank, *Il mestiere di raccontare storie nell'era di internet*, Torino, Codice Edizioni, 2017.



SITOGRAFIA

<https://caponatameccanica.com/lalba-dei-librogame-di-giulio-lughi/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Macchina_analitica/

<https://www.treccani.it/enciclopedia/dagherrotipo/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Joseph-Marie_Jacquard/

https://it.wikipedia.org/wiki/Ufficio_del_censimento_degli_Stati_Uniti_d'America/

<https://www.treccani.it/enciclopedia/herman-hollerith/>

<https://www.treccani.it/enciclopedia/alan-mathison-turing/>

<https://www.youtube.com/watch?v=fnczQWnUM-8/>

<http://www.personalizedmedia.com/articles/cross-media/>

<http://artnetweb.com/guggenheim/mediascape/shaw.html/>

[https://www.treccani.it/enciclopedia/enciclopedia_\(Dizionario-di-filosofia\)/](https://www.treccani.it/enciclopedia/enciclopedia_(Dizionario-di-filosofia)/)



L'AUTRICE



Olimpia Piccolo nasce a Marano di Napoli nel 1964. Ha studiato Teologia, conseguendo il Magistero in Scienze Religiose, e dal 1986 insegna religione nella scuola primaria. Ha da sempre la passione per la scrittura e le sue prime due pubblicazioni sono delle storie autobiografiche: *Non è mai tardi* (Il Filo, 2009), per la quale ha ricevuto il *Premio per narrativa edita al 23° Concorso Letterario Internazionale "Giovanni Gronchi"* (Pontedera 2009) e un diploma di merito alla terza edizione del *Premio nazionale di poesia e narrativa "Alberoandronico"* (Roma 2010); *A piedi nudi sulla sabbia* (Homo Scrivens, 2014).

Ha partecipato a diversi volumi di scrittura collettiva: *Enciclopedia degli scrittori inesistenti 2.0* (Homo Scrivens, 2012), *Napolicromie* (Book Factory, 2013), *Napoli in cento parole* (Giulio Perrone 2014), *Serial Novel*, terza stagione (Homo Scrivens, 2015), *Raccontarsi donna* (GMpress, 2019).

È del 2016 il suo romanzo *L'altra faccia della luna*, (Lulu), per il quale si è classificata prima al *Concorso "Alla mensa dei sogni"* (Taranto, 2011, Sezione inediti) e finalista al *Premio Cuzzolin* (Napoli, 2016, Sezione Social).

Ha ricevuto una *Menzione d'onore* per il racconto *L'armadio di Chloè* (sul tema dell'Alzheimer) al 2° *Premio Letterario "Ponte Vecchio"* (Firenze, 2016). È risultata finalista al *Premio "Solo per cultura, ammuinamm' 'stu paese"* (Napoli, Maggio 2017) e al *Premio Letterario Nazionale "Villotte: Storie in cammino... Un cammino di storia"* (I edizione, 2017) per la favola, ancora inedita, *La perla preziosa*.

Nel 2021 si laurea in Lettere, indirizzo "Cinematic arts, Film and Television production" con la tesi *La logica del database e l'ipertesto: interattività nella letteratura e nei media audiovisivi*.