

LA SOCIETÀ DIGITALE

5

Direttore

Mario RICCIARDI
Politecnico di Torino

Comitato scientifico

Giovanni BOCCIA ARTIERI
Università di Urbino

Massimo RIVA
Brown University

Simone ARCAGNI
Università di Palermo

Elisa GIACCARDI
Deft University of Technology

LA SOCIETÀ DIGITALE



L'obiettivo della collana è affrontare la società digitale così come si presenta ai nostri occhi in tutte le sue componenti. Sono previsti perciò contributi nell'area della comunicazione, dello *storytelling*, della psicologia, dell'economia e del diritto digitale.

Il progetto fa riferimento piuttosto che alle tradizionali collane corredate da pleorici comitati scientifici al modello delle fondazioni soprattutto statunitensi. Si basa perciò su programmi in cui ristretti comitati scientifici si assumono l'onere di progettare e seguire direttamente le pubblicazioni stesse.

Transmedia e co-creazione

Intermediari grassroots e pubblici online
nella produzione transmediale italiana

a cura di

Domenico Morreale

Prefazione di
Gino Frezza

Contributi di
Simone Arcagni
Giulia Bertone
Federico Biggio
Alessandro Carpin
Giovanni Ciofalo
ConiglioViola
Valerio Di Paola
Mariano Equizzi
Silvia Leonzi
Giulio Lughì
Domenico Morreale
Sara Monaci
Massimo Riva





Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXVIII
Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it
info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-1277-9

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: marzo 2018

Indice

- 9 Prefazione. Transmedia storytelling e ricerca innovativa
Gino Frezza
- 15 Presentazione
Domenico Morreale
- 17 Digital worldbuilding e co-creazione. La prospettiva delle
scienze sociali sui transmedia studies italiani
Domenico Morreale
- 39 Transmedia Storytelling and Other Challenges (and Op-
portunities) for the (Digital) Humanities
Alessandro Carpin, Massimo Riva
- 53 Parola chiave: convergenza
Simone Arcagni
- 63 Co-creation in Italian Transmedia Production
Domenico Morreale
- 77 Frammenti di un discorso transmediale
Silvia Leonzi, Giovanni Ciofalo, Valerio Di Paola
- 87 Serialità web tra narrazione transmediale e fruizione so-
ciale online
Domenico Morreale
- 103 Storytelling e social media. Dinamiche conversazionali,
partecipative e collaborative nella produzione di *Vittima
degli Eventi*
Domenico Morreale

- 115 Mappe letterarie transmediali. L'arte contemporanea in dialogo con il 900
Giulio Lughì, ConiglioViola
- 125 Il paradigma dell'*augmentation*. Interattività immediata e progettazione cooperativa
Federico Biggio
- 139 28 by Komplex
Simone Arcagni
- 145 Interactive Media in Urban Space
Giulio Lughì
- 149 SurreAR. Storytelling with a medium in a time/space transition
Sara Monaci, Mariano Equizzi
- 165 Alternate Reality Game and Cultural Heritage. The "Aequilibrium Project"
Giulia Bertone, Domenico Morreale
- 181 Gli Autori

Prefazione

Transmedia storytelling e ricerca innovativa

GINO FREZZA*

La ricerca sociale sui media, in Italia e fuori d'Italia, ha compiuto numerosi passi avanti negli ultimi due decenni ma, a evidenza, il territorio che resta ancora da esplorare (ossia come, con quale varietà di forme e modi, e con quale incidenza, i media informano la vita sociale) aumenta a vista d'occhio. Le acquisizioni raggiunte (centralità dello studio dei media intesi come motori del cambiamento sociale, importanza del ruolo da essi svolto nella strutturazione culturale della società, ecc.) in certe occasioni paiono dissolversi quando si hanno davanti le sfide da raccogliere e i compiti — inediti e dall'ampia, impreveduta, quantità... — che si stagliano all'orizzonte.

Questo volume curato da Domenico Morreale, contenente vari saggi del curatore e altri scritti firmati da studiosi e ricercatori giovani e meno giovani, tutti assai valenti nell'affrontare tematiche emergenti nelle pratiche più diffuse delle comunicazioni online e dei social media (come, fra altre, quelle del transmedia storytelling, della co-creazione, del rapporto con le memorie mediali precedenti e dei cambiamenti della fiction seriale nel web), costituisce un passo avanti nella direzione giusta.

Il lavoro di scavo e di approfondimento, e la ricerca dispiegata in questo libro, consentono di ridurre il gap fra le conoscenze consolidate e note sull'universo dei media e quelle che occorre acquisire e ulteriormente diffondere nella comunità degli studiosi e nel pubblico più vasto. Questo libro ha il pregio, non frequente, di operare a 360° sull'intero arco delle questioni che l'epoca dei media digitali pone a chi vuole capire, in profondità, in che modo la società di oggi sta definendo, se non generando, una sua complessa identità, diversa dal passato. Riferendomi al passato intendo, qui, non soltanto quello

* Università degli Studi di Salerno.

più lontano (diciamo: una sessantina d'anni fa, quando la televisione intervenne a cambiare lo scenario delle comunicazioni sociali centrate, fino a metà Novecento, sulla preminenza del cinema) ma anche quello più vicino (per esempio: quando, fra la fine degli anni Novanta del XX° secolo e inizio del XXI°, la prima fase d'avvio delle reti digitali diede una scossa di forte entità alle forme e ai modi della civiltà post-industriale e delle comunicazioni nell'era delle neo-televisioni).

Un primo dato interessante del libro curato da Morreale è anzitutto la preminenza assegnata al concetto di *transmedia*. Si tratta di una scelta importante, con la quale si sottolinea un fatto cruciale: nell'attuale sistema dei media digitali, i singoli media operano in forme né separate le une dalle altre né in una specificità intangibile o inscalfibile, bensì quali parti di un ecosistema. All'interno di questo, ciascuno dei media occupa uno spazio di produzione e di significazione che non resta isolato ma concorre a trasformare l'insieme: intanto che ogni singolo medium si traduce e si incrocia nelle forme e nei modi degli altri, il sistema intero, a sua volta, si rende una complessa dimensione del *reale*, permeata dalla correlazione integrata — ossia dalla *transmedialità* costitutiva — di ciascun medium rispetto agli altri.

Vari saggi del volume entrano in profondità entro questa complessa, nuova, dimensione delle forme comunicative digitali; quando, per esempio, si segnala in quali maniere il cinema diviene altro da Sé quando si trasferisce nei video sul web o nelle pratiche di *realtà aumentata*; o quando la fiction seriale diviene narrazione ulteriormente frammentata assumendo, poi, un'alta connettività sequenziale nelle web series; o, ancora, quando alcuni ben noti characters del fumetto horror divengono personaggi di una fiction sul web fortemente connotata da una partecipazione non solo economico-produttiva ma tesa a orientare e selezionare una narrazione più attenta ai *desiderata* di quel pubblico che ha saputo svolgere il ruolo di co-autore.

Non è, quindi, un caso se un secondo dato interessante di questo libro è il concetto di *co-creazione* nei media digitali. È un concetto con una propria storia evolutiva, risalente a varie fasi della complessità del rapporto fra media e pubblici, almeno dall'epoca in cui sorge la televisione non più generalista (ossia, dalla seconda metà degli anni Ottanta in poi). Dal concetto di *prosumer* (che unisce le funzioni del produttore e del consumatore) a quello di co-creazione c'è infatti da chiarire come, dalla parte del pubblico (quale? Quello collettivo

dei grandi numeri del consumo di massa ex televisivo, o quello quasi-isolato in molecole individuali nelle postazioni del web? O quello che associa individui e crea comunità che vivono secondo presenze dall'incontinenza temporale, come nei social?...) si possa essere non soltanto produttori-consumatori ma, insieme, soggetti abili a prendere decisioni cheentino nella stessa ideazione e nella realizzazione esecutiva di inediti formati della comunicazione audiovisiva.

Sul concetto di co-creazione il curatore di questo libro insiste più volte e, a mio avviso, fa bene a insistere, perché è un nodo chiave. Quand'anche ancora non fosse interamente risolto in tutte le sue pieghe di significato, tuttavia è posto nel cuore di quelle diverse fenomenologie con cui, all'interno delle piattaforme di comunicazione, viene declinato il rapporto fra usi tecnologici e interazioni socio-culturali.

È evidente che, nella attuale situazione dei media digitali, si staglia un panorama in incessante mutamento; non più sottoposto alla temporalità dei cicli tecnologici (un tempo, potevano essere cinque, dieci, vent'anni...), ma quasi subissato da innovazioni permanenti (un giro d'esistenza di tecnologie e piattaforme e opportunità comunicative vigenti al massimo un anno, se non mesi...). Innovazioni secondo cui le forme partecipative dei soggetti (individuali e collettivi) entrano nel grande gioco della presenza e dell'attività digitale, informando di sé, con incidenze del tutto imprevedute, il mondo cosiddetto *offline*.

È un panorama di processi comunicativi, e di forme relazionali fra la sfera produttiva e quella dei consumi e dei comportamenti culturali, del tutto differente da come la sociologia dei media (e la prima mediologia sorta oltre trent'anni fa) ha concepito, fino adesso, il rapporto fra media, società, culture.

Il concetto di co-creazione ribalta completamente i saperi che la vecchia sociologia dei media ha diffuso a partire dalla metà del secolo scorso; la realtà degli apparati e delle tecnologie di comunicazione si è evoluta nel senso soprattutto di opportunità creative che i pubblici sempre più agiscono con una soggettività in grado di esprimersi e di affermarsi, disponendo reti di comportamenti che hanno un'ampiezza sia sovranazionale e globalizzata, sia de-localizzata e parcellizzata; tutto ciò da un lato ha decostruito la massa concepita uniforme e totalitaria mezzo secolo fa, e dall'altro pone nuove incognite a coloro che cercano di cogliere lo "spirito del tempo", ossia le relazioni profonde che tra-passano e che s'instaurano fra l'uno e i molti. Non c'è dubbio che la società digitale di oggi richieda

nuove mappe concettuali e ipotesi e pertinenze interpretative meglio adeguate; in questo libro, alcune di esse vengono proposte con un certo coraggio e, talvolta, con l'ambizione di rappresentare ciò che, assumendo un forte significato, accade nel nostro presente.

Un terzo elemento interessante di questo libro, ma non in ordine minore d'importanza (esso è, anzi, invero centrale nell'argomentazione degli autori dei vari saggi), è il concetto di *storytelling*, ossia di *narrazioni* (uso appositamente il plurale di questo sostantivo, perché nei social media, e nelle più avanzate piattaforme e tecnologie digitali, le forme narrative si moltiplicano e si diversificano esponenzialmente). Il *transmedia storytelling* è lo stadio delle forme e delle modalità di racconto reso oggetto di particolari e approfondite osservazioni da più autori di questo libro, seguendo prospettive talvolta diverse per la pertinenza dell'angolo di osservazione, ma anche tentando di integrare tali prospettive in una visione unitaria che radiografi le diverse modalità con cui oggi si racconta.

Ma è chiaro, invero, come l'analisi del *transmedia storytelling* sia, non casualmente, scaturita dall'esigenza di comprendere in modo non superficiale che cosa significa oggi dire che si racconta, e che cosa. Proprio su questa linea il libro incrocia alcune questioni decisive. Per esempio, il nodo tessuto fra queste forme inedite di narrazione e il tema dell'*immaginario* o degli *immaginari*. Come, e che cosa, immagina la società di oggi, quale racconto questa assume come proprio riflesso identitario, oppure quale visione simbolica di vissuti praticati dentro e fuori dalle piattaforme mediali stesse? Quali nessi trasversali si costituiscono fra racconti e racconti, fra, e nell'orbita di, vari media, costituendo lo scenario, conscio e inconscio, dei temi che definiscono un'epoca, una esperienza collettiva, una identità culturale globale–locale?

È chiaro che su questo punto si colloca un problema discriminante. Come si producono fenomeni *cult* dentro la società digitale? Ricorrendo ad archetipi antichi, che riformino le vecchie, originarie, questioni del rapporto fra Cultura e Natura? O, piuttosto, ricercando assemblaggi inediti di vita in ambienti dove il passato, e le stesse memorie mediali, siano — come si dice — *rimediati* opportunamente, secondo pertinenze meglio adatte all'era contemporanea? Dove il passato, insomma, possa contare, ma senza il peso dei riferimenti stabili in tutte le condizioni, essendo l'identità obbligata a riformularsi costantemente, per il perenne mutare dei contesti di comunicazione?

Uno dei grandi meriti di questo libro è che tali domande si pongono durante la lettura, come percorsi paralleli alla lettura stessa, in

una sorta di interrogazione sottesa, che scruta la consistenza delle ipotesi e delle osservazioni fatte dagli autori, mettendole in rapporto con l'esigenza del lettore di riconoscersi nelle fenomenologie oggetto delle diverse analisi.

Da un lato, questo libro sa dire molto bene come il panorama della società digitale di oggi sia costituito da media che si rinnovano incessantemente (anche perdendo la "pelle" che li ha contenuti per oltre un secolo: si veda come il Cinema sia tutt'altra cosa da quella entità industriale e monopolizzatrice che ha segnato la cultura del primo Novecento, divenendo oggi un medium polifonico e policentrico, disseminato su strati produttivi dentro cui la moltiplicazione degli spazi e dei soggetti creativi produce l'idea ingenua che esso si sia dileguato, mentre invece esso riappare altrove nei modi più imprevisi...).

Dall'altro sa bene sottolineare che non esiste più un pubblico omogeneo alle diverse piattaforme mediali, e nemmeno omogeneo fra di esse o dentro le singole piattaforme, ma che si impone il farsi e disfarsi ricorrente di pubblici che, mentre polarizzano i consumi (ossia producono frammentazione e separazioni), possono coagularsi in grandi agglomerati (unitari e, altresì, diversificati al loro interno) o, perfino, specializzarsi in nuclei e campi esclusivi. Le tecnologie della comunicazione quindi sono esse stesse polarizzate in agglomerati applicativi più o meno estesi, a seconda degli usi che si diffondono e che trovano esiti di forte risonanza collettiva o di specifica collocazione socio-culturale.

Non c'è dubbio, infine, che attraverso questa serie di questioni, il presente libro dimostri almeno due cose. La prima è che la ricerca sia teorica che applicata alle interazioni fra media e società ha già percorso un buon pezzo di strada ma ha ancora un bel po' di territori e di problemi da masticare e da chiarire; la seconda è che le innovazioni (sia dei dispositivi tecnologici, che delle piattaforme socio-culturali che s'innestano attorno ai dispositivi) non sono campi o forme avulse da una storia che li precede, una storia che va ancora indagata a fondo, per individuare i processi originari e le direzioni che la stessa innovazione ha preso, da vario tempo, per giungere fino a oggi.

Napoli, 13 febbraio 2018

Presentazione

DOMENICO MORREALE*

Il volume raccoglie una serie di recenti saggi, scritti da ricercatori italiani nell'ambito delle scienze umane, dedicati allo studio e all'analisi delle pratiche di co-creazione transmediale in Italia, con particolare attenzione agli *indie transmedia* che coinvolgono intermediari grassroots e pubblici connessi. I saggi raccolti nel volume sono stati precedentemente pubblicati su riviste scientifiche nazionali e internazionali nel periodo 2013/2017, come di seguito indicato. La prefazione *Transmedia storytelling e ricerca innovativa* è a cura di Gino Frezza.

Alessandro Carpin, Massimo Riva, *Transmedia Storytelling and Other Challenges (and Opportunities) for the (Digital) Humanities* in DIGITCULT – Scientific Journal on Digital Cultures, numero 1, volume 1, 2016.

Simone Arcagni, *Parola chiave: convergenza*, in Inside Webseries, «EmergingSeries Journal», n. 2, 2015.

Domenico Morreale, *Co-creation in Italian Transmedia Production* in DIGITCULT – Scientific Journal on Digital Cultures, numero 3, volume 1, 2016.

Silvia Leonzi, Giovanni Ciofalo, Valerio Di Paola, *Frammenti di un discorso transmediale* in «EmergingSeries Journal», n. 5, Edizioni Kaplan, Torino, dicembre 2016.

Domenico Morreale, *Serialità web tra narrazione transmediale e fruizione sociale online* in EmergingSeries Journal n.2/2015

Domenico Morreale, *Storytelling e social media. Dinamiche conversazionali, partecipative e collaborative nella produzione di Vittima degli Eventi* in EmergingSeries Journal n.1/2015.

* Università degli Studi "Guglielmo Marconi".

Giulio Lughi, *Mappe letterarie transmediali. L'arte contemporanea in dialogo con il 900* in «EmergingSeries Journal», n. 5, Edizioni Kaplan, Torino, dicembre 2016.

Federico Biggio, *Il paradigma dell'augmentation: interattività immediata e progettazione cooperativa* in DIGITCULT– Scientific Journal on Digital Cultures, numero 1, volume 2, 2017.

Simone Arcagni, *28 by Komplex* in Screen City Journal n.3/2013, special issue Cinematic Augmented Experience: 28 Komplex.

Giulio Lughi, *Interactive Media in Urban Space* Screen City Journal n.3/2013, special issue Cinematic Augmented Experience: 28 Komplex.

Sara Monaci, Mariano Equizzi, *SurreAR. Storytelling with a medium in a time/space transition* in «EmergingSeries Journal», n. 5, Edizioni Kaplan, Torino, dicembre 2016.

Giulia Bertone, Domenico Morreale, *Alternate Reality Game and Cultural Heritage: The “Aequilibrium” Project* in Kent Aardse (ed.), ARGs in the Real World, Digital Studies / Le Champ Numérique, University of Lethbridge, 2014.