

FATA

MORGANA

QUADRIMESTRALE DI CINEMA E VISIONI

REALE

21

LUIGI
PELLEGRINI
EDITORE

Strategie di realismo digitale

Simone Arcagni

Che cos'è un webdoc crossmediale?

Un webdoc crossmediale è innanzitutto un documentario per il web, che nasce e si sviluppa in un sito o in una pagina di un social network¹. Si tratta quindi di un testo legato indissolubilmente al linguaggio, ai modi e alle pratiche della Rete, che si possono riassumere in tre caratteri principali: partecipazione, interattività e immersione².

A differenza del documentario cinematografico o televisivo, quindi, il webdoc si sottopone alla partecipazione delle comunità della Rete e all'interattività. Le conseguenze più evidenti sono fondamentalmente tre: da una parte, l'autore non è più quella figura monolitica del passato, bensì assume la nuova identità di chi propone interrogativi e prospetti e che attende una risposta, secondo diverse modalità, da parte di un pubblico che, a sua volta (ed è la seconda caratteristica), non è più "spettatore passivo" ma diviene definitivamente "utente attivo": si realizza così quel passaggio dai "mass media" ai "deep media" teorizzato da Frank Rose: «I mass media sono di stampo industriale, costruiti da qualcun altro e consumati dagli utenti. L'esperienza deep media, invece, è digitale, e offre la possibilità di partecipare»³.

Terzo punto, la narrazione stessa si modifica accogliendo, nelle sue pratiche e nei suoi modi, la partecipazione e la navigazione dell'utente e,

¹ Sui webdocumentari rimando a due siti: <https://www.facebook.com/webdocumentary> e <http://www.interactivedocumentary.net/>

² Su questo tema rimando ai volumi di H. Reinghold, *Smart mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*, tr. it., Raffaello Cortina, Milano 2003; A.-L. Barabási, *Link*, tr. it., Einaudi, Torino 2004; C. Shirky, *Surplus cognitivo. Creatività e generosità nell'era digitale*, Codice, Torino 2010; D. Weinberger, *La stanza intelligente. La conoscenza come proprietà della Rete*, tr. it., Codice, Torino 2012.

³ F. Rose, *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell'era di Internet*, tr. it., Codice, Torino 2013, p. 81.

quindi, rinuncia sia alla classica linearità, sia all'obbligo di una chiusura definitiva. Emblematico in questo senso è il webdoc *GDP - Measuring the Human Side of the Canadian Economic Crisis* di H  l  ne Choquette, prodotto dal National Film Board (NFB) del Canada (molto attivo sul versante del cinema interattivo per il web): *GDP*  , infatti, un film che "  durato" un anno. Nato per documentare gli effetti della crisi economica esplosa nel 2008, l'esperimento canadese   vissuto dal settembre del 2009 al settembre del 2010 attraverso un aggiornamento settimanale di storie e commenti on line. Il risultato   stato un sito attivo e partecipato, in grado di costruire in fieri il suo rapporto diretto con la realt  canadese.

La questione centrale che unisce i tre caratteri sopra menzionati   l'interattivit  che si declina in diversi gradi: si pu  trattare semplicemente di aprire il lavoro di raccolta dati e informazioni al commento degli utenti tramite un blog, un forum o la connessione con uno o pi  social network (normalmente Facebook, Twitter, YouTube e Flickr)⁴.

In questa direzione si   mosso David Lynch con il suo *Interview Project*, un viaggio attraverso gli Stati Uniti, dentro la grande provincia americana, intervistando persone "comuni" (o, quanto meno, non famose). Il progetto si configura come un sito navigabile dall'utente in due modi: o scegliendo direttamente le interviste, oppure selezionando il luogo sulla mappa e vedendo i personaggi incontrati. Si pu  seguire passo passo il viaggio della troupe di Lynch, oppure optare per un proprio itinerario, oppure, ancora, consultare questo incredibile archivio di volti e voci situato sulla carta degli USA. Durante le tappe di questo particolare tour gli utenti potevano anche partecipare con commenti o con consigli indirizzati alla troupe stessa.

Il testo palesa la sua forma di software, e di ambiente aperto al dialogo e all'interazione e quindi di "stanza" secondo la definizione di Weinberger:

[...] il cambiamento dell'infrastruttura del sapere sta alterando la forma e la natura della conoscenza. Quando la conoscenza entra a far parte di una rete, la persona pi  intelligente della stanza non   la persona che tiene la lezione davanti a noi, n    la saggezza collettiva delle persone presenti. La persona pi  intelligente nella stanza   la

⁴ Ci troviamo all'interno del dibattito sul cinema dell'era postmediale: D. Quaranta, *Media, New Media, Postmedia*, Postmedia, Milano 2010. Per alcuni "Ipercinema": G. Taddeo, *Ipercinema. L'immaginario cinematografico nell'era digitale*, Guerini, Milano 2007 o "Postcinema": S. Arcagni, *Oltre il cinema: Metropoli e media*, Kaplan, Torino 2010 e *Screen City*, Bulzoni, Roma 2012. In questa nuova "ecologia dei media" rientra anche il web cinema: L. Barbeni, *Webcinema. L'immagine cibernetica*, Costa & Nolan, Genova 2006 e *Fino alla fine del cinema*, CLUEB, Bologna 2010.

stanza stessa: la rete che unisce persone e idee presenti, e le collega con quelle all'esterno⁵.

Un'altra e più profonda forma di interazione è rappresentata dalla creazione di una piattaforma che rappresenti un vero e proprio luogo di scambio di testi: video, immagini, commenti, riflessioni, riferimenti bibliografici e link. Il webdoc, almeno nella sua prima fase, tende ad identificarsi così con un archivio partecipato o, meglio ancora, con un social network che vive della compresenza di più utenti che, sollecitati su un tema, si adoperano a collaborare al suo sviluppo. Un esempio in questa direzione è rappresentato da *Japan Webdoc Project* dell'artista Keiko Courdy che ha aperto una pagina Facebook – *Japan Webdoc Project* – in cui si chiedeva di postare, commentare e dialogare a proposito dell'ultimo grave terremoto che ha colpito il Giappone. Il social network più diffuso al mondo diviene così una bacheca aperta agli utenti per partecipare alla costruzione di un grande archivio commentato. In seguito l'artista ha realizzato un documentario per il più tradizionale broadcasting televisivo ma senza chiudere la pagina Facebook. Il webdoc in alcuni casi è un archivio aperto che poi può trovare diverse forme di realizzazione attraverso diversi media (crossmedialità): un catalogo, un libro, un film, una mostra, una installazione ecc.

Interattività significa aprire uno spazio alla diretta partecipazione per la creazione del testo: la tecnologia digitale e la connessione hanno introdotto nuove forme di storytelling⁶.

Se gli esempi di *Interview Project* e *Japan Webdoc Project* rappresentano un modello affine a quello di siti e social network, *Prison Valley* di Philippe Brault e David Dufresne propone un paradigma decisamente diverso. In questo caso non vi è alcuna partecipazione degli utenti nella fase produttiva e realizzativa. I due autori costruiscono il loro percorso e fanno le loro scelte in maniera indipendente e fuori da ambienti partecipati. Solo una volta in possesso del loro materiale decidono di renderlo interattivo sfruttando, in questo caso, le potenzialità narrative dei videogiochi. La visita a Canon City, cittadina del Colorado la cui economia (e quindi la vita sociale) è quasi tutta incentrata sulle prigioni che ne fanno un grande distretto carcerario, è costruita come un videogioco in cui l'utente si deve iscrivere e poi muoversi al suo interno. Si inizia con una soggettiva che ci

⁵ D. Weinberger, *La stanza intelligente. La conoscenza come proprietà della Rete*, cit., pp. XIV, XV.

⁶ Si veda a questo proposito: M. Giovagnoli, *Cross-media. Le nuove narrazioni*, Apogeo, Milano 2009.

porta nella cittadina, da qui possiamo decidere se entrare nel motel o dirigerci subito alle prigioni, possiamo ascoltare la vera radio locale, vedere i programmi televisivi, scambiare qualche parola con i cittadini, entrare nel carcere, vivere le interviste in prima persona. Muoverci, insomma, in quasi totale autonomia, all'interno di un ambiente ricco di dati e informazioni che possiamo fruire con un semplice click del mouse.

Una scelta simile la troviamo anche in *Collapsus* di Tommy Pallotta, un format davvero ibrido che mescola reportage e documentario alla fiction. Ci troviamo in un ipotizzato futuro prossimo apocalittico in cui le riserve energetiche sono esaurite, per cui l'uomo deve sopravvivere e reinventarsi un'economia non più industriale. Il film è realizzato in parte in animazione, secondo una struttura narrativa con personaggi che cercano di sopravvivere alla catastrofe, in parte è invece un enorme database e una mappa mondiale in cui poter vedere gli effetti reali delle crisi energetiche e ambientali in atto. Inoltre, per capire come si è potuti arrivare all'apocalisse energetica, in quanto tempo e per colpa di quali scelte, ma anche per capire come sopravvivere a questa ipotesi (che gli autori pensano non sia tanto azzardata), possiamo accedere ad una serie di interviste reali fatte a politici, scienziati, climatologi ed economisti. Il nostro viaggio narrativo all'interno di *Collapsus* si basa quindi su informazioni reali ed è localizzato in luoghi reali, ma poi si ibrida con narrazioni partecipate che derivano dai videogiochi e, in particolare, quelli di ambientazione e narrazione interattiva.

Tra gli aspetti più caratteristici del webdoc crossmediale, oltre i già citati partecipazione e interattività, si unisce l'elemento dell'immersione, strettamente legato ai due fattori precedenti. Storie immersive e da fruire in maniera immersiva: come un videogioco (*Prison Valley*, *Collapsus*) o come un *locative media* e cioè localizzando in una mappa interattiva i luoghi e gli attraversamenti e segnandoli (taggandoli). La mappa è essenziale sia in *Japan Webdoc Project* sia in *Interview Project* che in *Collapsus*, ad evidenziare che il collegamento con il reale sta anche nella possibilità di visualizzare i luoghi, nel poterli segnare e segnalare e magari riviverli e commentarli. I *locative media* sono quelle tecnologie o applicazioni che, a partire dal reale, lo mappano attraverso strumenti come il GPS e lo caricano di informazioni, oltre ad aprirlo come spazio di interscambio di file. Lo spazio reale e virtuale si ibridano e convergono verso uno spazio "aumentato", laddove il termine rimanda alla specifica tecnologia della "realtà aumentata" che situa nello spazio reale tag, informazioni, infografiche e infosculture reperibili tramite un device connesso⁷.

⁷ A proposito di realtà aumentata rimando al volume: Communication Strategies Lab, *Realtà*

Locast, per esempio, è un progetto del MIT e di Rai Nuovi Media: si tratta di un device portatile che localizza info virtuali negli spazi reali della città di Venezia che ospita, così, sguardi nuovi, ma soprattutto percorsi narrativi e immersivi che l'utente realizza sui luoghi reali, supportato da ulteriori informazioni di un grande archivio connesso di video, foto e voci. E, inoltre, *Locast* appronta uno spazio di partecipazione, permettendo agli utenti di "taggare" impressioni, foto e video personali da condividere con una community sociale. Una sorta di album multimediale della propria gita da mettere in condivisione con il gruppo di amici "social".

D'altra parte Officine Panottiche va anche oltre creando un ambiente ancora più immersivo: attraverso una mappazione panottica a 360° l'utente entra a Venezia come in un ambiente completo e può spostare il suo sguardo a 360°, quindi non solo indirizzare i propri percorsi virtuali ma anche spostare il proprio punto di vista in ogni direzione. Un accompagnatore e una serie di infografiche posizionate attraverso la tecnologia GPS "aumentano" invece lo spazio creando possibili percorsi narrativi.

Ci sono addirittura software che permettono di realizzare riprese per *locative media* (soprattutto adatti al turismo), reportage, cronaca e webdoc con sistemi di interattività sia nella costruzione narrativa che nella tecnologia della dislocazione di un punto di vista mobile che immerga completamente l'utente nello spazio predisposto e lo metta in grado di costruire il proprio sguardo sul reale: penso a software come *Korsakow*, *Condition One* e *Zeega*.

Il "sistema" del webdoc crossmediale

Da quanto emerso fino ad ora è evidente come il webdoc crossmediale sposti il proprio campo d'azione dal cinema e la televisione al computer e alla Rete. Si tratta di un'ecologia mediale nuova in cui Internet sembra fagocitare media diversi e ibridarli all'interno del suo sistema: da qui l'esigenza di sperimentare nuovi prodotti come le smart TV, televisori, o meglio, schermi digitali, in grado di fornire servizi televisivi come il digitale terrestre e il satellitare e inoltre servizi di Rete, permettendo così la fruizione di social network o web TV, oltre che dei propri servizi di Internet. Nello stesso modo nasce anche la social TV⁸, ovvero meccanismi produttivi per la televisione che tengano in considerazione l'emergere sempre più imponente di fenomeni

aumentate. Esperienze, strategie e contenuti per l'Augmented Reality. Apogeo, Milano 2012.

⁸ Cfr. G. Colletti, A. Materia, *Social Tv. Guida alla nuova TV ai tempi di Facebook e Twitter*, Il Sole 24 Ore, Milano 2012.

come lo *user generated content* e il *second screen*. Nel primo caso si tratta di contenuti “dal basso”, provenienti dagli utenti; nel secondo si tratta di una tendenza sempre più manifesta di vedere la televisione accompagnati dallo schermo di un computer, tablet o smartphone connessi e di interagire connettendo la visione della trasmissione televisiva con una comunità in Rete. Un fenomeno che implica lo sviluppo di strategie di comunicazione televisiva complesse e, nel campo specifico, nel documentare la realtà. Scelte che virano verso la partecipazione e l’interazione: BBC ha approntato una serie di progetti di webdoc crossmediali, lo stesso ha fatto il canale satellitare di National Geographic, ma anche Al Jazeera con il progetto *The Stream*, programma *live* realizzato con le news provenienti dai social network e elaborate in diretta.

È interessante notare che questi fenomeni trovano una loro comune origine in YouTube, il social network dei video «dal basso». Un social network che ha fatto della realtà non professionale, del realismo amatoriale, il fulcro del proprio interesse. Ora, proprio YouTube si sta trasformando in una sorta di televisione di nuova generazione in cui si affiancano a prodotti amatoriali, film e prodotti televisivi professionali. In cui si decide, addirittura, di produrre per il web (il caso delle web serie) o in cui si struttura l’offerta attraverso canali che possono essere aperti e gestiti dall’utente ma anche da grandi colossi produttivi, che vogliono avere un ulteriore affaccio ad un audience potenzialmente amplissimo. Il discorso è complesso, a noi basta sottolineare che YouTube ha proposto un modello di visione del reale diverso dal sistema cinema e dal broadcasting televisivo. Nell’universo di YouTube il reale si declina nelle forme di gag, pamphlet, reportage amatoriale, diario, «confessionale», secondo un modello di messa in scena in prima persona di fronte alla camera, reso famoso dai reality televisivi.

La realtà: pervasive e ubiquitous

La realtà digitale è un flusso continuo di notizie, commenti, foto, video, provenienti da tutto il mondo e fatte circolare da un sito all’altro, da un social network all’altro, da una app all’altra. Il concetto di realtà si concretizza nella società e nella cultura della Rete e cioè nei suoi caratteri più significativi: *pervasive computing* e *ubiquitous computing*. Nel primo caso ci troviamo di fronte alla constatazione della invasività dei computer connessi (ogni device come smartphone, tablet, notebook) che tendono a testimoniare e a trasportare nei flussi della Rete frammenti di realtà, colti da diversi attori professionisti e amatoriali. Nel secondo caso si punta l’attenzione sulla assenza di luogo oppure sulla presenza di una nuova dimensione spaziale.

“aumentata”, che altrove ho definito *Citynet*⁹: noi utenti possiamo essere ubiqui e, nello stesso tempo, l’informazione perde di una locazione reale per diramarsi nell’etere e diventare virtuale o ibrida (attraverso la tecnologia GPS e la già citata realtà aumentata).

Il rapporto con il reale si concretizza nell’archiviazione di frammenti di cronaca, diario, documentazioni storiche etc. all’interno di un database navigabile e condivisibile. Il forte impatto realistico del digitale è dato dal valore di testimonianza. La realtà diventa l’aderenza all’istante: laddove il digitale permette il massimo della falsificazione dell’immagine, di contro l’immagine digitale si struttura fundamentalmente come “realista” in quanto cronaca, annotazione, testimonianza. La sua falsificazione è resa complessa proprio dalla condivisione dei dati che tende ad espungere forme di sofisticazione. La dimensione sociale della rete contemporanea dona al realismo un’impronta cronachistica che, soprattutto nel caso dei webdocumentari, si ibrida in maniera profonda con la cronaca e il reportage. Il realismo della rete dipende anche dal modello fruizionale della stessa, sempre più orientato verso la navigazione, la ricerca, la costruzione di percorsi informativi personali e allo stesso tempo “sociali” in quanto condivisi. All’immersione dell’esperienza cinematografica e al distacco della televisione risponde la rete con una richiesta di interazione aptica e di comunicazione vigile e attenta. Una nuova dimensione che ben si sposa con la comunicazione giornalistica, sociale e politica e che fa del webdocumentario una forma decisamente caratteristica delle narrazioni audiovisive in rete oggi.

Realismo o reality

L’immaginario legato al reale è quello allora del visivo pervasivo, per

⁹ Cfr. S. Arcagni, *Screen City*, Bulzoni, Roma 2012 e Id., *Citynet. A Question of Space*, in “Screencity Journal”, n. 1 (2013), <http://www.screen-city.net/>

«*Citynet*: per intendere proprio un’ibridazione profonda tra spazio reale e virtuale e una qualità nuova e aumentata dello spazio e dell’esperienza dello spazio urbano. *Citynet* è una dimensione ubiqua dello spazio urbano, fruibile in spazi e tempi diversi; una dimensione aumentata dello spazio, generata dall’intersezione dei luoghi reali con quelli virtuali. *Citynet* è il frutto della computerizzazione degli oggetti e delle architetture, della copertura dell’ambiente attraverso la connessione e della stratificazione tra luoghi, mappe, informazioni e partecipazione realizzata dalla geolocalizzazione. Per farsi un’idea di cosa può essere questo spazio aumentato e stratificato, in continua espansione, basti pensare alla dimensione spaziale della realtà aumentata. *Citynet* non è la città, ma è uno spazio urbano aumentato a cui ci si può collegare e che si può transitare, abitare, entro cui si possono fare esperienze diverse in qualsiasi luogo e secondo la scansione temporale che l’utente decide», S. Arcagni, *Screen City*, cit., p. 28.

esempio delle camere non professionali, come nel caso di You Tube e degli altri social network, oppure quello delle camere di videosorveglianza che si moltiplicano negli spazi pubblici.

La qualità estetica di questo realismo digitale è il *reality* che è il risultato di forme dirette di realismo che sono esplose nel sistema mediale digitale: dalle immagini non professionali capaci però di imporsi nella società (da quelle dell'11 settembre, Guantanamo, fino a quelle del G8 di Genova, Occupy Wall Street, gli Indignados e la Primavera araba), a quelle amatoriali che trovano – da You Tube in avanti – luoghi di distribuzione e condivisione. Siti come YouTube o Vimeo, app come Vine o le immagini delle telechiamate o delle teleconferenze (Skype per esempio) hanno imposto alla nostra società e alla nostra cultura una nuova forma estetica del realismo. Il webdocumentario sviluppa questa componente prevedendo la partecipazione attraverso la connessione e l'interazione con diverse forme di interattività. Ma procede – da una parte - anche nel cosiddetto *media mix*, che significa mischiare forme mediali differenti sia professionali che amatoriali e – dall'altra – nell'ibridare queste forme (*mixed media*). Il realismo di *Prison Valley*, per esempio è legato indissolubilmente alla forma del reportage. I programmi interattivi di National Geographic invece ibridano il tradizionale documentario naturalistico a forme narrative tipiche della Rete. Il giornalismo stesso è sottoposto ad una rivoluzione digitale per cui si parla di *digital journalism*, *new journalism* e *citizen journalism*: ed il fattore dominante di tali cambiamenti lo si trova proprio nella centralità delle immagini “casuali” (quelle della videosorveglianza, per esempio) o quelle amatoriali, e cioè “dal basso”. Il sistema stesso della cronaca passa ora attraverso repertori amplissimi di immagini *hic et nunc* prodotte da media e persone fino ad ora estranee alla classica realizzazione giornalistica. Il giornalismo accoglie così le voci non professionali nei forum e nelle chat, apre blog dei propri giornalisti o collaboratori, accoglie le immagini “linkate” da You Tube o You Reporter. E così, per esempio, “La Repubblica” produce un webdoc, *Terza Repubblica* (2013) di Riccardo Staglianò.

La Rete, fino a questo momento, non è stata solo in grado di “scomparire le carte” del sistema tecnologico, produttivo e, più in generale, economico dei media. Si impone sempre di più come un macro-medium, o postmedium, in grado di fagocitare e ibridare i media precedenti, ma anche di rivoluzionarli, aprendo un dialogo con essi (l'esempio del *second screen* in campo televisivo) e imponendo i suoi caratteri: partecipazione, interattività e immersione. Il realismo (*reality*) della società e della cultura della Rete è quindi fatto di più punti di vista, di generi diversi (cronaca, pamphlet, reportage, documentarismo scientifico e d'autore, non-fiction ecc.), di testi diversi, professionali e amatoriali, di partecipazione attiva,

di realizzazione e/o di fruizione condivisa. È frammentato, e si dispone a generare un universo in cui ciascun utente può creare il proprio percorso di conoscenza, ma anche in cui i singoli, così come l'autore, possono ritagliare forme «definitive» per media diversi (libri, cataloghi, documentari per la televisione o per il cinema, installazioni, repertori): l'universo del webdoc si fa crossmediale proprio per le sue caratteristiche di non-chiusura. A definirne i caratteri estetici non c'è più l'assunzione di un modello estetico unico bensì l'acquisizione di frammenti che documentano parti parziali di quell'aspetto di reale che si è voluto investigare. Frammenti di provenienza diversa e quindi diversificati, che acquistano un senso nel momento in cui vanno a disporsi in un database. Bisogna quindi capire che il realismo della rete e, nello specifico, del webdoc crossmediale, ha a che fare con la dimensione tecnologica: non stiamo propriamente parlando né di un video né di un film, bensì di un software. Ciò significa che non abbiamo più a che fare con un medium classicamente inteso, ma con un sistema linguistico avanzato e cioè uno spazio crossmediale attraversabile, partecipato e (in forme più o meno profonde) interattivo.