

Comparatismi I 2016

ISSN 2531-7547

<http://dx.doi.org/10.14672/2016799>

Storytelling e Digital Journalism. Il caso della rivoluzione libica

Giovanna Zaganelli e Toni Marino

Abstract • Nell'ambiente digitale le regole che determinano la costruzione dell'involucro narrativo vengono ridiscusse alla luce di un'istanza che prevede la partecipazione del lettore in questo processo. Nei nuovi media, il lettore è sempre più interessato al racconto e sempre meno alle sue fonti, e questo desiderio di controllo non è che la prova della sua forza creativa. Più che tradurre la realtà, sembra scoprire la nuova istanza democratica, la narrazione agisce nella realtà: stimola mode, crea tendenze, detta abitudini di consumo, favorisce atteggiamenti cognitivi e passionali. Ed è il controllo del racconto, e non delle sue fonti, che determina il controllo dell'impatto sociale di ogni narrazione.

Il saggio affronta questa tematica dal punto di vista della semiotica generativa, analizzando il processo di generazione del testo narrativo nei media digitali come modello di riconfigurazione del processo narrativo, prendendo come esempio lo *storytelling* giornalistico. Nella prima parte, il lavoro discute il processo di trasformazione dello *storytelling* giornalistico e le sue caratteristiche attuali a partire dalla storica trattazione di Pavlik (*Journalism and New Media*) e di Bolter-Grusin (*Remediation*), passando in rassegna la bibliografia di riferimento legata alle teorie dei media e alla pubblicistica di settore, e soffermandosi sui concetti di *hyperlink narrativo*, *audience involvement*, *customization*, *dynamic content*, *object-oriented multimedia* e *crossmedialità*. Nella seconda parte, alla luce dei concetti precedenti, il lavoro analizza e commenta i risultati di un caso studio: la rivoluzione libica e il racconto della cattura e morte del leader Gheddafi, indagando la struttura narrativa del ciclo della notizia sulle principali testate italiane nella loro versione digitale e cartacea.

Parole chiave • Narrazione; Storytelling; Giornalismo; Rimediazione; Lettore

Abstract • In digital texts, the narrative rules provide for the participation of the readers in the construction process of the stories. In new media, in fact, the readers are always more interested in the story and less on its sources, and this desire for control is proof of their creative power. Rather than translate the reality, the narrative acts stimulates mode, creates trends, habits, promotes cognitive attitudes and passionate in realty. And the control of the plots, and not of their sources, determines the social impact of circulating stories.

This paper explores this topic from the point of view of generative semiotics, analysing the process of generating stories in digital media, and taking as an example the journalistic storytelling. In the first part, this paper discusses the process of transformation of the journalistic storytelling and its current characteristics, referring to the works of Pavlik (Journalism and New Media) and Bolter-Grusin (Remediation), and focusing on the narrative web categories of hyperlinks, audience involvement, customization, dynamic content, object-oriented multimedia and cross-media. In the second part, this paper analyses the results of a case study: the contemporary Libyan revolution and the story of the capture and killing of the leader Gaddafi, investigating the news cycle, the narrative of the plots on major Italian newspapers, and comparing the digital and paper versions.

Keywords • Narrative; Storytelling; Journalism; Remediation; Reader

Ledizioni 

Storytelling e Digital Journalism. Il caso della rivoluzione libica

Giovanna Zaganelli e Toni Marino

I. Dal *print journalism* al *digital journalism*

È opinione comune e largamente diffusa quella che identifica il *digital journalism* o l'*online journalism* con un processo di decostruzione dell'*auctoritas* di chi scrive o, meglio ancora, di chi influenza i processi decisionali della scrittura giornalistica a partire dalla formazione dell'agenda setting, e quindi degli eventi notiziabili, fino alle scelte tematiche e alle linee stilistiche con cui le notizie vengono proposte al lettore. Si tratta di un vasto movimento revisionistico ascrivibile a quello del *New Historicism* e che, nell'ambito giornalistico, viene identificato con una formula pressoché identica *New Journalism*. Il *New Journalism* è una sorta di termine ombrello che sembra poter contenere gran parte delle rivoluzioni narrative avvenute negli ultimi 50 o 60 anni di giornalismo, perché tutte appaiono segnate dalle medesime caratteristiche: i) valorizzazioni di fonti insolite (si pensi in tal senso al giornalismo partecipativo come una forma estrema di valorizzazione della fonte, che al limite affida alla fonte stessa, al cittadino comune – non a caso il termine inglese è *citizen journalism* – il compito di costruire e scrivere la notizia); ii) uso di un lessico ad alta frequenza e di una sintassi semplificata (spesso l'apparato iconografico – infografica e immagini – contribuisce a rendere più comprensibile la notizia); iii) resa narrativa della notizia; iv) attenzione alla dimensione patemica. Tutte caratteristiche, quelle appena elencate, che disegnano una politica editoriale volta a valorizzare al massimo la figura del lettore,¹ inteso oltre che come target delle testate, come polo di attrazione del flusso narrativo della notizia, non più pensata come documento della realtà ma come narrazione della realtà, con tutte le conseguenze che ne derivano sul piano cognitivo e passionale. Il lettore liberamente si identifica con il punto di vista di un enunciatore delegato o di un'intera testata per ragioni che riguardano i temi trattati, la piacevolezza dello stile, le posizioni morali di quel giornale, senza però escludere l'esistenza di narrazioni dissimili, anche radicalmente dissimili, addirittura messe a disposizione per mezzo di *link* dalle testate stesse, o in modalità comparativa da siti che si preoccupano di fornire il ventaglio di narrazioni intorno a una determinata notizia.

Il *digital journalism* è la risultante di un processo che riguarda la ristrutturazione narrativa della notizia, che trova nelle potenzialità dei *new media* la massima espressione. I nuovi media hanno alterato il presupposto filologico del processo narrativo testualizzato secondo il quale il testo narrativo è un mediatore – finzionale o non finzionale – di eventi reali o riconducibili alla realtà per mezzo del mimetismo dei fatti o delle credenze, o di altre tradizioni narrative già circolanti, esse stesse riconducibili a eventi più lontani nel tempo. Chi narra, secondo questo presupposto, rielabora la realtà o un racconto sulla realtà,

¹ «The journalist can structure the story differently, and it allows readers to pick their own path through the story. Perhaps one reader will click onto a sidebar or to a set of definitions of technical terms; another to a related feature about a particular fact in the main body of the story. Every story published online can be read in many ways, and entirely as the reader wishes» (John Herbet, *Journalism in the Digital Age. Theory and Practice for Broadcast, Print and Online media*, Oxford, Focal Press, 2000, p. 2).

e chi legge decodifica questa narrazione fino a ricavare dall'involucro narrativo l'informazione.

Nell'ambiente digitale le regole che determinano la costruzione dell'involucro narrativo vengono ridiscusse alla luce di un'istanza che prevede la partecipazione del lettore in questo processo. Nei nuovi media il lettore è sempre più interessato al racconto e sempre meno alle sue fonti, e questo desiderio di controllo non è che la prova della sua forza creativa. Più che tradurre la realtà, sembra scoprire la nuova istanza democratica, la narrazione agisce nella realtà: stimola mode, crea tendenze, detta abitudini di consumo, favorisce atteggiamenti cognitivi e passionali. Ed è il controllo del racconto, e non delle sue fonti, che determina il controllo dell'impatto sociale delle notizie.

Le caratteristiche principali del *digital journalism* interessano due aspetti complementari della produzione narrativa della notizia: (i) il processo di notiziabilità, inteso come il percorso che trasforma l'osservazione prima in fonte informativa e poi in notizia; (ii) il processo di narrativizzazione della notizia, cioè il racconto dell'informazione.

Per quel che riguarda il primo aspetto, il *digital journalism* ha segnato il passaggio dal giornalismo monomediale, caratterizzato da una relazione lineare e univoca tra evento notiziabile, fonte, giornalista, notizia, Tv o stampa o radio, al giornalismo multimediale prima, in cui a partire da un evento notiziabile singoli giornalisti, specializzati ognuno in un canale mediale, negoziano il rapporto con la fonte e producono, ognuno con il codice di riferimento del proprio medium (scrittura, audio, foto), una struttura della notizia che viene ceduta ad un desk multimediale a partire dal quale gli stessi giornalisti o altri giornalisti raccontano la notizia e la veicolano sui vari canali (Tv, stampa, radio), e al giornalismo crossmediale poi, in cui non esistono giornalisti specializzati in uno specifico canale, ma singoli giornalisti gestiscono in totale autonomia la creazione del nucleo narrativo della notizia a partire dalla fonte, e strutturano questo stesso nucleo narrativo in vista della possibilità di rielaborazione crossmediale, cioè in vista di una diffusione su media differenti. In quest'ultimo caso la notizia viene già progettata per essere veicolata su canali che usano codici differenti e che richiedono abitudini di lettura diverse.²

Per quel che riguarda il secondo aspetto, invece, questa nuova forma di giornalismo presenta sia caratteristiche generali dello *storytelling* digitale – la contrazione dell'ipotassi a vantaggio di una struttura paratattica, o meglio la semplificazione della sintassi narrativa con l'articolazione di racconti costituiti da blocchi narrativi autonomi raccordabili per mezzo di *link* (struttura narrativa di tipo ipertestuale) –³ sia caratteristiche tipiche dello

² «Il centro pulsante di questo modello giornalistico è sempre più la notizia, e sempre meno il canale finale attraverso cui il prodotto giornalistico arriva ai lettori. Crossmedialità, in questo caso, indica anche a capacità che ha una struttura giornalistica di produrre tante “versioni” di un fatto notiziabile quanti sono i canali disponibili per raggiungere il lettore interessato» (Antonio Sofi ed Enrico Biada, *Dal giornalismo monomediale alla convergenza crossmediale*, in *Attraverso la rete*, a cura di Carlo Sorrentino, Roma, Rai Eri, 2008, pp. 37-52: 51-52).

³ «La scrittura dovrà essere più asciutta, le frasi più concise, i paragrafi più spezzati per far sì che il lettore che non ha molto tempo a disposizione si faccia un'idea rapida della notizia nella sua essenzialità. Poi dovranno essere previsti – per via di link – livelli ulteriori che approfondiscono i punti di maggiore interesse. E proprio i link costituiscono il tratto specifico più importante della scrittura per il web: sono rimandi ipertestuali che moltiplicano i piani della lettura, arricchendola. E ce ne sono, fondamentalmente, di due tipi: *interni*, che portano ad altro contenuto prodotto dai medesimi autori del contenuto principale (l'articolo che lo contiene ecc.); *esterni*, che mettono il lettore in contatto con contenuti altrui» (Riccardo Staglianò, *Giornalismo 2.0*, Roma, Carocci, 2002, p. 76).

storytelling digitale di tipo informativo, che rispetto all'equivalente analogico presenta linee di tendenza ormai definite:

- 1) Una forma dell'espressione (immagini, video, banner, blog, etc.) e del contenuto (multimedia, spazio del lettore, interazione via mail o chat, aggiornamento, etc.) che sfrutta le potenzialità del canale digitale, cioè l'interazione multimediale e crossmediale. Permangono però delle analogie tra edizione cartacea e *online*, fondate su un processo imitativo tra pagina *online* e pagina cartacea, cioè su un processo di rimediazione.⁴
- 2) La titolazione dell'articolo e l'uso dell'immagine mirano a dare la stessa informazione, cioè l'immagine è ridondante rispetto al titolo. Nel cartaceo, invece, il binomio titolo-immagine tende a comunicare informazioni differenti, cioè l'immagine fornisce una quota minima di approfondimento cognitivo o emotivo. La gestione differente del binomio titolo-immagine si spiega, da un lato, con l'opportunità che ha l'edizione online di trattare l'immagine come contributo autonomo sulla notizia, separandola dall'articolo e approfondendo la notizia con modalità proprie, dall'altro, con la necessità dell'online di rispondere ad una abitudine di lettura fondata sulla simultaneità, e quindi di fornire sia visivamente che nella scrittura un'informazione essenziale che focalizzi il contenuto.
- 3) Le strutture enunciazionale nell'edizione cartacea e *online* ricalcano la differenza mediale, soprattutto per quel che riguarda l'adozione di stili soggettivanti e di strategie della complicità.⁵ In questi ultimi casi, infatti, l'informazione può sfruttare le potenzialità del canale digitale che prevedono diverse forme di interazione con il lettore (visiva, mail, chat, commento). Lo *storytelling* digitale assorbe a livello di struttura enunciazionale la categoria della frontalità (io-tu) che tiene conto dell'abitudine di lettura interattiva. Possiamo dire che lo schermo presuppone il lettore molto di più della pagina cartacea e maggiori sono nel testo narrativo le tracce dell'enunciario o del narratario.
- 4) La struttura narrativa viene paragrafata e presentata al lettore con una sorta di semplificazione narrativa che guida la lettura da un punto di vista logico-cronologico, e che ricalca una struttura del racconto di tipo didattico-pedagogico. Inoltre, il racconto della notizia è simile a un palinsesto che può essere aggiornato, non solo aggiungendo quote informative alla struttura precedente, ma anche modificandola. Infine, la struttura narrativa presenta un'alta possibilità di approfondimento ipertestuale.⁶
- 5) I generi della notizia si modificano e si strutturano in considerazione della relazione crossmediale e tra codici (video notizie, gallerie di immagini). La componente verbale

⁴ Cfr. Jay David Bolter e Richard Grusin, *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge MA, MIT Press, 1999.

⁵ Cfr. Sophie Fisher ed Eliséo Veron, *Teoria dell'enunciazione e discorsi sociali*, in *Lo sguardo semiotico*, a cura di Andrea Semprini, Milano, FrancoAngeli, 1992, pp. 143-167.

⁶ «L'unica cosa certa è che il lettore vuole poter approfondire, i link vengono, quindi, sempre molto apprezzati perché sono una forma di approfondimento a cui i lettori non sono disposti a rinunciare. L'aspetto più interessante su cui riflettere è che il testo elettronico stimola la "ricerca" di contenuti e l'approfondimento continuo. Il passaggio dalla società dell'informazione alla società della conoscenza è proprio da rintracciare nel desiderio di appropriarsi non solo delle informazioni "nude e crude" ma di ricercare le ragioni nascoste che hanno portato al verificarsi di un particolare evento. Tutto ciò viene, inoltre, attuato dal lettore in modo personale ed autonomo perché le informazioni ipertestuali sollecitano proprio la ricerca del "senso" personale e la formazione di un'opinione autonoma. Nelle realizzazioni migliori ciò si arricchisce nel confronto con i giornalisti e i lettori. In questo senso il giornale on line va molto al di là degli editoriali e degli articoli di fondo degli "esperti di materia" presenti sul giornale di carta» (Sara Peticca, *Il giornale on line e la società della conoscenza*, Soveria Mannelli, Rubbettino, 2005, p. 125).

(orale o scritta) può sia commentare le immagini (marcando la cornice narrativa del giornale), sia descriverle (marcando la struttura narrativa dell'enunciato visivo).

2. Contenuti e forme del *digital storytelling*

La distinzione tra forma e contenuto, basilare per un approccio semiotico ai processi di comunicazione, e più a fondo tra forma e sostanza dell'espressione e forma e sostanza del contenuto, nel caso del *digital storytelling* rischia di diventare alquanto oziosa nella pratica di decodificazione dei processi comunicativi di tipo informativo, se non altro in relazione al contenuto, dove le vecchie forme utili a definirlo – i generi dell'informazione (intervista, editoriale, articolo di approfondimento, inchiesta, etc.) e le sezioni o testatine (politica estera, cronaca, cultura, economia) subiscono costantemente un processo di revisione che difficilmente permette di trovare etichette di genere, o se lo permette le rende inapplicabili nel giro di pochi giorni, quelli utili ad affermare nuove riarticolarioni del senso sulla base di nuovi format. Basti pensare all'inefficacia, in ambiente digitale, di concetti come quello della topicalizzazione, introdotto da Eco⁷ per definire un effetto di accrescimento e stravolgimento semantico che producono i contenuti quando messi in relazione gli uni con gli altri. Più che una categoria utile all'analisi e ai processi di smascheramento del processo di comunicazione, la topicalizzazione è diventata un modello di codificazione dell'agenda setting. Il suo effetto, prima connesso con i processi inferenziali del lettore, è stato integrato ai processi di tematizzazione esplicita della notizia, che infatti giunge al lettore con un corredo di 'guide alla lettura' piuttosto ampio particolarmente indirizzate a stabilire connessioni. Le testatine o le sezioni, ad esempio, subiscono la stessa sorte dei processi di restyling espressivo, cioè vengono modificate nel giro di pochi mesi o, come sempre più spesso accade, all'occorrenza: ogni possibile associazione semantica tra notizie genera una testatina o una sezione temporanea, che avrà vita comunicativa finché i lettori la leggeranno come tale, e sarà abbandonata al primo segnale di inutilità comunicativa, coincidente con il disinteresse dei lettori. I contenuti veri e propri, cioè i temi decodificati e circolanti in una comunità, sono indistinguibili dai piani espressivi che li veicolano, ed entrambi circolano in un flusso comunicativo la cui caratteristica principale è la fluidità,⁸ cioè uno stato della sostanza e della forma comunicativa definibile attraverso il concetto di *instabilità semantico-espressiva*. La fluidità rende la comunicazione informativa una pratica difficilmente e inutilmente codificabile, ed estremamente performativa, intendendo con tale termine non solo la capacità comune a tutti gli enunciati informativi di creare il rimando referenziale, cioè di affermare l'esistenza di una realtà con le parole, ma anche di creare quelle che Austin aveva definito le condizioni di felicità dell'atto performativo, cioè le credenze che consentono a quel rimando referenziale, a quella realtà creata, di esistere e influire sul reale.

Per ottenere questo effetto, il *digital storytelling* oltre ad assorbire le caratteristiche del *print storytelling* o dello *storytelling* analogico (scrittura, immagine, grafica, animazione, audio, video, notiziabilità in tempo reale), presenta anche caratteristiche proprie che gli

⁷ Umberto Eco, *Sulla stampa*, in Id., *Cinque scritti morali*, Milano, Bompiani, 1997, pp. 49-79.

⁸ «In 2000, news is in constant flux. Updates are continuous. When visiting a Web site, a viewer often first checks when a site was last updated and, if this hasn't occurred recently, moves on to another site. Software robots even automatically alert "netizens" (citizens of the Internet) when a favorite news site or story has been modified» (John V. Pavlik, *Journalism and New Media*, New York, Columbia UP, 2001, p. 1).

permettono di avere nuove potenzialità, come interattività, l'accesso *on-demand*, il controllo esercitabile dagli utenti e la *customization*, cioè la personalizzazione del giornale.

Più in dettaglio, secondo lo studio di Pavlik, che qui poniamo tra gli altri a guida teorico-analitica nell'analisi del processo di passaggio dal *print* al *digital storytelling*, le narrazioni giornalistiche condotte in ambiente digitale tendono a definire un nuovo tipo di *storytelling* giornalistico definito *contextualized journalism*, che presenta cinque dimensioni o aspetti basilari:

1) Ampiezza delle modalità comunicative: si tratta della capacità di raccontare storie utilizzando una quantità di codici molto alta, che permette al giornale di costruire un racconto arricchito, simile a quelli che si trovano in molti *enhanced e-book*, dove il lettore può essere coinvolto da più punti di vista sensoriali oltre che nella decodificazione cognitiva della narrazione. Quando Pavlik scriveva il suo volume parlava ancora di numerosi giornali, spesso quelli che avevano soprattutto un'identità legata alla stampa, che troppo lentamente dotavano i propri siti delle tecnologie utili ad allargare le proprie modalità comunicative, o anche di 'resistenza culturale' alla diffusione dello *storytelling* visivo, ma è evidente che nel giro di un decennio la situazione è radicalmente cambiata, e ogni testata ha investito fortemente nelle tecnologie di allargamento delle modalità comunicative, soprattutto potenziando le narrazioni visive.

2) Ipermedialità: è la caratteristica più rivoluzionaria del giornalismo digitale, che associa all'arricchimento mediale integrato su un unico canale comunicativo – quello digitale – un arricchimento semantico creato per mezzo di link che connettono le notizie e rendono possibile un percorso di lettura tematico stabilito sulla scorta di associazioni semantiche proposte dalla testata o dagli stessi lettori, e che definiscono la cosiddetta multimedialità *object-oriented*, cioè collegata a una singola notizia o oggetto tematico, oggi addirittura superata dalla progettazione di contenuti crossmediali.

3) Coinvolgimento del pubblico: è, insieme alla precedente, la dimensione che meglio distingue il giornalismo della carta stampata dalla *storytelling* immersivo degli ambienti digitali, dove il lettore può interagire con la notizia a più livelli, dalla semplice selezione delle preferenze di lettura all'integrazione di informazioni, come nel giornalismo partecipativo. Nelle riflessioni di Pavlik è soprattutto lo *storytelling* virtuale, proposto in versione 3D, a rendere immersiva la narrazione della notizia, anche se, di fatto, si tratta di una caratteristica che per ora ha avuto una applicazione marginale.

4) Contenuti dinamici: si tratta di quella che prima abbiamo appellato *fluidità della notizia*, cioè il suo essere tematicamente dinamica e continuamente esposta ad aggiornamenti che la rendono sempre una notizia in tempo reale. La narrazione delle notizie si sovrappone al flusso delle vita e non è più solo uno snodo informativo che precede le azioni, ma le accompagna costantemente.

5) Customizzazione: il termine italianizza l'inglese *customization*, cioè orientamento al cliente, che qui possiamo intendere come personalizzazione del flusso informativo nel suo rapporto con il lettore, che può scegliere le notizie e il modo di associarle, oltre che richiedere contenuti particolareggiati e approfondimenti dettati dal gusto personale.

Ognuno di questi cinque aspetti rende la narrazione della notizia perfettamente aderente al proprio contesto di esistenza e contemporaneamente al contesto di lettura della stessa. La cosa non riguarda aspetti meramente conformistici, che renderebbero il *digital storytelling* meno traumatico e più in linea con l'orizzonte di attesa dei contenuti – un giornalismo frustrato nella sua funzione pedagogica e civilizzante – ma coinvolge il processo comunicativo della notizia. L'istanza narrativa e quella ricettiva, anche se di fatto non coincidono, immerse nella rapidità del flusso comunicativo sembrano sovrapporsi, così che, osservate ad occhio nudo, appaiono indistinguibili.

3. Lo statuto logico del *digital storytelling*

Un giornale digitale non solo raccoglie una determinata comunità di lettori con determinate caratteristiche, e viene da questa ritenuto una fonte affidabile, ma si esprime con un tipo di narrazione che alfabetizza continuamente i propri lettori con nuove regole espressive e nuovi contenuti corrispondenti. Detto altrimenti, nel nuovo modello di *storytelling* digitale le condizioni di felicità della notizia non sono preesistenti all'atto di parola che la esprime, o ricercate dopo la lettura con la tecnica del riscontro empirico, ma si affermano con l'enunciato informativo. La coincidenza tra l'istanza narrativa e quella di lettura è tutta in questa capacità dell'enunciato informativo, nella sua versione *digital*, di affermare insieme alla propria verità narrativa le regole di lettura della verità. Non solo le condizioni di verità della notizia, che invitano il lettore a riconoscere gli enunciati informativi come reali e non come finzionali, ma le regole cognitive e passionali di decodificazione del senso. Le dimensioni elencate da Pavlik, infatti, contribuiscono a quel processo di esattamento⁹ che trasforma il *digital storytelling* in uno strumento in grado di affermare nuovi processi cognitivi di decodificazione degli enunciati, stimolati da nuove tecnologie di codificazione e diffusione della notizia. Il *digital storytelling* comunica al lettore contenuti e regole di lettura, e il lettore che decodifica riconosce la verità dei primi nello stesso momento e con la stessa velocità con cui si adegua alle seconde. In questo senso è doppiamente performativo, perché afferma l'esistenza di un fatto, un qualunque fatto, e contemporaneamente rafforza le condizioni di felicità che permettono ai lettori di credere all'esistenza di quel fatto. Un esempio tipico è quello del giornalismo d'inchiesta controfattuale, quello che propone un revisionismo immediato e di contestazione delle notizie ufficiali, alla Michael Moore per intenderci. Una notizia come quella complottistica relativa all'attentato dell'11 settembre (formulata nel documentario *Fahrenheit 9/11*) può trovare affermazione tra una determinata comunità di lettori nel momento in cui si afferma la regola associativa dell'*hyperlink* a livello di comunità culturale. Più si rafforza la regola associativa, più la notizia proposta diventa vera. La verità dell'enunciato, in casi come questo, non è data dal riscontro empirico, dalla prova, ma dalla regola associativa tra le notizie. Si può dire che quella notizia è vera perché è vera la regola associativa o solo nella misura in cui è vera la regola associativa, che lo *storytelling* sostiene con la stessa forza con cui sostiene la presunta verità dei fatti.

Anche nel *print storytelling* assistevamo alla stimolazione di condizioni di felicità dell'atto che facessero credere vera una notizia piuttosto che un'altra, ma queste precedevano l'enunciato informativo o erano a esso esterne e mai integrate nelle strutture narrative. Nel famoso esempio di Searle un articolo di giornale del «New York Times» redatto Eileen Shanahan risulta vero in virtù di uno statuto logico accordato alla narrazione giornalistica rispetto alla narrazione letteraria, che farebbe della prima uno strumento per la diffusione di storie vere e della seconda una produttrice di storie non vere.¹⁰ Tale statuto logico, sottolinea Searle, non è affatto una caratteristica del testo, ma è una condizione di lettura del testo, una regola che si afferma in una determinata comunità o gruppo e che fa credere vero

⁹ Cfr. Raffaele Simone, *Presi nella rete*, Milano, Garzanti, 2012.

¹⁰ «Come possiamo distinguere ciò che è finto da ciò che non lo è? La risposta sta nella nostra discussione sulle differenze tra il romanzo di Iris Murdoch e l'articolo del *New York Times*. Il test per definire ciò a cui l'autore si impegna e cosa valga come errore. Se Nixon non è mai esistito, Eileen Shanahan (e tutti noi) ci siamo sbagliati. Ma se Andrew Chase-White non fosse mai esistito, Iris Murdoch non si sarebbe sbagliata» (John R. Searle, *Statuto logico della finzione narrativa*, «Versus. Quaderni di studi semiotici», voll. 19-20, 1978, pp. 149-162: 157).

quanto si legge in un determinato testo.¹¹ Nel caso del *digital storytelling*, invece, la verità, intesa come condizione o regola di lettura che afferma, performativamente, la realtà veicolata dalla notizia, è parte del testo, cioè è un tratto che caratterizza lo *storytelling* in maniera diretta, attraverso il coinvolgimento del lettore operato per mezzo di codici diversificati e immersivi, e indiretta, attraverso i processi di associazione ipertestuale e di customizzazione, che alterano le regole logiche del riscontro empirico (si pensi alla forte alterazione logica delle regole spazio-temporali e in particolare alla sostituzione della dislocazione spazio-temporale con un eterno qui-ora).

Nel momento in cui il testo connette l'istanza narrativa con quella di lettura, oltre che sul piano della scambio di informazioni su quello dell'adesione a regole cognitive di decodificazione, il racconto giornalistico diviene *contextualized* non solo nel senso proposto da Pavlik, che sottolinea con tale aggettivo la tendenza verso una versione 'in diretta e senza filtri' della notizia, ma anche in quello più generale, che questo sorregge, di perfetta adesione alla realtà.¹² La notizia non si limita più a raccontare la realtà ma è la realtà, coincide con essa nella misura in cui crea contemporaneamente i suoi fedeli lettori e, paradossalmente, i suoi narratori. Naturalmente le due istanze, narrativa e di lettura, non sono azzerate nella loro realtà empirica esterna al testo, ma l'accelerazione del flusso d'informazione non permette di vedere le conflittualità comunicative che tra di esse si generano (la *customization* o l'interattività altro non sono che le risposte del lettore all'autore e viceversa riportate ad una misura temporale che può essere addirittura superiore a quella del tempo di comunicazione reale) o non lascia loro tempo e spazio vitale: le neutralizza. Se pensata con le categorie della semiotica della cultura,¹³ la comunicazione tra le due istanze in ambiente digitale è priva della fase dell'esplosione, oppure i conflitti di questa fase si sanano in maniera così rapida che è impossibile osservarli, mentre restano visibili le fasi imitativa e normativa, in cui chi decodifica automaticamente assorbe il codice di chi codifica – impara a parlare e subito parla la sua lingua – e viceversa, apparentemente senza traumi.

La situazione attuale, in cui convive uno *storytelling* digitale accanto a uno analogico ha permesso di assistere a conflittualità di passaggio tra l'istanza narrativa analogica (a stampa o televisiva) e l'istanza di lettura digitale, che hanno preso le forme più diverse, ma che essenzialmente oppongono un giornalismo partecipativo e *digital* (il cosiddetto *blog journalism*) al giornalismo ufficiale di testata, ancora legato alla comunicazione monomediale, e fanno di queste nuove forme di comunicazione in ambiente digitale il supporto di non poche contestazioni e rivoluzioni politiche.

¹¹ «Nella nostra discussione del passo del *New York Times* abbiamo specificato un insieme di regole la cui osservanza fa di un'enunciazione una asserzione sincera e non difettosa. Trovo utile pensare a queste regole come regole che correlano parole e enunciati al mondo. Pensiamo ad esse come a regole verticali che stabiliscono connessioni tra linguaggio e realtà» (ivi, p. 153).

¹² Lo stesso termine è usato da Tom Kock per definire i vantaggi delle nuove tecnologie digitali, sostanzialmente legati alla possibilità di liberare i narratori della notizia dalla dipendenza politica ed economica – che equivale ad una dipendenza del punto di vista narrativo delle notizie – dai detentori del potere e delle informazioni: «these technologies will free journalists from a total reliance on the individual and thus, by definition, from limited views voiced by specific experts and officials. This freedom will allow reporters and editors themselves to define the context of a new story, thus regaining control of their own agenda and, perhaps, better approximate the profession's instrumental goals» (Tom Kock, *Journalism for the 21st Century. Online Information, Electronic Databases and the News*, New York-Westport-London, Greenwood Press, 1991, p. 63).

¹³ Jurij Mihajlovič Lotman, *La cultura e l'esplosione. Prevedibilità e imprevedibilità*, trad. di Caterina Valentino, Milano, Feltrinelli, 1993.

4. La comparazione tra edizioni cartacee e digitali

Il caso studio che qui presentiamo è stato selezionato proprio in virtù della sua forte carica esemplificativa di questa conflittualità di passaggio dal *print* al *digital storytelling*. Accanto alla carica esemplificativa di altri casi simili, in cui è possibile indagare le differenti scelte narrative operate dalle testate in ambiente cartaceo e digitale, esso presenta il vantaggio di tirare in campo alcune questioni specifiche legate alle dimensioni caratterizzanti del *digital storytelling* individuate da Pavlik – come ad esempio l’etica della comunicazione visiva e le connessioni tra immersività digitale e stimolazioni patemiche della comunicazione visiva.

Attraverso l’analisi è stato possibile innanzitutto valutare il testo informativo in relazione ai diversi piani espressivi in cui le notizie vengono trasmesse, e conseguentemente in relazione ai canali, e dunque ai media, che veicolano l’informazione (quotidiano cartaceo, telegiornale, giornale radio, giornale online). Tale valutazione ha dato modo di enucleare più a fondo argomenti di studio circoscritti rispetto alla testualità esistente, in modo da focalizzare l’attenzione su due questioni cruciali: la logica della rimediazione (dall’intermedialità alla crossmedialità) e la strategia, a essa strettamente legata, con cui vengono strutturati i contenuti all’interno del testo (tematizzazione, topicalizzazione, narrativizzazione, sezioni, titolazioni, approfondimenti interni ed esterni). A partire da tali argomenti è stato individuato nel confronto tra quotidiano cartaceo e quotidiano online un campo di indagine privilegiato e inesplorato¹⁴ tanto delle logiche di rimediazione che della ristrutturazione dei contenuti rispetto a vecchi modelli comunicativi, tenendo conto sia della autorevolezza che la carta stampata pare ancora avere rispetto ad altri media di informazione, sia della crossmedialità raggiunta dai siti di informazione in rete, dove è possibile non solo fruire documenti nati per altri media (copie digitali di articoli o filmati) ma un insieme di testi pensati per una fruizione adattabile a più canali (spazio online, web tv, blog).

Per lo studio comparativo tra siti web e testate cartacee abbiamo realizzato un’osservazione sistematica dell’intero ciclo di vita di una notizia, selezionando un evento sia per la sua importanza storica, ma anche in relazione alle riflessioni metatestuali che poteva essere in grado di suscitare nella stampa:¹⁵ la svolta della rivolta in Libia con la cattura e la morte del generale Gheddafi. Questa notizia non solo è rilevante, e utile a stabilire il ciclo di vita di una notizia, ma si presta a numerose riflessioni sulle fonti visive della notizia (foto da cellulare) e sulla legittimità della loro libera circolazione e del loro uso, tanto digitale che cartaceo.

Per il piano di osservazione abbiamo selezionato cinque quotidiani nazionali: «La Repubblica», il «Corriere della sera», «La Stampa», «L’Unità» e «Il Manifesto», e abbiamo

¹⁴ Cfr. Angelo Agostini, *Giornalismo*, Bologna, il Mulino, 2004, p. 142: «Ma proprio qui sta il punto: nel fatto che ancora oggi l’orizzonte digitale del giornalismo (non solo italiano) sia avvolto nella nebbia di una pubblicistica tanto plaudente nei momenti euforici, quanto catastrofica in corrispondenza con le depressioni finanziarie o industriali. Una pubblicistica che è ancora in buona parte di origine giornalistica, contandosi sulle dita d’una o due mani gli studi attendibili».

¹⁵ Sul ruolo trainante di alcuni eventi-notizia rispetto alla diffusione dei nuovi media e delle nuove tecnologie di trasmissione delle notizie, in modo particolare del web, si veda Peticca, *op. cit.*, pp. 84-85, che elenca tra i principali «il terremoto di Los Angeles nel 1994»; «l’attentato dinamitardo all’Oklahoma City Federal Building del 1995»; «la morte di Lady Diana nel 1997»; «la pubblicazione del rapporto Star contro il presidente Usa Clinton nel 1998»; «la guerra in Kosovo nel 1999»; e infine «l’attentato del 2001 al World Trade Center»; e si veda quanto affermato da Riccardo Staglianò: «Alcuni fatti di cronaca, tuttavia, hanno segnato delle specie di spartiacque – come lo fu la guerra del Golfo per la fama della CNN – nella breve ma intensa storia del giornalismo online» (*op. cit.*, pp. 35-36).

differenziato due canali: il quotidiano cartaceo, con l'annessione dei suoi allegati e inserti; il quotidiano online, cioè il sito internet della stessa testata. La scelta di tale piattaforma è stata orientata non solo da criteri di rilevanza nazionale delle testate, ma dalla necessità di assicurare una pluralità di punti di vista nel trattamento della notizia, sia sotto il profilo tematico, equilibrando ad esempio l'attivismo politico di giornali come «La Repubblica», «L'Unità» e «Il Manifesto», con l'imparzialità del «Corriere della sera» e della «Stampa», che sotto il profilo strettamente espressivo, bilanciando il peso che una notizia del genere poteva avere tanto in testate generaliste («Corriere della sera») che in testate particolarmente orientate alla cronaca politica estera («L'Unità»)¹⁶. Inoltre, la selezione dei quotidiani tiene conto di un criterio di rilevanza assegnato al canale online, e mira a ricostruire la pluralità espressiva dei differenti siti web.¹⁷ Se da un lato, infatti, presentano caratteristiche simili¹⁸ (indice tematico e struttura ipertestuale; approfondimenti audio-visivi e fotografici), per altri versi ognuno di essi è portatore di alcune specificità stilistiche e di differenti linee editoriali. Se «La Repubblica», ad esempio, presenta continui rimandi al sito dell'omonima web-tv, dove è possibile fruire un'informazione tipicamente audiovisiva per mezzo del sistema feed rss e per mezzo di altre indicizzazioni tipiche dei siti web dei Tg televisivi,¹⁹ altri giornali come «La Stampa» approfondiscono la comunicazione interattiva e i rimandi ai blog di discussioni – rimarcando le formule del cosiddetto *citizen journalism* –²⁰ mentre altri ancora come il «Corriere della sera» presentano uno stile asciutto che cerca di duplicare quello della versione cartacea. «L'Unità», invece, si differenzia per un particolare uso dell'immagine, soprattutto in modalità statica, mentre «Il Manifesto» esemplifica

¹⁶ Tale inquadramento tiene in parte conto della tipizzazione proposta da Angelo Agostini (*op. cit.*, pp. 127-140), che assegna ai quotidiani italiani tre possibili identità: l'istituzione, l'agenda, l'attivista.

¹⁷ Su questo punto l'analisi di Peticca (*op. cit.*, pp. 75-77) tende ad uniformare la posizione della stampa nazionale italiana online, almeno in una prima fase, rispetto a quella statunitense, individuando nella costruzione di molti siti web di quotidiani italiani una semplice strategia tecnologia mirante soprattutto ad un cambiamento di supporto: dal giornale di carta al giornale online, senza ipotizzare contenuti creati unicamente per il web, eccezion fatta per «L'unione Sarda». Di tutt'altro avviso Agostini (*op. cit.*, p. 142), che individua in «Repubblica.it» il primo sito di un quotidiano italiano che sviluppa contenuti per il web autonomi rispetto alla versione cartacea. Al di là della casistica storica e delle rispettive posizioni, ci pare in ogni caso che il panorama attuale presenti significative differenze.

¹⁸ Sulle caratterizzazioni del quotidiano online si veda, tra gli altri, Marco Pratellesi, *New Journalism*, Milano, Bruno Mondadori, 2008, p. 85: «Il giornalismo online ha caratteristiche comuni alle altre forme di giornalismo ed elementi propri che lo distinguono. I principali tratti distintivi sono la rapidità, l'ipertestualità, la multimedialità e l'interattività, che lo rendono fruibile a più livelli e attraverso più linguaggi. Il ciclo continuo delle notizie, aggiornate 24 ore su 24 in tempo reale (cioè nel minor tempo possibile, mantenendo un'elevata qualità e attendibilità) ne fa un prodotto in continuo divenire».

¹⁹ Come ricorda Sorrentino (*op. cit.*, p. 38) «Repubblica Tv (tv.repubblica.it) può vantare un palinsesto in parte in diretta, un TG e altri materiali video scaricabili in video podcasting». Si tratta di un sistema – feed rss o *podcasting* – che organizza i propri contenuti usando come criterio di ordinamento degli stessi l'ordine temporale e non una indicizzazione tematica tipica del quotidiano online. Sull'argomento si veda Marco Marsili, *La rivoluzione dell'informazione digitale in rete*, Bologna, Odoja, 2009, p. 368: «Il criterio di ordinamento delle notizie provenienti da diversi editori è puramente cronologico».

²⁰ Sull'argomento cfr. Zisi Papacharissi, *Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication*, London-New York, Routledge, 2009; Sean Tunney e Garret Monaghan, *Web Journalism: A New Form of Citizenship?*, Brighton, Sussex Academi Press, 2010; Sergio Maistrello, *Giornalismo e nuovi media: l'informazione al tempo del citizen journalism*, Milano, Apogeo, 2010.

un uso limitato del canale web, presentando un sito che mira molto di più a supportare la diffusione dell'edizione cartacea o l'acquisto della versione a pagamento in pdf.

Una riflessione, infine, deve essere riservata ai criteri di osservazione delle rispettive edizioni dei giornali. Mentre l'edizione cartacea ha le caratteristiche del documento,²¹ l'edizione online si caratterizza essenzialmente per la possibilità di essere aggiornata, e dunque per la sua instabilità dal punto di vista documentale. La sola versione d'archivio dei rispettivi articoli non offre alcun tipo di esemplificazione rispetto alla reale struttura dell'informazione online così come si presenta al lettore nel giorno in cui è stata caricata. La versione dell'archivio web, infatti, non solo è priva degli approfondimenti visivi e audiovisivi, ma di fatto presenta solo la versione più recente dell'articolo, cioè una versione con uno *story-telling* significativamente diverso da quelle della versione effettivamente presentata e letta nei giorni di diffusione in cui i fatti corrispondenti accadevano. Per questo motivo abbiamo osservato le pagine web dei giornali in maniera sistematica, fissando due punti di osservazione giornalieri di tipo temporale (mattina tra le 9:00 e le 9:30 e sera tra le 20:00 e le 20:30), e seguendo dei criteri standard per archiviare i testi:

- 1) criterio della rilevanza: si è osservato e archiviato il materiale relativo alla notizia presente nella pagina di apertura indipendentemente delle sezioni tematiche in cui era collocato;
- 2) criterio dell'orientamento tematico: si è osservato e archiviato il materiale relativo alla notizia presente nella sezione esteri, che generalmente accoglieva la notizia, soprattutto nei giorni successivi a quelli della cattura e morte del leader libico;
- 3) criterio della correlazione tematica di natura ipertestuale: si è osservato e archiviato il materiale relativo alla notizia presente in tutte le sezioni del giornale purché suggerito nelle bande linkabili degli articoli correlati;
- 4) criterio dell'associazione tematica: si è osservato e archiviato il materiale relativo a notizie il cui tema trattato poteva essere associato o creare associazioni tematiche con quello della notizia seguita (ad esempio le notizie relative alla cronaca politica di altri paesi del Maghreb diversi dalla Libia, o le notizie relative ai paesi islamici).

Tutto il materiale archiviato è corredato dalle informazioni complete che permettono di ricostruire le modalità in cui è stato presentato nello spazio web, e il percorso ipertestuale per la sua reperibilità. L'edizione cartacea, invece, è stata osservata nella sua interezza attraverso la pratica dello sfoglio lineare.

Nell'insieme il corpus risulta costituito da 20 edizioni cartacee per ogni rispettiva testata²² e da un insieme di documenti digitali archiviati, riguardanti sia la struttura generale del quotidiano online, che l'insieme dei documenti (articoli, immagini, approfondimenti audiovisivi) relativi strettamente alla notizia osservata. Si tratta di una totalità di documenti che rende possibile un'analisi di natura qualitativa senza dover ricorrere a strategie quantitative per l'analisi del contenuto, che risultano più deboli nella individuazione di caratteristiche di stile ed effetti di senso più complessi (relazioni intertestuali, meccanismi associativi e allusivi).

²¹ La definizione è in Robert Escarpit, *Teoria dell'informazione e della comunicazione*, trad. di Maria Grazia Rombi, Roma, Editori Riuniti, 1979, pp. 141-174, e si fonda sulla 'disponibilità' del documento, intesa come possibilità di analisi riflessiva su di esso a partire da una doppia indipendenza rispetto al tempo (sincronia, stabilità, affissione, iscrizione, riproduzione). Oltre si situerebbero i quasi-documenti, nei quali tale disponibilità è elusa dalla trasmissione lineare e irripetibile (rappresentazione teatrale, musicale, balletto, cinema, e altro).

²² Fa eccezione «Il Manifesto», che settimanalmente non viene stampato il martedì.

5. La morte del leader: modelli di *storytelling* a confronto

La notizia della morte di Gheddafi ha un ciclo vitale che va dal 20 ottobre 2011, giorno in cui viene ucciso, fino al 31 ottobre 2011, in cui compaiono sulle testate le ultime notizie correlate all'evento – in modo particolare il ritiro delle truppe Nato e la ricerca di un'autonomia politica da parte del nuovo governo libico, anche se una comparazione propriamente detta è possibile a partire dal 21 e dal 22 ottobre 2011, quando la notizia presenta sulle varie testate un assestamento narrativo e viene raccontata con uno stile definito da ogni singolo giornale, sia per quel che riguarda l'aspetto contenutistico della tematizzazione, sia per quel che riguarda le scelte legate all'orientamento espressivo, in modo particolare le strategie narrative verbali e visive.

5.1. L'inizio: *in medias res* o narrazione retrospettiva

La notizia della morte del leader libico si pone, per una quota di lettori, come l'evento finale di una macrostoria che riguarda i conflitti politici in Libia e la rivoluzione armata. Il singolo evento può essere associato alle relazioni diplomatiche della Libia con l'Europa, alle ingerenze francesi, alle connotazioni politico-religiose. Per quel che riguarda però le testate cartacee, la strategia narrativa prevede il racconto del singolo evento-notizia sulla scorta di una concezione ciclica degli eventi: ogni singolo evento, al di là dei rimandi e delle quote di approfondimento (dossier, reportage, inchiesta, ecc.), si caratterizza per una sua pregnanza narrativa che traccia confini piuttosto ristretti – un ciclo narrativo – dotati di autonomia semantica. Vale a dire che nella versione cartacea il processo associativo tra notizie è meno ricercato e minori sono i suggerimenti della testata in proposito. Nel digitale, invece, i link che permettono l'associazione tra notizie sono molto più presenti, e il lettore con libera scelta può decidere di percorrerli o meno. Ad esempio, un attore importante come lo Stato francese o statunitense, in una notizia come questa, a esso strettamente collegata, non solo può non comparire nella versione cartacea (anche per ragioni di politica editoriale e di convenienza politica nella gestione dell'informazione), ma quando compare – indipendentemente dalle questioni politiche sottese – è un attore con un ruolo autonomo e circoscritto al singolo evento narrativo, a cui viene assegnata una specifica funzione attanziale che si esaurisce con la fine del ciclo vitale della notizia.²³

La morte del leader Gheddafi, dunque, si pone come evento narrabile in due modi, a seconda che venga considerato come l'epilogo della notizia riguardante il conflitto (narrazione retrospettiva), o come un evento da essa derivato ma in grado di assumere una forte autonomia narrativa e di isolarsi rispetto ad esso (incipit narrativo *in media res*).

Il 21 ottobre tutte le testate cartacee da noi prese in considerazione propendono per questa seconda opzione narrativa, ad eccezione di «Repubblica» che sceglie per la prima pagina un titolo tipico di una narrazione retrospettiva «Ucciso Gheddafi, la guerra è finita» e un attacco in linea con esso «Con la morte di Gheddafi finisce un incubo. Non costituiva più una minaccia, il potere era in mano agli insorti...» (narrazione alla quale darà un seguito in un approfondimento nelle pagine interne – pp. 11-12), per poi invertire subito la rotta

²³ La cosa vale per notizie come queste, dal forte impatto politico, ma anche per altre. Addirittura nella cronaca nera, dove l'audience è funzione dell'intreccio narrativo, personaggi noti per un determinato evento-notizia possono comparire in un'altra notizia con funzioni narrative anche stravolte, senza che l'istanza narrativa senta il bisogno di rimarcare possibili associazioni. Ad esempio, il boss della nota banda della Magliana Dotallevi, un nucleo narrativo particolarmente prolifico nella generazione di storie dislocate nel tempo, recentemente è comparso in una notizia in cui compare come soggetto perseguitato dal fisco.

narrativa, già nelle pagine di apertura (pp. 2-3), con una narrazione in linea con le altre testate, tipicamente *in medias res*, identificata dal titolo «L'ultimo grido di Gheddafi "non sparate, non sparate", ucciso in fuga da Sirte» e dall'incipit del tutto autonomo rispetto agli eventi precedenti «Muammar Gheddafi sentiva le grida dei twar, i richiami di incoraggiamento da un angolo all'atro "Allahu Akbar". Dio è grande. Sapeva di essere vicino alla fine...». L'eccezione si spiega con la volontà, tutta politica, di agganciare patemicamente la notizia al declino del leader italiano Berlusconi, sottolineando la loro amicizia e l'ipocrisia delle dichiarazioni del leader italiano alla notizia della morte del colonnello (*sic transit gloria mundi*), subito superata dalla forza affabulatoria della notizia, che evidentemente richiedeva altri sentieri narrativi.

L'incipit della storia – titolazioni in prima pagina, titolazioni successive e agganci narrativi – su tutte le testate appare come l'inizio di un romanzo, capace di generare curiosità, e certamente molto lontano da una struttura che ne mostra il carattere risolutorio rispetto ad eventi precedenti, cioè evitando di porlo come epilogo di una storia pregressa ma intensificando il suo valore di rottura di uno stato di equilibrio e apertura di una storia tutta da raccontare. I processi di tematizzazione verbale evitano il coinvolgimento di aree semantiche raccordabili agli eventi precedenti (democrazia, ingerenze politiche, liberazione) e restano ancorati al racconto azionistico, trasformando la morte di Gheddafi in un elemento narrativo di una trama da giallo o thriller, e che comunque non rimanda al passato prossimo, ma introduce una storia in fuga verso il futuro:

L'ultimo giorno di Gheddafi.

Muammar Gheddafi è il primo dittatore ucciso dalle rivolte arabe in un evento spartiacque destinato ad avere profonde ripercussioni nel mondo musulmano, ed anche oltre.

(«La Stampa», 21 ottobre 2011, p. 1)

“Non mi sparare”. Mohammed ha sparato, “un colpo solo e l’ho colpito alla pancia”. Circondato dall’ira delle Tigri di Misurata, un minuto più tardi Muammar Gheddafi, il Colonnello, era già moribondo. Un’ora dopo, già morto. “Per le gravi ferite alla testa e allo stomaco”, dirà il medico dell’ospedale di Misurata. Sul buco di cemento resta una scritta blu: “Qui stava Gheddafi, il Topo. Allah è grande”.

(«La Stampa», 21 ottobre 2011, p. 2)

Alcune testate sentono addirittura il bisogno di presentare il personaggio e dotarlo di uno spessore psicologico del tutto estraneo ai fatti accaduti nei giorni precedenti:

Un colpo alla tempia dopo la cattura.

Il colonnello Muammar Gheddafi non fu soltanto il satrapo orientale, vestito di una uniforme operistica che si pavoneggiava a Roma ostentando il ritratto di Omar El Mukhtar, martire della resistenza anti-italiana, sul bavero della giacca. Prima di seppellirlo conviene ricordare che il tiranno era pur sempre un leader nazionale e che perseguì progetti diversi, quasi sempre folli, ma non privi di una loro perversa genialità. Il primo Gheddafi imparò la politica sulle pagine del *Mein Kampf* di Gamal Abdel Nasser, pubblicato e diffuso nel mondo arabo sotto il titolo di *Filosofia della rivoluzione*.

(«Corriere della sera», 21 ottobre 2011, p. 1)

Le tematizzazioni visive, dal canto loro, sono tutte realizzate per mezzo di immagini cruente, che associate al verbale rimarcano la volontà di creare una trama da thriller. L'uso di queste immagini, infatti, che hanno sollevato questioni di etica della divulgazione visiva e di controllo delle nuove fonti tecnologiche, deve essere pensato soprattutto in funzione

della sua carica narrativa. Più cruento è il fatto più forte è il turbamento dello stato di equilibrio narrativo, e più forte ancora sarà l'impatto narrativo della storia. Diventa forse ozioso commentare la questione che lega la fonte tecnologica alla trasformazione e divulgazione della notizia visiva. È evidente che l'istanza narrativa del giornale, indipendentemente dalla fonte, compie delle scelte narrative (non a caso la notizia viene raccontata il giorno successivo e non in diretta) in funzione del racconto che vuole tramare e dell'utilità dell'immagine stessa per la realizzazione degli obiettivi narrativi.

A smentire l'automatismo dell'umano che agisce in funzione dell'affermazione del processo tecnologico, c'è la scelta delle versioni digitali dei giornali, che tutte, indistintamente, optano per una narrazione retrospettiva, e tutte, indistintamente, smorzano la carica narrativa dell'immagine cruenta a favore di gallerie di immagini orientate alla documentazione del fatto e degli eventi immediatamente connessi, presentando negli articoli una notizia strutturata come un epilogo narrativo:

«Ha provato a offrirci denaro pregandolo di non ucciderci»

Le differenze tra la tesi ufficiale della sparatoria e quelle di alcuni insorti

«Giovedì mattina mi sono svegliato assieme ai miei uomini nei nostri bivacchi alla periferia di Sirte pensando che sarebbe stata un'altra giornata di combattimenti senza troppe novità. E invece, meno di tre ore dopo, era cambiato tutto. Gheddafi ferito stava sdraiato sul selciato, proprio davanti ai miei piedi. E la guerra era finita». Racconta così Hammad Mufta Ali, nato a Misurata 28 anni fa, da aprile comandante della Qatiba (brigata) Dawahi (periferie), che due giorni fa è stata tra le unità della guerriglia rivoluzionaria in prima linea nella cattura e poi uccisione del Colonnello. Parla in italiano comprensibile. «Sino a dicembre lavoravo in un luna park di Bologna, si chiama Catarini. Con loro ho girato mezza Italia per oltre quattro anni. Un grande divertimento. Appena tornato in Libia mi sono unito alle manifestazioni contro la dittatura. Ora che abbiamo vinto spero però di ripartire per l'estero. Magari cercherò di tornare in Italia».

(«Corriere.it», 21 ottobre 2011)

Il brano, come si nota, insiste molto nel ricercare agganci narrativi con gli eventi precedenti e nel collocare la morte del leader libico alla fine di una narrazione che ora può essere ripercorsa in maniera retrospettiva, ma che comunque è giunta alla fine. Non a caso, già il 22 ottobre, cioè il giorno successivo alla diffusione massima della notizia, mentre le testate cartacee perseguono l'obiettivo della narrazione di una trama gialla al centro della quale c'è la morte di Gheddafi, e intorno alla quale si muovono personaggi il cui ruolo e la cui versione dei fatti devono essere chiariti, e altri ancora da identificare e raccontare – «Catturato o in fuga? È giallo sulla sorte dell'erede Saif al Islam. Mutassim ammazzato a sangue freddo», titola ad esempio un articolo di approfondimento del «Corriere della sera» – le versioni online si preoccupano di riallacciare l'evento al conflitto in corso in Libia e allo scacchiere politico che vede in Europa e negli Stati a sostegno della rivoluzione le cause che hanno determinato l'evento della morte, e dunque la morte stessa come un epilogo di una trama politica. Addirittura, gli eventi libici vengono accomunati a questioni di politica internazionale come quella del debito italiano verso l'Unione Europea e alla debolezza del leader Berlusconi:

Libia e debito Ue, Berlusconi? Non esiste.

Dopo Gheddafi, la diplomazia delle videoconferenze riprende a funzionare. Interlocutori di Obama sono Sarkozy e Cameron. L'Italia non c'è. Neanche un sms. Nella stessa giornata Obama discute della crisi del debito Ue con Sarkozy, Cameron e Merkel. Neanche in questa occasione, Silvio Berlusconi viene interpellato. Semplicemente, non esiste.

(«L'Unità» versione online, 22 ottobre 2011)

Anche quando la narrazione si sposta in avanti, procede ancorando il discorso alla macrostoria politica alla quale il singolo evento della morte del leader libico appartiene, creando associazioni forti con attori che non riguardano la trama gialla dell'evento ma la trama della politica internazionale. Nessun cedimento verso forme affabulatorie relative alla storia del leader e alla sua fine – fa eccezione solo «Il Manifesto» –, nessuna espansione narrativa dell'evento: per le testate online l'evento è strettamente connesso con la storia che lo precede, è un epilogo, e quando dall'epilogo si riparte verso nuove storie, queste riguardano gli attori coinvolti nella trama precedente: la Nato, l'Europa, Gli Stati Uniti.

Ogni elemento dello *storytelling*, le immagini, gli articoli, la grafica, ha una funzione di documentazione. Mentre nelle versioni cartacee lo *storytelling* si sofferma sull'evento e sfrutta il potere affabulatorio delle parole e delle immagini, le versioni online sembrano concedere poco spazio al piacere della lettura: presuppongono un lettore che si attarda poco, che consulta la notizia velocemente, e soprattutto un lettore che se vuole, ma solo se vuole, può approfondire i fatti attraverso link che aprono gallerie di immagini, video e diascalie che si soffermano sull'evento:

Libia, la Nato andrà via a fine ottobre. Jebril: “Elezioni nel giro di otto mesi”

Ieri sera l'annuncio del segretario generale dell'Alleanza Fogh Rasmussen, che ha assicurato che non manterrà forze nel paese dopo la fine delle operazioni. Il capo del governo provvisorio promette che la prima consultazione libera del paese si svolgerà entro l'estate. La Russia ha chiesto intanto all'Onu la fine immediata delle sanzioni. Secondo fonti del Comitato di transizione citate dal «Times» il giustiziere di Gheddafi sarebbe un minorenne: “È un eroe, non sarà processato”. Ancora mistero sulla sorte del figlio del Colonnello Saif al Islami, considerato il suo delfino.

(«Corriere.it», 22 ottobre 2011)

Lo *storytelling* digitale, a differenza dello *storytelling* cartaceo, ha l'opportunità di narrare le notizie secondo un ritmo temporale non ciclico ma continuo. Potendo ogni notizia essere collegata ad altre secondo modalità associative rapide, l'approfondimento narrativo dell'evento appare ridondante e privo di connessioni con le scelte di lettura degli utenti. Lo *storytelling* digitale, detto altrimenti, propende per un approfondimento della notizia di tipo critico-associativo, cioè un approfondimento suggerito e realizzabile solo dal lettore (che coincide con la potenzialità individuate da Pavlik nel giornalismo digitale: interazione e customizzazione), che se vuole può collazionare notizie pregresse e affini tematicamente con un semplice click. Al contrario, le versioni cartacee, che fanno i conti con modalità di lettura differenti, sequenziali e non associative, utilizzano uno *storytelling* fondato su un tempo ciclico in cui di volta in volta si rinnovano le storie narrate, e dove ogni storia ha una sua autonomia narrativa. Non a caso la notizia della morte del leader libico, nell'online, viene inserita sempre nella sezione esteri, mentre nelle notizie cartacee viene presentata con una testatina autonoma.

5.2. Evoluzioni narrative

A partire dal 23 ottobre, solo tre giorni dopo l'evento, la notizia subisce una fase di rarefazione narrativa, certamente più visibile sulle testate cartacee dove le possibilità di riuso dei materiali sono limitate, e meno su quelle online che aggiornando i singoli articoli rendono meno palese la rarefazione. In ogni caso, la notizia permane e la narrazione prosegue optando per due trame nettamente distinte, come già nelle premesse iniziali: (i) le versioni cartacee seguono la trama gialla e insistono sui misteri intorno alla morte del leader (autopsia, testimonianze in contraddizione, sorte del figlio Saif), trama che può debordare, in

alcuni casi, verso il coinvolgimento degli attori internazionali tirati in campo nelle trame digitali, che qui però assumono il ruolo attanziale di ‘oppositori’ del leader, quindi dotati di una carica passionale disforica tipica della colpevolezza; (ii) le versioni online seguono la trama politica (liberazione, presenza truppe nato e future elezioni politiche).

Un esempio delle prime è l’articolo del «Corriere della sera», non molto diverso dalle scelte di «Repubblica» e della «Stampa»:²⁴

Seppellitemi a Sirte con gli abiti che portavo.
L’autopsia: ferita letale alla testa. Audio del figlio Saif in fuga: Io non mi arrendo.
Tre foglietti, ognuno affidato a un parente. Pezzi di carta dove Muammar Gheddafi avrebbe scritto il suo testamento. Con note personali e un appello politico rivolto ai libici affinché si battano contro gli aggressori stranieri. Nel testo il colonnello sembra prevedere la sua fine. “Giuro che morirò da musulmano. Se dovessi essere ucciso voglio essere sepolto secondo al tradizione islamica”.
(«Corriere della sera», 24 ottobre 2011, p. 13)

Un esempio delle seconde è l’articolo di «Repubblica.it»:

Cnt, Gheddafi sepolto in luogo segreto. Poi l’appello: La Nato prolunghi la missione.
Con i funerali di Gheddafi il Paese prova a girare definitivamente pagina anche se il futuro è pieno di incertezze. Forse anche per questo il Consiglio nazionale di transizione ha chiesto alla Nato di prolungare la sua missione nel Paese di “almeno un mese”. La conclusione delle operazioni di Unified Protector era stata annunciata in un primo momento per il 31 ottobre. Ora, dopo l’appello al rinvio lanciato dal ministro del Petrolio e delle Finanze ad interim Ali Tarhuni, l’Alleanza ha fatto sapere che ogni decisione è rimandata. “La Nato si consulterà con le Nazioni Unite e con il Cnt prima di prendere una decisione finale”, hanno precisato fonti dell’Alleanza. La Spagna, tuttavia, ha già annunciato che tutte le sue forze impegnate in Libia, rientreranno in patria entro il 31 ottobre.
(«Repubblica.it», 25 ottobre 2011)

Come si può notare la stessa notizia coinvolge attori diversi e racconta al lettore cose differenti. Nel primo articolo, Gheddafi è più volte rappresentato come vivo, per mezzo di annessi narrative che di volta in volta consegnano al lettore un tratto della sua personalità, e con la creazione di trame attraversate da forti cariche passionali, di tipo euforico per il dittatore, e disforico per i suoi oppositori. Al contrario, nel secondo articolo non c’è mai una rappresentazione del leader, ma la storia narrata coinvolge gli attori che hanno preso il suo posto, gli stessi che prima lo combattevano. A parità di notizia, si potrebbe dire, cambiano i ruoli attanziali, e Gheddafi, nella versione cartacea vero protagonista, si trasforma, nella versione digitale, in un mero oppositore delle potenze internazionali e della nuova Libia.

5.3. Epiloghi narrativi

A partire dal 27 ottobre 2011, quindi una settimana dopo l’evento, il ciclo vitale della notizia si è già esaurito. Testate come «L’Unità» e «Il Manifesto» hanno già abbandonato il suo racconto nei giorni precedenti, ma anche «La Stampa», «La Repubblica» e il «Cor-

²⁴ Sul «Manifesto» e sull’«Unità» la rarefazione della notizia porta rapidamente alla sua scomparsa. Trattandosi di tabloid militanti l’*agenda setting* predilige le notizie di politica interna relative al leader Berlusconi.

riere» smettono di dedicare uno spazio incisivo alla storia di Gheddafi. Nelle versioni cartacee la notizia subisce una chiara dislocazione spaziale che la porta dalle prime pagine di testata alla prime pagine della sezione esteri, e poi alle ultime pagine di questa, anche in assenza di notizie particolarmente rilevanti. Nelle versioni online, allo stesso modo, la notizia subisce una dislocazione: appare in coda e quindi non visibile se non con lo *scroll* della pagina, oppure diventa raggiungibile attraverso un numero sempre maggiore di rimandi ipertestuali. In sostanza, la catena associativa si allunga diluendo la narrazione del singolo evento.

Per quel che riguarda le versioni cartacee, lo *storytelling* relativo alla morte di Gheddafi presenta tre soluzioni narrative differenti nelle tre testate principali. La soluzione del «Corriere della sera» consiste nella fusione con la ‘macrostoria internazionale’ narrata nella versione online, e arriva il 27 ottobre con una notizia collocata nella sezione esteri:

Ieri riunione operativa a Doha. E il Cnt chiede una proroga della missione Nato Forza multinazionale in Libia. L’Italia valuta la partecipazione. Iniziativa del Qatar per costruire la coalizione di 13 stati.
(«Corriere della sera», 27 ottobre 2011, p. 21)

Si tratta di una scelta che consiste nel fondere i processi di tematizzazione utilizzati nelle versioni cartacea e online fino a spostare l’asse tematico dalla trama gialla alla trama internazionale.

La soluzione di «Repubblica» è più radicale, e consiste nella sostituzione della notizia. Quella che nel «Corriere» è una notizia accanto a quella riguardante gli eventi in Libia – la rivolta in Tunisia – in «Repubblica» diviene la notizia che sostituisce la storia di Gheddafi, e dunque pone fine alla notizia con un’altra storia:

Tunisia, rivolta e scontri in piazza. Assaltate le sedi de partito islamico
(«La Repubblica», 28 ottobre 2011, p. 22)

Alla storia di Gheddafi viene dedicato solo un piccolo articolo di spalla che recita «I killer di Gheddafi saranno processati», e significativamente non viene ripresa neanche nella sezione esteri del «Venerdì di Repubblica», inserto di approfondimento settimanale, uscito lo stesso giorno.

Infine, la soluzione della «Stampa» è quella forse più originale e sovrapponibile a quanto avviene nel digitale, dove è la moltiplicazione ipertestuale che diluisce la storia. Nella «Stampa» la notizia scompare il 29 ottobre 2011, sostituita da un rimando associativo, una sorta di link cartaceo, che fornisce al lettore l’input per un eventuale approfondimento sulla storia, collocato nell’inserto «Tuttolibri» in occasione della presentazione dello scrittore Alessandro Spina, profondo conoscitore della Libia. Il titolo recita:

Nato nel paese di Gheddafi, vi ha lavorato a lungo. Con le sue opere ha tentato invano (dirà Sereni) di farci avere rimorsi per le guerre coloniali.
La mia Libia che Moravia sottovalutava
(«La Stampa», 29 ottobre 2011)

Con modalità diverse, accade più o meno la stessa cosa nel digitale, dove ogni testata sceglie una diversa soluzione narrativa. Forse la più interessante riguarda il «Corriere», che curiosamente in un articolo del 27 ottobre concede un insolito spazio alla figura del leader libico quale oppositore delle grandi potenze, assegnandogli una carica passionale positiva così come fatto nelle versioni cartacee:

Gheddafi dedicò una canzone alla Rice

Le memorie dell'ex segretario di Stato: «A Tripoli proiettò le mie foto e fece comporre un brano in mio onore»

Muammar Gheddafi non perdeva occasione per tuonare contro il potere imperialista statunitense e contro gli inquilini che si sono succeduti alla Casa Bianca, i suoi nemici di turno. Eppure il Rais aveva una passione smisurata per il segretario di Stato dell'amministrazione Bush, Condoleezza Rice. E non ha mancato di metterla in mostra in occasione della visita ufficiale compiuta a Tripoli dalla Rice nel 2008. È lei stessa a raccontare la circostanza, in un'intervista alla televisione Abc in occasione dell'uscita del suo libro autobiografico. Una passione, quella del Colonnello, esplicitata con una canzone a lei appositamente dedicata: «Black Flower in the White House», un fiore nero alla Casa Bianca, fatta comporre per l'occasione ad uno dei più quotati musicisti libici. («Corriere.it», 26 ottobre 2011)

Sembra quasi un epilogo narrativo simmetrico e opposto a quello del cartaceo. Così come lo *storytelling* cartaceo diluisce la sua trama in quella digitale per chiudere la notizia, lo *storytelling* digitale diluisce la sua trama in quella cartacea. Nella versione cartacea la storia si allarga e diventa incontrollabile per il lettore, quindi finisce. Nella versione digitale si rimpicciolisce fino a focalizzarsi su un singolo evento, e termina così la sua linfa narrativa inevitabilmente legata alle sue possibilità associative, qui frustrate dalla presentazione di un evento minimo e personale.

«Repubblica.it» e «La Stampa», invece, secondo una modalità più diffusa nel digitale, cominciano ad approfondire un nuovo filo narrativo, quello della possibile presenza di armi nucleari. Non si tratta di una vera e propria sostituzione, come nel cartaceo, perché la Libia continua a essere presente come fonte di trame nella sezione esteri, ma di una espansione perfettamente in linea con le potenzialità dello *storytelling* in ambiente digitale, che deriva da una trama altre trame, e da queste altre ancora, secondo un movimento narrativo di associazione tra i temi e i personaggi coinvolti.

6. Dalla sequenzialità al *blending*

L'analisi delle due versioni della notizia fa emergere in maniera forte i differenti processi di lettura che presuppongono le due forme di *storytelling*, cartaceo e digitale, e come la loro evoluzione si leghi strettamente ad essi, non solo nelle fasi di ricerca dell'attenzione e fidelizzazione alla lettura, ma anche in quelle della separazione e del rinnovamento del patto narrativo relativamente ad altri contenuti.

Nell'ambiente digitale e in alcune sperimentazioni condotte per la tv digitale, ovvero per i media analogici che tendono a interagire con tecniche di riproduzione digitale, la relazione tra gli episodi di una trama ha lasciato il posto a qualcosa che, in mancanza di un termine più adatto, possiamo definire *principio della metamorfosi*. Nel passaggio da uno stadio della storia a un altro, agisce un principio di trasformazione che conserva alcune caratteristiche dello stadio narrativo precedente ma assorbendole nel nuovo stadio. I vincoli del patto narrativo tipo analogico saltano, e al loro posto ne troviamo altri fondati su un nuovo accordo di cooperazione. Nel nuovo patto, autore e testo chiedono al lettore di giocare con il principio della metamorfosi, obbligandolo ad accettare regole di associazione simultanea tra i segmenti di una storia, cioè a credere vero ciò che nel patto precedente era giudicato inattendibile o ipotetico perché irrealizzabile fisicamente, o realizzabile con procedure complesse. Alla ciclicità narrativa si sostituisce la moltiplicazione dei piani narrativi: la trama si espande verticalmente e non più orizzontalmente, rinunciando sempre più ad avanzare nel tempo e continuando a trasformarsi nello stesso punto.

A nostro modo di vedere questo nuovo modello di *storytelling* è una conseguenza dell'alfabetizzazione digitale e delle nuove modalità di lettura del testo diffuse con la digitalizzazione e l'ambiente web. I media analogici non permettono l'applicazione del principio di metamorfosi, o comunque storicamente si sono fondati su un tipo di intelligenza sequenziale. Se adottiamo un punto di vista sullo *storytelling* che conserva le caratteristiche della concettualizzazione analogica, il salto tra le due tipologie ci apparirà come la perdita delle enciclopedie cognitive utili per stabilire giudizi generali, meta-narrativi, portatori di significati e valori che trascendono le singole trame – quello che Eco per i giornali chiamava effetto di topicalizzazione – cioè come la perdita di un processo cognitivo fondato sull'incremento dell'informazione narrativa, la memoria e i nessi di dipendenza concettuale (*conceptual dependency*).²⁵ Si tratta però di un punto di vista inadeguato, perché l'ipertesto e l'ambiente digitale hanno modificato le condizioni di narrabilità delle storie, e con esse l'approccio concettuale alle storie. In alternativa al modello della dipendenza, il modello della fusione concettuale (*conceptual blending*) appare più adatto per spiegare il fenomeno della nuova serialità digitale. Il *conceptual blending* rappresenta il pensiero come un network di conoscenza, costituito da spazi mentali che contengono gli input (*input mental spaces*), una mappatura degli scambi di informazione tra gli spazi mentali (*cross space mapping*), uno spazio generico in cui le informazioni condivise tra i vari spazi mentali vengono tenute insieme (*generic space*), e uno spazio di fusione (*blend*) in cui gli input dei differenti spazi mentali vengono proiettati in un unico spazio e messi in relazione fino all'emergere in una nuova struttura, che contiene la nuova informazione prodotto dalla fusione delle informazioni precedenti (*emergent structure*). Nel caso dello *storytelling* digitale dei giornali possiamo considerare i vari spazi mentali come l'insieme degli input forniti in un singolo stadio narrativo (una edizione giornaliera della testata), il *blend* come il processo creativo di tipo metamorfico, e la struttura emergente come il nuovo stadio narrativo raccontato nell'articolo aggiornato.²⁶

Quelle che Pavlik individuava come caratteristiche dell'informazione digitale, i link e l'interattività, l'immersività narrativa e la possibilità dell'utente di scegliere la composizione narrativa, sono appunto le tecnologie che supportano lo stile dello *storytelling* digitale, andando ad agire sul processo di lettura degli utenti. Allo stesso modo la sequenzialità narrativa e il vincolo di spazio sono le caratteristiche tecnologiche che supportano lo *storytelling* cartaceo e il processo di lettura a esso legato.

Il lettore del giornale cartaceo ha sviluppato un modello di lettura e interpretazione del testo che prevede l'evoluzione narrativa dei fatti, e che possiede un forte vincolo nella capacità mnemonica, ragione per la quale le storie coprono dei cicli brevi e si esauriscono, e usano la capacità affabulatoria come mnemotecnica in grado di consegnare al lettore una storia più complessa e articolata di quella raccontabile in un solo giorno. Il lettore del giornale digitale, invece, ha sviluppato un modello di lettura in cui la disponibilità costante degli elementi narrativi lo mette nelle condizioni di scegliere in prima persona la sequenza di lettura per mezzo di link di approfondimento, o in alternativa di seguire quella proposta dal giornale negli aggiornamenti, che funzionano come veri e propri meccanismi di fusione tra stadi narrativi.

²⁵ Cfr. Roger C. Schank, *Conceptual Information Processing*, Amsterdam-New York-London, North-Holland, 1975; Roger C. Schank e Alex Kass, *Knowledge Representation in People and Machines*, «Versus. Quaderni di studi semiotici», voll. 44-45, 1986, pp. 181-200.

²⁶ Cfr. Gilles Fauconnier, *Quantification, Roles and Domains*, «Versus. Quaderni di studi semiotici», voll. 44-45, 1986, pp. 61-80; Gilles Fauconnier e Mark Turner, *The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York, Basic Books, 2002.

Il motivo per cui oggi assistiamo a un giornalismo da carta stampata più fascinoso e marcatamente narrativo è legato non tanto a una necessità di differenziazione rispetto alle versioni online, ma alla necessità di far fronte a lettori che presentano abitudini di decodificazione dell'informazione fondate sul digitale, e che quindi sono abituati a uno scarso esercizio mnemonico-narrativo e a una maggiore propensione all'associazione libera. Lo stile narrativo del cartaceo permette all'istanza narrativa di controllare il processo di lettura e decodificazione della notizia, evitando errori di comunicazione e aiutando il lettore a circoscrivere porzioni di senso.