

FRAMMENTI

Dodici puntate di otto minuti disseminate di enigmi. Su cui chi guarda deve indagare. Un esperimento della tv satellitare Current, che innova mischiando l'esistente e il passato. La rete, ovvio. Ma anche il tenente Sheridan

Il giallo televisivo che gli spettatori risolvono per mail

[ANTONIO DIPOLLINA]

L GIOCO sarà capire se qualcuno avrà abboccato. Si attendono soprattutto segnalazioni dalle farmacie, del genere: «È il terzo cliente in questa settimana che entra e chiede il Letenox». In realtà, potrebbe già essere successo. Gli spot passano da tempo in tv e sono irresistibili. Una giovane bionda ti spiega che aveva un problema, ovvero un trauma, ovvero un pessimo ricordo del passato, ma con una bella pastiglia di Letenox il ricordo è svanito. A essere puntigliosi viene da chiedersi come faccia la bionda dello spot a ricordarsi di avere avuto pessimi ricordi. Oppure ci sarebbe il caso B: tu hai preso il Letenox e hai cassato il trauma, ma ti ritrovi il tubetto in casa. Siccome sai che serve per i brutti ricordi, realizzi che ne avevi uno, ma il non saperlo più può destabilizzarti assai. Il rischio è che chiedi a un parente, o vai a controllare le vecchie mail. E ricominci.

Si può andare avanti all'infinito, visto che tutto per fortuna è un gioco. Il Letenox non esiste, per ora: è solo un farmaco inventato al centro di una torbida storia di ricatti, rapimenti, abissi di subconscio e spionaggio industriale.

La storia inizia il 22 ottobre alle 22 su Current Tv (il network mondiale fondato da Al Gore, la filiazione italiana è al canale 130 di Sky). Loro, quelli di Current, lo spot del Letenox lo mandano in onda da diversi giorni: alla fine c'è un numero di telefono, tu chiami e ti chiedono di lasciare la mail. A quel punto sei nel gioco anche tu.

Tutto quanto si chiama *Frammenti* e viene lanciata come la prima fiction investigativa partecipata dal pubblico. È una miscela, forse irresistibile, tra gioco di ruolo modernizzato al massimo, fiction vera e propria, *viral marketing* applicato a un prodotto tv e qualche altra formula compres-

bile solo ai fanatici del web. A quoll un po' in là con gli anni verrebbe da venderla - scherzando, ma non troppo - come la versione 2010 di una cosa in bianco e nero anni Sessanta che si chiamava *Giallo Club*, con il pubblico da casa invitato a partecipare per risolvere l'enigma con Sheridan e soci.

Frammenti è interamente italiano, anche se alla voce produzione incontri nomi come Shado, Log607 e H-Farm: niente paura, sono tutti di Treviso, luogo, che per vari motivi offre logistica e ambientazione adatta per un plot di intrighi al massimo livello, nel quale, per tutte le dodici minipuntate - otto minuti ciascuna, in fondo frammenti pure queste - si accavallano brandelli ad alto voltaggio in grado di raccontare quello che succede. Con tecnica di regia iper-moderna e già confezionata per il trasbordo su internet - la durata del singolo episodio è perfetta per YouTube - ma con mil-



le reminiscenze di giallo antico e soprattutto di certe fiction Usa di recente produzione (alla *Fringe*, per gli appassionati).

Il protagonista è un giornalista che si chiama Lorenzo Soave, citazione da Pessoa, che indaga sulle voci secondo cui il famoso Letenox sta per essere davvero messo in commercio, con le prevedibili conseguenze sociopolitiche del caso. Va da sé che il nostro eroe si ritrova rapito e prigioniero, e soprattutto senza ricordi adeguati.

Ma *Frammenti* vive soprattutto di altro. Ovvero, appunto, la famosa partecipazione di chi guarda la fiction e vuole esserci in qualche modo. Per esempio scovando gli indizi che vengono disseminati durante le puntate (attenzione, con tecnica steganografica, qualunque cosa sia, spesso il difficile non è risolvere l'enigma, ma capire qual è l'enigma medesimo). A pun-

MADE IN ITALY
Frammenti, una produzione tutta italiana, è la prima fiction investigativa partecipata dal pubblico. La prima puntata andrà in onda il 22 ottobre alle 22 (canale 130 di Sky). Sotto, il trailer del programma

current



tata finita si va quindi sul web e di rimando in rimando si caccia il tesoro in rete o anche in luoghi fisici veri e propri. Non solo: ad un numero di telefono un messaggio registrato risponde dando ulteriori indicazioni... Per capirsi: la storia è già interamente scritta, enigmi per il pubblico compresi. Si partecipa da casa per il gusto di scoprire i mille misteri. Tutto è piuttosto difficile, bisogna essere bravi e possibilmente essere in parecchi. Da soli è quasi impossibile.

Quelli bravi davvero vinceranno dei premi, ma quello che conta è quanto succederà al di là della fiction medesima: con logica da social network, gli autori che sorvegliano la messa in onda favoriranno la creazione di nuovi spunti esterni, aggregazioni tra partecipanti, enigmi collaterali a quelli già esistenti. Un tipo di *entertainment* che non è nuovo per gli impallinati di inter-

net e di certi giochi aggreganti, ma che per la prima volta è adattato al mezzo tv: tv che in questo caso si arrende davvero alla preponderanza della rete e alle sue logiche, ma resiste con una certa tenacia nell'affermare il proprio ruolo e la propria storia - a scorrere le puntate, sono davvero numerose le citazioni di tipo prettamente televisivo.

Resterebbe da chiamare le cose col loro nome, ma questa è davvero materia per specialisti: che esistano i *webisodes*, che tutto sia catalogabile come Arg (argh?), ovvero *Alternate*, o *augmented reality game*, e che se ti aggregi sei in mano a un Puppet Master che guida il gioco, può anche essere secondario. La scommessa di Current, il canale più vispo del mazzo, è quella di lanciare l'esperimento e andare a vedere che succede. Magari ne viene fuori qualcosa di memorabile. Almeno finché il Letenox non lo metteranno in vendita davvero. **X**