

Luxastra di InnTale. Intersezioni di narrazione seriale, gioco e social media entertainment su YouTube Italia

Virginia Scapolo*

Università di Bologna (Italy)

Ricevuto: 1 settembre 2025 — Accettato: 30 dicembre 2025 — Pubblicato: 30 luglio 2026

Luxastra by InnTale: Intersections of Serial Storytelling, Play and Social Media Entertainment on YouTube Italia

This article analyzes *Luxastra* (2019–2024), a web series by the Italian YouTube channel InnTale, as an emblematic case study of the intersection between serial storytelling, tabletop role-playing games (RPGs), and social media entertainment. Adopting an approach borrowed from television studies, the analysis is structured on three main levels: the series' production aspects; its textual and narrative characteristics; and its dynamics of audience reception and participation. It thus aims to highlight how *Luxastra* reworks RPG languages to construct a complex transmedia narrative, supported by community-oriented communication strategies and a process of remediation that integrates playful, audiovisual, and digital aesthetics. At the same time, the investigation highlights the critical issues InnTale has encountered as an independent production on YouTube: amid algorithmic uncertainties and tensions between creative freedom and economic sustainability, the case of *Luxastra* reveals the potentialities and limitations of grassroots seriality, raising questions about the compatibility between complex narrative forms and the logic of social media platforms. Finally, the article confirms the extension of television studies to contemporary digital media as a necessary and virtuous approach, capable of grasping the interdependencies between aesthetics, production models, and engagement dynamics even in works outside the circuits of the more established cultural industries.

Il presente articolo analizza *Luxastra* (2019-2024), *webseries* del collettivo e canale YouTube InnTale, come caso di studio emblematico dell'intersezione tra narrazione seriale, gioco di ruolo da tavolo (GdR) e *social media entertainment*. Adottando un approccio mutuato dai *television studies*, l'analisi si articola in tre livelli principali: gli aspetti produttivi della serie; le sue caratteristiche testuali e narrative; le dinamiche di ricezione e partecipazione da parte del pubblico. Si mira così a evidenziare come *Luxastra* rielabori i linguaggi del GdR per costruire una narrazione transmediale articolata, sostenuta da strategie di comunicazione *community-oriented* e da un processo di rimediazione che integra estetiche ludiche, audiovisive e digitali. Al contempo, l'indagine evidenzia le criticità in cui InnTale è incorso come produzione indipendente su YouTube: tra incertezze algoritmiche e tensioni tra libertà creativa e sostenibilità economica, il caso di *Luxastra* rivela potenzialità e limiti della serialità *grassroot*, ponendo interrogativi sulla compatibilità tra forme di narrazione complesse e le logiche di piattaforme con tratti *social*. Da ultimo, l'articolo conferma l'estensione dei *television studies* ai media digitali contemporanei come approccio necessario e virtuoso, capace di cogliere le interdipendenze tra estetiche, modelli produttivi e dinamiche di *engagement* anche in opere esterne ai circuiti delle più consolidate industrie culturali.

Keyword: Luxastra; YouTube; Social media entertainment; Seriality; Tabletop Role-Playing Games.

* ✉ virginia.scapolo2@unibo.it

1 Introduzione

Lo studio dell'intrattenimento su piattaforme digitali è una materia tanto attuale quanto, irrimediabilmente, sfuggente, a partire dalle sue definizioni. Il contributo di Stuart Cunningham e David Craig a tale letteratura individua come *social media entertainment* “an emerging proto-industry fueled by professionalizing, previously amateur content creators using new entertainment and communicative formats, including vlogging, gameplay, and do-it-yourself (DIY), to develop potentially sustainable businesses based on significant followings that can extend across multiple platforms” (2019: 5). Nella categoria di “piattaforme” gli autori considerano tanto aggregatori con tratti social quali YouTube e Vimeo, quanto social media in grado di ospitare materiale video, quali Facebook o Instagram (2019: 5); si tratta tuttavia di un termine che spesso trova applicazione anche nel campo della televisione “non lineare” (Barra 2022: 199), quella dello streaming di Netflix, Disney+, Amazon Prime Video etc., per quanto sia emerso come maggiormente specifico per tali casi l'attributo di “portale” (Lotz 2017). Ancora, tracciati questi confini rischia di rimanere fuori fuoco la dimensione tecnologica, quella che potrebbe considerare come piattaforme (in senso quasi fisico) gli strumenti di ricezione, da smartphone e smart-TV alle console videoludiche (Barra 2022: 196).

Il quadro appena esposto funge da utile dimostrazione della natura multiforme e ibrida dell'audiovisivo contemporaneo, caratterizzato da incroci più o meno inestricabili di riferimenti, omonimie e sovrapposizioni. Questo articolo desidera proporre l'analisi di una delle web series di un canale YouTube italiano, *Luxastra* ([web series], InnTale, YouTube, 2019-2024) come tentativo di affiancare metodologie e strumenti interpretativi talvolta distanti, eppure necessari nell'approcciarsi a testi multimediali stratificati e anche sperimentali.

Dal suo esordio il 28 febbraio 2019 sino alla sua sospensione a tempo indeterminato il 9 settembre 2024, *Luxastra*¹ ha attraversato anni di forti cambiamenti e crisi, tra cui la pandemia di COVID-19, con quattro stagioni, 79 episodi regolari e altri 11 di spin-off, per un minutaggio totale che supera le 110 ore di video. Il suo ambizioso obiettivo è stato quello di trasformare una partita di gioco di ruolo da tavolo (GdR) in una vera e propria serie e universo narrativo, capace di attrarre tanto un pubblico di giocatori quanto di spettatori di fiction fantasy, tanto di *social media users* quanto di *textual poachers* (Jenkins 1992) avvezzi alle complessità dell'intrattenimento transmediale. Tutt'altro che ingenuo esperimento, malgrado la sua partenza a basso budget, *Luxastra* ha costruito il successo di InnTale come canale YouTube (con 268.000 iscritti a marzo 2026), ma è anche dalle sue criticità che emerge la natura estremamente delicata degli equilibri tra l'indipendenza dei content creators e i suoi pericoli; tra il gioco come narrazione, il gioco come lavoro e il gioco come “gioco”; tra gli approcci *community oriented* e le strategie aziendali; tra i modelli del racconto seriale audiovisivo di oggi e la loro rielaborazione grassroots.

Per chiarezza espositiva e metodologica, l'analisi di *Luxastra* si svilupperà in tre principali livelli mutuati dagli approcci dei Television Studies (Gray and Lotz 2019): le specificità produttive della serie, la sua analisi testuale e narrativa, la ricezione e la comunicazione con e per il pubblico. A ciascuno di questi livelli, in diversa misura ed entità, le componenti ludiche di *Luxastra* saranno considerate nelle loro specificità semiotiche (Ferri 2020) e socioculturali, amplificando la tensione già insita nel televisivo tra impegno e leggerezza, regole (di gioco e narrative) e sperimentazione, partecipazione e spettatorialità (Valentini 2013), una tensione più evidente che mai nell'ambito dei media digitali (Frissen et al. 2015). Difatti, le ingerenze derivate dalla piattaforma di YouTube, come il suo modello di business e le sue *affordances* estetiche e tecniche, appariranno in prevalenza nella terza sezione, ma non potranno essere trascurate nelle precedenti, in una logica permeabile e olistica che mira a caratterizzare la web series di InnTale come più della somma delle sue componenti. Tale risultato sarà tratteggiato e portato a compimento nelle conclusioni, con due principali finalità: misurare l'efficacia dell'estensione dei Television Studies all'ambito dei media digitali, come auspicato dai loro stessi sviluppi (Bennet and Strange 2011); e, da ultimo, individuare sinergie e contrasti che possono sorgere dall'incrocio tra narrazione seriale, gioco e *social media entertainment*, fenomeni di grande rilevanza contemporanea di cui è ormai tempo di esaminare le intersezioni.

1. Per brevità, in questa sede potrà essere utilizzata la dicitura *Luxastra* per indicare sia le tre stagioni di *Luxastra's Lullaby* ([web series] InnTale, YouTube, 2019-2021), sia l'unica stagione di *Luxastra's Dream* ([web series], InnTale, YouTube, 2022-2023).

2 Luxastra come Actual Play: messinscena e impianto di produzione

Un piccolo gruppo di individui disparati converge nella cittadina di Fatumastra, sul continente di Luxastra. Non si conoscono, ma la vita di ciascuno è stata rovinata dall'operato di una misteriosa organizzazione, l'Indaco; un'antica entità divina, il Re Corvo, desidera che il gruppo si unisca per contrastare i nemici comuni. Non senza numerose incomprensioni e diffidenze, gli avventurieri iniziano a conoscersi e a collaborare, cercando di proteggere la città di Fatumastra da un attacco imminente e, intanto, di comprendere il loro posto in un destino più grande.

Questo è l'incipit, nonché una stringata sinossi, della serie *Luxastra's Lullaby*. Al tempo stesso, non si tratta di quanto viene mostrato a schermo negli episodi, quantomeno non secondo le diffuse norme audiovisive: al posto di un set con i suoi attori, o di immagini d'animazione, ciò che si vede sono sette individui seduti attorno a un tavolo, che danno vita a personaggi e narrazione tramite mimica, parole e osservanza delle regole di un sistema GdR – *Pathfinder 2E* ([gioco di ruolo da tavolo], Bonner et al., Paizo Publishing, 2019) per la prima stagione, *Dungeons & Dragons 5E* ([gioco di ruolo da tavolo], Mearls and Crawford, Wizards of the Coast, 2014) per le successive.

Luxastra, dunque, è uno show "Actual Play", secondo la definizione di Shelly Jones: "the live streaming or recording of people playing role-playing games to be consumed by others in the form of videos and/or podcasts" (2021: 5). Un "master" o "narratore" viene investito del compito di creare un mondo fantastico, ricco di avventure e pericoli, che gli altri giocatori esploreranno e cambieranno entrando nei panni ciascuno di un proprio personaggio, caratterizzato da specifiche competenze, statistiche e abilità. L'obiettivo del gioco è la creazione di un'esperienza narrativa (Grouling Cover 2010: 126), tramite un approccio collaborativo che, semioticamente, non pone nessuno dei componenti al tavolo come anti-soggetto reciproco, almeno a un primo livello di costruzione ludica (Ferri 2020: 122). Il secondo livello, quello più propriamente enunciativo, vede il formarsi di un'organizzazione in turni di parola (Ferri 2020: 123) e livelli di narratività (Grouling Cover 2010: 88–105) e autorialità (Grouling Cover 2010: 124–147) costantemente fluidi e negoziati: ciò che il master descrive è, di solito, "reale" per il mondo immaginifico della partita; ciò che i giocatori propongono può essere soggetto di verifica, aggiustamento, approvazione o rifiuto da parte del master, con l'ausilio di tiri di dado e la possibilità dei giocatori di porre domande, avanzare ipotesi, ritrattare le proprie azioni e, eventualmente, dare loro la forma risultata dallo scambio con il master e con i compagni. È in questa modalità, iterazione dopo iterazione, che viene a formarsi il testo-partita della sessione di gioco, leggibile, almeno in astratto, come una narrazione classica (Ferri 2020: 123): gli eroi si contrappongono ai piani dei malvagi, cercano alleati e artefatti, entrano in contrasto e si aiutano, la tensione e i pericoli per il mondo (o per i personaggi) crescono fino al punto di svolta finale.

Come in ogni Actual Play, il materiale video di *Luxastra* consiste in prevalenza nel mostrare, di fatto, i primi due livelli semiotici: le interazioni, le negoziazioni e gli enunciati del master Mattia Ceniti, ideatore e arbitro dell'intera ambientazione, e del suo *party* (gergo ludico) di giocatori, composto da un numero di individui variabile da tre a sei, con un cast principale reclutato tra doppiatori (Gianandrea Muià e Giulia Bersani), live streamer (Sara Stefanizzi, in arte @Kurulily, e Andrea Guagnini, in arte @DarkAndross), youtuber (il project leader Simone Rosini) e un singolo neofita tanto rispetto al gioco quanto all'intrattenimento digitale (Tommaso Amitrano). Lo schermo viene suddiviso in riquadri, incorniciati da grafiche, ciascuno dipendente da una videocamera fissa; la struttura visiva prevalente consiste in due finestre orizzontali che occupano, rispettivamente, circa i due terzi della metà destra superiore e inferiore dell'immagine, mentre il terzo sinistro superiore ha un ultimo riquadro più compatto e, infine, l'area in basso a sinistra è libera quando non dedicata a elementi grafici. Il risultato comporta un ampio spazio visivo dedicato ai giocatori, affiancati gli uni agli altri in coppie o terzetti nelle fasce orizzontali, e una più ristretta porzione occupata in solitaria dal master, che ne risulta comunque evidenziato, anche in qualità di principale narratore, interlocutore e arbitro delle scene (Fig. 1).

Questa messinscena viene definita da Julia J.C. Blau come *panel framing*, in contrapposizione con il framing "tradizionale" delle narrazioni cinematografiche e televisive (Blau 2021: 39). Quest'ultimo, caratterizzato da maggiore dinamismo tra l'inquadratura dell'ambiente e i diversi personaggi che vi agiscono, non è comunque del tutto assente dagli Actual Play e, di certo, non da *Luxastra*: i riquadri orizzontali di sinistra possono allar-



Fig. 1. – Schermata tratta da InnTale (2019). “PATH | LUXASTRA’s Lullaby S1 E1: ‘Elfi e Indaco’”. *YouTube*, 28-02-2019. <https://youtu.be/MXICB2GczKU?si=JsBQsYTF0RoEowCp>.

garsi in un unico primo piano quadrato di un giocatore su cui si focalizza l’azione; dei carrelli possono mostrare lentamente il gruppo in ascolto durante una lunga descrizione; i dialoghi tra personaggi giocatori possono venire enfatizzati dall’equivalente di un campo e controcampo tra i loro mezzibusti. Ancora, viene fatto ampio uso di illustrazioni originali, la cui complessità e ricchezza è cresciuta con le possibilità economiche del canale e che ritraggono soprattutto i personaggi principali e i PNG (“personaggi-non-giocanti”) manovrati dal master. Nella prima stagione, soltanto i primi sono a colori, con i secondi definiti da un’estetica più abbozzata; con il passare del tempo, questa distinzione è venuta a mancare, e si sono aggiunte anche piccole animazioni e illustrazioni a schermo intero di brevi scene, ambienti o paesaggi. Evidente è la finalità di sostegno all’immaginazione e all’immersione nella narrativa: le descrizioni orali si cristallizzano in riferimenti ben precisi per gli spettatori, che in questo modo conoscono i volti dei protagonisti e dei loro comprimari anche al di là dell’aspetto dei giocatori.² Con un’estetica debitrice al fumetto, all’animazione 2D e alla graphic novel, queste immagini si integrano con le riprese live-action del cast attorno al tavolo aggiungendo quegli elementi di atmosfera fantasy e quei dettagli di character design che, specie agli inizi della produzione, in mancanza completa di componenti scenografiche o costumistiche, potevano venire a mancare.

Altrettanto, se non più importanti ancora, nell’ottica della confezione dell’opera di InnTale come distinta e curata a livello di editing, sono gli interventi di taglio e rimozione dei cosiddetti “tempi morti” delle giocate, come programmaticamente enfatizzato dalla presentazione del progetto, il 28 febbraio 2019, della streamer Sara Stefanizzi.³ Momenti di stallo nella narrazione prolungati, come ad esempio la consultazione di una regola, una digressione o distrazione dei giocatori per una battuta divertente o un commento personale, un dibattito per accordarsi sul miglior percorso strategico da intraprendere, sono in effetti comuni in una partita di gioco di ruolo, ma assai rischiosi in un’economia dell’attenzione (Albarran 2024: 25) come quella dell’intrattenimento e delle piattaforme social, di cui è osservabile una continua tensione ai contenuti rapidi ed efficaci. È pur vero, tuttavia, che la letteratura circa Actual Play massivi come l’americano *Critical Role* ([web series], Mercer et al., 2015-), con le sue lunghissime campagne da centinaia di episodi di almeno tre ore e mezzo ciascuno, ha

2. In *Luxastra’s Lullaby*, questo è particolarmente significativo nel momento in cui un membro del party, Gianandrea Muià, muove la mente e l’anima di un elfo di genere maschile intrappolato contro il suo volere in un corpo di donna umana.
3. Kuroilily (2019). “InnTale – Una nuova serie”. *YouTube*, 28-02-2019. <https://www.youtube.com/watch?v=tfrcx9whgl> (ultimo accesso 22-09-2025).

evidenziato come gli spettatori più affezionati riescano a prediligere la visione integrale delle serie originali, rispetto ai riassunti resi disponibili da fonti sia ufficiali che *fanbased* (Friedman 2021: 188). Tra le ragioni rientrano quei “parasocial components” (Friedman 2021: 188), percepiti come “key to narrative and to audience pleasure” (Friedman 2021: 188), che possono formarsi solo in presenza di una percepita autenticità delle persone riprese dalle telecamere: in particolare attorno a un tavolo da gioco, sguardi, parole inudibili scambiate all’orecchio, scherzi, interazioni non tra personaggi ma tra persone avvengono in maniera spontanea e talvolta perfino dirompente nei confronti della finzione – contribuendo, in modo solo apparentemente paradossale, a rafforzarne gli aspetti di reale collaborazione, improvvisazione e immediatezza. Inoltre, ciò che gli spettatori conoscono dei retroscena relativi al cast o alla produzione della serie può contribuire in ampia parte alla comprensione delle scelte di gioco, come un membro del party che esita a compiere un’azione per timore di recare un torto a un amico (Friedman 2021: 192-193).

L’editing operato da InnTale resta attento a non rimuovere del tutto una componente così vitale tanto delle dinamiche ludiche, quanto del loro potenziale d’intrattenimento. Talvolta, le interruzioni più lunghe sono traslate alla fine dei video, in porzioni “post-credit” che alternano veri e propri scorci narrativi a segmenti in stile *blooper*.⁴ Ancora più di frequente, errori, scambi divertiti e fraintendimenti sono lasciati nella loro corretta collocazione temporale, ma snelliti da un montaggio più rapido che ne sottolinea l’ilarità, grazie anche all’esperienza maturata come youtuber, con il canale comico amatoriale Fancazzisti ANOnimi attivo sulla piattaforma dal 2011 al 2016 con una platea di circa mezzo milione di iscritti,⁵ da Simone Rosini, già citato project leader di InnTale, ideatore e responsabile delle sue formule produttive improntate a valorizzare sia il talento spontaneo dei giocatori in fase di riprese, sia una confezione del video curata e programmatica. Ciò include anche l’inserimento nel riquadro in basso a sinistra dello schermo di tiri di dadi “virtuali” che rispecchiano quelli fisici lanciati al tavolo, oppure scritte in stampatello che riportano le regole a cui la narrazione fa riferimento: descrizioni di incantesimi, abilità, meccaniche, modifiche attuate dal Game Master rispetto al manuale per rispecchiare le proprie esigenze. Inoltre, nelle stagioni più avanzate, le scritte sono anche utilizzate per rimandare agli episodi precedenti a cui si fa riferimento, per ovviare alla fisiologica difficoltà degli spettatori meno attenti di ricordare dialoghi o specifiche informazioni a distanza di mesi o anni. Queste note, in apparenza sia diegetiche sia extra-diegetiche, invero sfumano il confine tra queste due comuni categorie di linguaggio filmico, secondo un principio di trasparenza che tiene conto delle esigenze tanto di produzione quanto del pubblico: il mondo del GdR da tavolo, per quanto in fiorente crescita, resta ancora per molti sconosciuto o addirittura ermetico per le sue molte sfumature. L’inserimento delle regole a schermo e dell’esplicitazione dei loro passaggi facilita la comprensione delle logiche di gioco anche a coloro che ne sono digiuni, limitando eccessive spiegazioni orali che rallenterebbero il flusso della storia.

Attraverso l’analisi della messinscena e delle direttive creative del progetto, emerge come *Luxastra* sia una web series emblematica di quel principio di immediatezza e ipermediazione che Bolter e Grusin (2000) rilevano come fondante della rimediazione, ossia il processo per cui nuove forme mediali sfruttano estetiche, principi e linguaggi di media affermati con l’obiettivo di coinvolgere sempre più i loro destinatari, salvo che, in questo terzo millennio digitale, tale impresa si concretizza inevitabilmente tramite una molteplicità di strumenti che ne rende evidente la costruzione. In particolare, l’ossatura del primo e secondo livello semiotico del gioco di ruolo permette una relativa semplicità nell’impostazione produttiva delle riprese e dimostra l’autentica natura improvvisata e collaborativa dello show, mentre gli accorgimenti di editing intervengono tanto ad amalgamare la natura orale, lenta e immaginifica del GdR (Ghilardi and Salerno 2007: 23) con le logiche più snelle del Web 2.0, quanto a valorizzare e portare al centro dell’attenzione degli spettatori il terzo livello semiotico, ovvero il testo-partita come narrazione in senso classico. Nella prossima sezione, si procederà con un’osservazione più approfondita di quest’ultimo, rilevandone le principali caratteristiche in quanto fondamento di un universo transmediale più ampio.

4. In entrambi i casi, si noti come si tratti di pratiche di derivazione cinematografica, la prima particolarmente normalizzata dalla saga del Marvel Cinematic Universe, la seconda caduta in parziale disuso.

5. Fancazzisti ANOnimi (2011). “Fancazzisti ANOnimi”. *Youtube*, 22-03-2011. <https://www.youtube.com/@FancazzistiAnonimi> (ultimo accesso 22-09-2025).

3 Luxastra come serie: narrazione e transmedialità

Dungeons & Dragons, capostipite dei GdR, affonda le radici delle proprie ispirazioni nelle grandi saghe del fantasy letterario di cui i suoi creatori, negli anni '70, erano fan appassionati (Fine [1983] 2002). A cinquant'anni dalla prima pubblicazione, l'edizione di *Dungeons & Dragons* giocata da InnTale (insieme al competitor *Pathfinder*, nato in ogni caso a partire dallo stesso motore di gioco) resta una matrice di "storytelling in worlds of swords and sorcery" (Crawford and Mearls 2014: 5), costruito per trasportare i suoi partecipanti in mondi popolati da elfi, nani, draghi, maledizioni, regni in conflitto, divinità più o meno ingerenti, sotterranei ricchi di pericoli e lande inospitali. I "tre pilastri" su cui i master sono invitati a costruire le proprie partite sono esplorazione, socializzazione e combattimento (Crawford and Mearls 2014: 8), nel tentativo di soddisfare promesse di avventura, azione e interazione profonda con un mondo che, a discrezione dello stesso master, può essere completamente originale o tratto da materiali ufficiali.

Nel caso di *Luxastra*, tale mondo (titolare della storia) è di intera creazione di Mattia Ceniti e rispecchia in larga parte i molti elementi semantici sopra citati: la commistione di popoli diversi da quello umano, un passato ricco di misteri, eroi caduti e dèi dimenticati, magia in molteplici forme. Il cast dei protagonisti scambia i propri primi dialoghi e sguardi all'interno della *Locanda del Fumo Aspro*, a Fatumastra, nell'incipit più classico possibile per una campagna fantasy (tanto che la formula "You all meet in a tavern" è usata dalla community in forma parodica come un tropo da evitare, e molti moduli introduttivi di *Dungeons & Dragons* confermano la sua ricorrenza). La collocazione della cittadina, tuttavia, è perfetta per iniziare a esporre elementi più intriganti e peculiari di *Luxastra* come ambientazione: essa è infatti arroccata sull'orlo di una voragine inesplorata e inesplorabile, al centro esatto del continente, dove un'epica battaglia contro uno stregone malvagio e il suo drago ha lasciato quest'indelebile e monumentale cicatrice. Benché gli enigmi di questo luogo non siano mai stati sciolti nella serie (a oggi sospesa, come meglio descritto nella prossima sezione), l'incombere della sua presenza abissale è facilmente considerabile come un elemento di potenziale *foreshadowing* per tempi e personaggi più maturi.

Difatti, una delle meccaniche più importanti e influenti del genere ludico del GdR (Grouling Cover 2010: 38-40, 42) è la progressione degli avatar dei giocatori di livello in livello, a segnare il crescere delle loro abilità in seguito alle esperienze vissute – e, dunque, la loro capacità di affrontare avversari sempre più temibili e influenzare il destino di città, e poi regni, e poi perfino di interi pianeti o universi (Crawford and Mearls 2014: 15). Se questo può, in apparenza, sembrare un ostacolo a un incipit intrigante, *Luxastra* dimostra molte strategie attuabili per superarlo: il presentarsi di una minaccia chiara e incombente (Fatumastra sarà attaccata da una fazione di elfi corrotti e dal loro potente leader, Corialus, entro pochi giorni, salvo che la città non accetti di consegnare loro l'artefatto che desiderano); un'impostazione investigativa e strategica, che permette al gruppo di esplorare i dintorni di Fatumastra, raccogliere alleati e scoprire spie e punti deboli; ampio spazio dato alle differenze, ai confronti e alla scoperta altrettanto progressiva del gruppo dei sei protagonisti iniziali, la cui varietà funge da ulteriore porta verso le caratteristiche peculiari del mondo di Ceniti. Il primo nucleo del cast si espande e modifica nel tempo, con ospiti temporanei appartenenti alla sfera di YouTube Italia (tra le presenze più importanti si ricordano Francesca Presentini, in arte @Fraffrog, e Michele Poggi, in arte @Sabaku no Maiku) e l'assestarsi, nelle ultime stagioni, di una struttura a due linee narrative parallele, per via dell'allontanarsi di un personaggio del gruppo iniziale da Fatumastra e il conseguente crearsi di un "Gruppo B" a un secondo tavolo. L'aumento del minutaggio degli episodi è da imputarsi anche a questo sviluppo, che, ben riuscito nell'ampio respiro della terza stagione, porta invece a una narrazione più compressa e affrettata nella quarta, considerate anche le ragioni produttive che saranno meglio descritte nella prossima sezione. Incide inoltre, in tal senso, la differente gestione del materiale spin-off della serie nelle varie fasi del progetto.

Risulta infatti notevole la rapidità con cui, a ottobre 2019, il collettivo sia stato pronto a pubblicare un primo extra a fumetti di *Luxastra*, *Argento e Indaco* (Vacca, Ceniti and Zucca 2019) edito da Tatai Lab, seguito poi da altri volumi dedicati a esporre il passato dei singoli protagonisti, affrontato in sede privata con il master Ceniti ma mai mostrato su YouTube. Si tratta di una celere e arguta espansione della narrazione in un medium vendibile direttamente al pubblico più entusiasta, che viene premiato con informazioni nuove ed esclusive sul mondo e sui personaggi. È comune, nella costruzione di un party di *Dungeons & Dragons*, che i giocatori lavorino in maniera indipendente alla storia pregressa del loro avatar, che risulta, dunque, un segmento di storytelling lineare che precede il processo collaborativo e improvvisato della partita: una *affordance* cono-

sciuta dal pubblico appassionato di GdR e utile a coinvolgere anche i “semplici” fan di *Luxastra*, dando inizio a un’espansione del marchio in quello che si propone, in questa sede, di definire come indie-franchising, combinando un modello economico fondato sullo sfruttamento delle IP come risorse, comunemente associato a forti operazioni industriali capaci di un appeal di massa (Brembilla 2023), con le origini grassroot e la scala ridotta di un progetto narrativo capace di scavare la propria nicchia in diverse direzioni.

Tra le ulteriori operazioni di InnTale in tal senso non si trova, però, una simile soluzione in forma fumettistica per altri materiali giocati ancora da Ceniti con i singoli membri del cast e alcuni accompagnatori: i percorsi in solitaria dei protagonisti tra la terza e la quarta stagione di *Luxastra*, pubblicati sul canale in forma di video editati talvolta indipendenti, talvolta inseriti direttamente negli episodi di *Luxastra’s Dream*. Una scelta forse dettata dall’importanza della narrazione in essi contenuta, non relegabile in prodotti secondari a pagamento, ma che contribuisce a un avvio più lento e confuso della quarta stagione, considerata la scelta in itinere di rimuovere tali flashback in seguito al riscontro negativo del pubblico per collocarli, piuttosto, in playlist apposite. Il tentativo di sovvertire la struttura improntata al presente dell’esperienza narrativa del GdR può dunque dirsi poco riuscito, ma riflette ancora l’ambizione di InnTale di confezionare una serie debitrice, come modelli, a tipologie di intrattenimento con ampi sviluppi nel tempo e nello spazio del mondo diegetico dall’indubbio appeal di massa. Esse si fondano tanto su paradigmi seriali di lunga e lunghissima data, come gli intrecci complessi e mutevoli dei romanzi a puntate (Dall’Asta 2009) e dei drama televisivi (Cardini 2004), quanto sulle opportunità date dalla progressiva digitalizzazione dell’audiovisivo e dal conseguente affermarsi di pratiche industriali e spettatoriali basate sul transmedia storytelling (Jenkins 2006), sulla raffinatezza degli intrecci (Brembilla 2018: 143, 149-153) e, come detto, sul franchising come strategia economica e narrativa. La corallità, la progressione dei personaggi attraverso avventure sempre più rischiose e la struttura modulare delle regole sono, infine, elementi insiti nel sistema di *Dungeons & Dragons* e ne costituiscono la *intra-ludic seriality*, ovvero un insieme di interazioni inerentemente ripetitive fondamentali per la costruzione dell’esperienza di gioco individuale e collettiva, come rilevato da Denson e Jahn-Sudmann (2013: 271-276).

Da un lato, dunque, una serializzazione audiovisiva del GdR potrebbe apparire come una mera traslazione tecnica, un’archiviazione e condivisione in formato video di partite che un tempo erano relegate a una condizione privata ed effimera (Hedge 2021); dall’altro, il progetto di InnTale dimostra una consapevolezza consistente dell’ecosistema mediale più ampio dell’ultimo decennio. Per meglio approfondire le sue strategie di engagement e considerare come anche queste abbiano importanti influenze sulla narrazione di *Luxastra*, nonché approfondirne ancora gli aspetti produttivi, è opportuno volgere infine lo sguardo alla piattaforma che la ospita, alle sue logiche comunicative e ai rischi e opportunità che offre: YouTube, come il gioco, raccoglie contaminazioni di generi, formati, pubblici e pratiche ma, lungi da essere soltanto un recipiente passivo, impatta considerevolmente con le proprie infrastrutture i contenuti e i creator che ospita.

4 *Luxastra* e YouTube: pubblico, diramazioni e ostacoli produttivi

A vent’anni dal suo debutto online nel 2005, YouTube ha subito notevoli evoluzioni e modifiche tanto alla propria interfaccia quanto alle sue politiche di monetizzazione, non sempre a favore dei propri utenti. L’ingresso di canali collegati a programmi e figure mainstream (Burgess and Green 2009), l’avvento dei *multi-channel network* (Assasselli 2018), modifiche al programma di partnership per i canali (Cunningham and Craig 2018: 103) e successive ondate di “ad-pocalypse”, interventi che hanno reso sempre più arbitraria e severa la capacità della piattaforma di sospendere l’apporto di avenue pubblicitarie a video considerati non conformi, sono solo alcuni esempi di come le barriere d’accesso a un’attività profittevole e sostenibile su YouTube si siano, invero, progressivamente alzate. Analisi recenti dimostrano come la piattaforma e i suoi algoritmi possano favorire ineguaglianze di genere e influire direttamente sul linguaggio utilizzato dai creator, premiando specifiche formule comunicative a discapito di altre (Bishop 2018); più in generale, la pressione per la produzione continua, spesso posta sulle spalle di singoli YouTuber che devono svolgere mansioni di scrittura, editing, marketing, interazione con il pubblico e progettazione dei contenuti, si dimostra di frequente causa di stress e precarietà (Gregersen and Ørmen 2023). La piattaforma resta aperta alla pubblicazione di *user-generated content*, dai più classici shorts comici a esperimenti arditi come *Luxastra*, permettendo senza dubbio un livello di libertà e indipendenza creativa estraneo ai circuiti produttivi consolidati (Cunningham and Craig 2018); al tempo stesso, un vero e proprio progetto imprenditoriale non può prescindere dall’impiego di strategie al contempo solide

e flessibili: di seguito, saranno esplorate istanze virtuose ed errori compiuti da InnTale in questo campo per quanto concerne la sua serie di punta. È evidente, infatti, che esso si muova in netta controtendenza rispetto alla prevalenza di contenuti non narrativi su YouTube; di fronte a una risposta iniziale entusiasta e soddisfacente del pubblico nei confronti di *Luxastra*, il collettivo del canale ha investito con crescente certezza in questo suo universo, tentando di contrapporsi agli svantaggi produttivi di una serie ad alto tasso di editing e storytelling tramite un rapporto stretto, continuo e attivo con il proprio pubblico, favorevole anche al consolidamento dell'indie-franchising introdotto nella sezione precedente.

La pubblicazione a scansione settimanale degli episodi, sfruttando la funzione “anteprima” di YouTube per creare un appuntamento ricorrente su cui sintonizzarsi per una sorta di prima visione collettiva, è una prima, efficace strategia attuata sin dagli albori del canale, reminiscente del retaggio dell'evento televisivo. Ciascun episodio, inoltre, è sempre stato preceduto e seguito da live sulla piattaforma Twitch in cui il cast di InnTale raccoglie curiosità e impressioni a caldo, domande e future aspettative, tenendosi in contatto diretto con gli spettatori e creando un'occasione di *feedback loop* ricorsivo (Kelleter 2017: 13-14), spesso con influenze riscontrabili nei video degli episodi – dal semplice riconoscere le proprie mancanze tecniche promettendo di rimediarvi (Fig. 2), a veri e propri cambi di direzione nelle scelte di montaggio (Fig. 3).

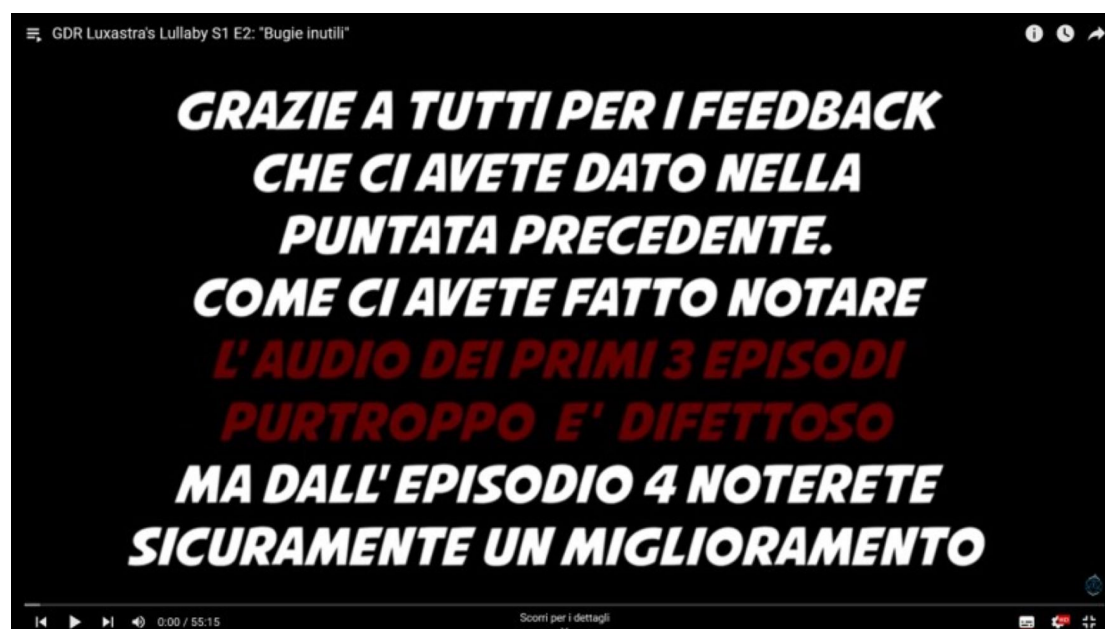


Fig. 2. – Schermata tratta da InnTale (2019). “PATH | LUXASTRA's Lullaby S1 E2: ‘Bugie inutili’”. YouTube, 07-03-2019. (ultimo accesso 22-09-2025).

Aggiungendo a tutto ciò la presenza nelle fiere di settore e l'apprezzamento mostrato nei confronti di iniziative *fan-based* (come cosplay e fan art), è possibile affermare che InnTale abbia curato la propria “piccola massa”, capace di interfacciarsi in maniera agile con l'infrastruttura di YouTube e altri social media e, ancora più importante, volenterosa di sostenere il progetto tramite investimenti diretti. Questa tendenza ha iniziato a emergere con forza durante il periodo pandemico (2020-2022 circa), in cui il maggiore investimento del cast su Twitch per ragioni logistiche (come l'impossibilità di riunirsi nello studio) ha visto crescere il numero di donazioni, anche per finanziare miniserie di genere e formato alternativi; un sostegno, tanto economico quanto affettivo, che ha certo condotto anche ai netti miglioramenti tecnici e grafici tra le prime stagioni di *Luxastra* e le seguenti.

Il culmine di questo percorso positivo è stato raggiunto con il successo della campagna Kickstarter lanciata da InnTale per finanziare la quarta stagione di *Luxastra*, svoltasi tra dicembre 2020 e gennaio 2021: l'obiettivo era la raccolta di 10.000€ per garantire una qualità audio, video, grafica ed editoriale di massimo livello. Invero,

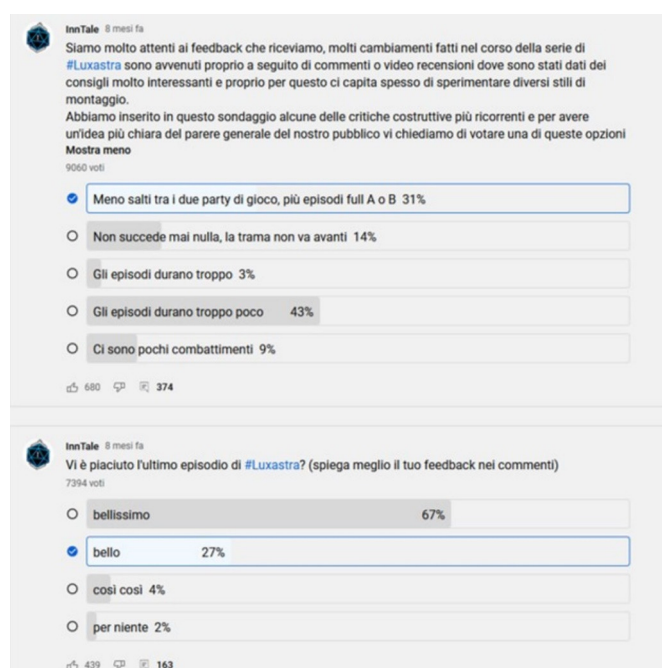


Fig. 3. – InnTale (2022). “Siamo molto attenti ai feedback che riceviamo”. Youtube, 2022.
https://www.youtube.com/post/Ugz1x8S_HlgQb2_nh4V4AaABCQ (ultimo accesso 22-09-2025).

ben 2.591 sostenitori hanno donato a InnTale la cifra straordinaria, per un progetto indipendente italiano, di 226.433€, di molto maggiore rispetto alla soglia prevista.⁶

La prima conseguenza osservabile di questo risultato si riscontra nelle nuove collaborazioni, pubblicazioni e contratti acquisiti da InnTale nel periodo successivo al Kickstarter – tra i più importanti, l'uscita del gioco da tavolo di *Luxastra*, edito da Fantasia nel 2022, e dell'espansione del popolare party-game *Si, Oscuro Signore* (Pendragon Games, 2023) parimenti dedicata alla serie. Inoltre, nell'attesa della produzione della quarta stagione, oltre ad altri progetti indipendenti, vengono realizzate due miniserie sponsorizzate direttamente dal reparto italiano di Wizards of the Coast, proprietaria di *Dungeons & Dragons*, estranee al micro-franchise di *Luxastra* ma indicative di un riconoscimento dall'alto del successo delle loro formule.

Tuttavia, per quel che concerne la quarta stagione tanto attesa dal pubblico, sono iniziate a emergere fratture e difficoltà nelle ambizioni del canale, dovute a una concomitanza di fattori umani, contingenti e produttivi. La crisi delle materie prime seguita alla pandemia di COVID-19, innanzitutto, ha aumentato le spese necessarie per la produzione dei premi da inviare ai sostenitori del Kickstarter, oltre a rallentare le operazioni di spedizione. *Luxastra's Dream*, d'altronde, viene effettivamente pubblicata tra novembre 2022 e aprile 2023, ma non senza guadagnarsi critiche, cominciando a mostrare cenni d'affanno di un modello di riprese e montaggio gravoso per molti dei suoi responsabili.

In una discussione live su Twitch, poi ripubblicata sul secondo canale InnTaleTV con il titolo “ADESSO BASTA! È [sic] il momento di parlarne!”⁷, sono alcuni membri del canale e il project leader Rosini i primi a riconoscere come, per la difficoltà organizzativa di riunire l'ormai numeroso cast di *Luxastra* senza potersi permettere ritardi, per le promesse del Kickstarter e per la pressione dell'ecosistema di YouTube, si siano trovati in difficoltà con la registrazione della quarta stagione. Concentrare le riprese in poche settimane, con lunghe sessioni di gioco quotidiane, non è un ritmo al quale il GdR si adatta facilmente, a riprova della complessità dei suoi lin-

6. InnTale (2022). “La Quarta Stagione di ‘Luxastra’, la campagna di gioco di ruolo/web series più seguita d'Italia”. *Kickstarter*, 16-11-2022. <https://www.kickstarter.com/projects/inntale/luxastra?lang=it> (ultimo accesso 22-09-2025).

7. InnTale (2023). “ADESSO BASTA! E' il momento di parlarne!”. *YouTube*, 19-04-2023. <https://www.youtube.com/watch?v=u82TXh63cuo> (ultimo accesso 22-09-2025).

guaggi espressivi: un limite stringente di tempo impedisce la libera iniziativa dei giocatori e il loro contributo significativo alla narrazione; di conseguenza, sono compromessi anche l'immersione e lo sviluppo approfondito dei personaggi, in mancanza di un adeguato tempo al di fuori del gioco per metabolizzare gli eventi. Ancora più complesso risulta per un master reagire alle scelte mantenendo la coerenza del mondo circostante e portando avanti una trama che, va ricordato, in questo caso dovrà soddisfare anche le esigenze di un pubblico che si aspetta avanzamenti e rivelazioni rilevanti. Con l'aggiunta del quantitativo ingente di materiale audiovisivo da editare e montare, non sorprende che per InnTale produrre la stagione sia stato vessante, e peraltro con risultati poco soddisfacenti.

Gli affanni produttivi sono stati ulteriormente ammessi in “UN VIDEO IMPORTANTE”⁸, titolo emblematico per un vlog di aggiornamenti che mette a schermo (Fig. 4) una realtà amara: il Kickstarter e le aspettative da esso creato hanno comportato spese talmente ingenti da mandare, in verità, la piccola impresa in perdita. Si tratta di una scelta comunicativa ardita, che espone il fianco di InnTale circa le capacità gestionali del suo team, ma nel complesso ben riuscita: dimostrando trasparenza e onestà dopo aver adempito, benché con fatica, ai propri obblighi, si è potuta confermare la cura del canale verso la propria community e l'importanza di tale aspetto nell'ambito del *social media entertainment* (Cunningham and Craig 2017), portando InnTale a poter perfino lanciare con successo un proprio Patreon⁹ in concomitanza con la pubblicazione del video.

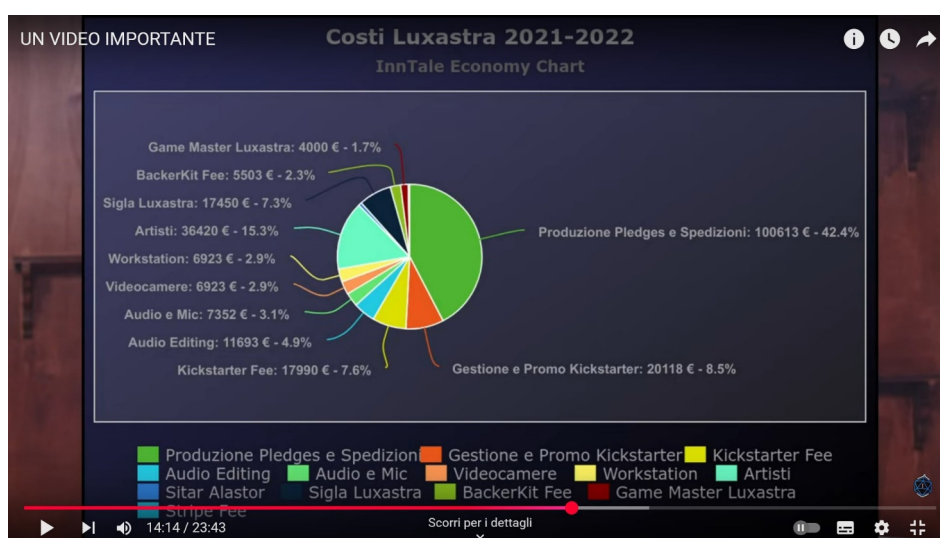


Fig. 4. – Grafico dei costi sostenuti da InnTale per la produzione della quarta stagione di Luxastra, come mostrato in InnTale (2024). “UN VIDEO IMPORTANTE”. YouTube, 02-04-2024. https://www.youtube.com/watch?v=eqP_k6VeZAA (ultimo accesso 22-09-2025).

Questa nuova fonte di sostegno economico diretto dei fan, in cambio di privilegi preziosi tra cui sessioni di gioco online con i membri del cast, non ha potuto però supplire alle discrepanze organizzative e fors'anche di opinione che già avevano afflitto *Luxastra's Dream*: malgrado in “UN VIDEO IMPORTANTE” gli iscritti fossero stati rassicurati circa la volontà di proseguire con nuove stagioni, il 9 settembre 2024 un ulteriore vlog (“Nuovi progetti... ma Luxastra?”) ha ufficialmente annunciato la sospensione a tempo indeterminato della serie, esclusa la pubblicazione degli ultimi spin-off. Come risulta anche dalle reazioni accalorate nella sezione dei commenti al video, in questo caso la comunicazione è stata percepita come molto più lacunosa: la legittimità di non voler mostrare al pubblico un gioco forzato, poco divertito e scarsamente genuino, riconosciuta da molti fan, si scontra tuttavia con le promesse fatte in precedenza, con la mancanza di un senso di chiusura, con il silenzio del master di *Luxastra*, Mattia Ceniti, da tempo assente nelle attività di InnTale e tuttavia

8. InnTale (2024). “UN VIDEO IMPORTANTE”. YouTube, 02-04-2024. https://www.youtube.com/watch?v=eqP_k6VeZAA (ultimo accesso 22-09-2025).

9. InnTale (2024). “InnTale. Il Patreon ufficiale di InnTale”. Patreon, 2024. <https://www.patreon.com/InnTale?l=it> (ultimo accesso 22-08-2025).

ancora percepito, a ragione, come una figura autoriale e “paterna” per la serie che ha portato il canale al successo. Unico canto del cigno concessole è stata la pubblicazione, da parte di Fabbri Editori, di un romanzo dal titolo *Luxastra – La verità perduta* (2024), scritto da Gianandrea Muià e il cui ricavato è stato destinato in beneficenza all’associazione Anffas. Il romanzo, dedicato a coprire un contenuto da sempre molto desiderato dai fan, ovvero una prima versione degli eventi di *Luxastra’s Lullaby* andata “perduta” per motivi tecnici e poi rigiocata dal cast, ripercorre con cura l’incipit della serie e poi diverge, inanellando la narrazione secondo scelte, tappe ed evoluzioni dei personaggi prima inediti e giungendo alla stessa battaglia finale della terza stagione della web series, ma con esiti differenti. L’esclusione dal libro di qualsivoglia riferimento a *Luxastra’s Dream* è sia una conseguenza dell’incompletezza di quell’arco narrativo, sia una dolceamara, se pur implicita, ammissione di un capitolo poco riuscito, seppur mai cancellato dal canale YouTube.

Da un punto di vista estetico-semiotico, *La verità perduta* spinge a interrogarsi sull’ambiguità insita nel voler cristallizzare in una forma univoca e coerente, sia questa letteraria o audiovisiva, una materia tanto mutevole, contingente e stratificata quale il GdR, nato per condividere storie per gruppi ristretti di giocatori e oggi, grazie all’Actual Play, divenuto terreno di immaginazione, negoziazione, interpretazione e rielaborazione di ampi fandom, nonché materiale creativo soggetto a spinte e pressioni economiche, editoriali, aziendali. Se è vero che non si tratta di un *unicum* (si veda, infatti, l’adattamento della prima campagna di *Critical Role* nella serie animata *The Legend of Vox Machina* (2022-), su Amazon Prime Video, anche in questo caso con importanti variazioni rispetto alla narrativa di partenza, con il pieno appoggio del cast originale), l’accumularsi di modifiche, revisioni, punti di vista e operazioni creative osservabile in *Luxastra* porta piuttosto alla luce l’estrema porosità del limite tra autenticità e artificio nell’ambito del *social media entertainment*. Il circolo virtuoso tra GdR e YouTube non è immune al contrasto che viene a crearsi quando l’attività ontologicamente libera del gioco (Huizinga [1939] 2002: 11) viene trasformata in obbligo e responsabilità; parimenti, viene messa in discussione la sostenibilità di un modello ispirato tanto al franchising quanto alla lunga serialità delle saghe fantasy e delle epopee televisive su una piattaforma che offre ben poche sicurezze materiali ed economiche ai suoi creator.

5 Conclusioni

Sin dalla primavera del 2020, con l’esordio della serie realizzata live su Twitch *Anime Selvagge* (2020-2021), InnTale ha sperimentato con generi e formati anche molto lontani dal modello di *Luxastra*, sfruttando al meglio la flessibilità dei pubblici e dei materiali digitali per diversificare i propri contenuti; inoltre, rubriche, vlog, video informativi, *reel* e brevi sketch comici sul mondo del gioco di ruolo hanno da sempre vivacizzato il canale, procurando visualizzazioni ed engagement anche nei periodi di riprese ed editing della sua serie principale. Sponsorizzazioni e collaborazioni con case editrici, youtuber e giochi italiani non mancano; in particolare, è evidente il sodalizio informale e non tra InnTale e NeedGames, localizzatrice italiana del manuale di *7th Sea* (2017) utilizzato per la produzione di *Navigavia*, la seconda IP di rilievo del canale – una serie in tre stagioni (2021-2025) che ha dato vita anche due manuali d’ambientazione, sempre pubblicati da NeedGames (2023, 2025). Tuttavia, *Navigavia* risulta conclusa, e con la sospensione a tempo indeterminato di *Luxastra* InnTale pare, al momento in cui si scrive, sprovvisto di importanti universi interamente propri su cui fondare nuovi indie-franchise. Se il suo Patreon, con 2.370 iscritti, risulta in salute sufficiente a garantire una certa quantità di introiti, appare legittimo restare in osservazione di futuri sviluppi, ipotizzabili secondo due traiettorie: nuovi tentativi di lunga serialità, o una più solida rete di collaborazioni con realtà del settore attraverso serie brevi e mirate.

Nel corso dell’articolo sono state evidenziate le potenzialità estetiche, gli spunti creativi e le preziose opportunità dell’Actual Play inteso non come trasposizione tecnica di una partita di gioco, ma come laboratorio capace di incrociare convenzioni narrative seriali, l’imprevedibilità e l’autenticità del gioco, i linguaggi del web e l’interazione diretta con la community. Il connubio consolidato tra *Dungeons & Dragons* e il genere del fantasy epico si è dimostrato, anche per un pubblico ristretto come quello italiano, capace di garantire risultati convincenti se abbinato a un progetto solido e coeso. Parimenti, tuttavia, i complicati e difficili ritmi produttivi necessari al sostentamento di un ecosistema digitale, fatto di flussi di contenuti costanti e promesse più o meno implicite da mantenere con i propri iscritti, hanno posto un sicuro ostacolo, insieme agli errori gestionali e umani, alla continuazione di una serie onerosa in termini di tempo e produzione.

Si può dunque concludere che YouTube e gli altri “aggregatori” siano, come affermato da Hank Green, un luogo dove “narrative content has existed mostly as aspirational, money-losing pre-pilot pilots for TV shows” (Cunningham and Craig 2019: 148), senza speranze di successo? L’entusiasmo generato da *Luxastra* e la sua iniziale espansione, capace di consolidare un canale a oggi sempre più sfaccettato e “spalmato” (Ford et al. 2013) attraverso diversi media, è parso indicare il contrario, malgrado il seguente arenarsi della serie in sé. Piuttosto che accantonare l’esperimento come fallimentare, risulta più importante che mai rilevare l’urgenza di modelli di business più sostenibili per i content creator, piccoli imprenditori a tutti gli effetti il cui riconoscimento come lavoratori tarda ad arrivare malgrado le diverse evidenze della necessità di maggiori tutele, pena il potenziale impoverirsi della produzione culturale; lo sviluppo di indie-franchise è una risposta contemporanea, agile e intuitivamente fruttuosa a tali difficoltà, ma, secondo l’esempio del nostro caso di studio, non sufficiente. Infine, infatti, va sottolineata la sempre nascosta, ma fondamentale ingerenza di fattori umani e affettivi nella produzione di opere culturali (quale sia il loro rango di riconoscimento istituzionale): la monetizzazione del gioco come attività performativa, prima che di puro svago, è un’utile lente attraverso la quale comparare e comprendere fenomeni più ampi quali i cicli di vita professionale dei content creator (Lange 2019) e le crisi delle industrie culturali, poiché le pressioni al confine tra lavoro e piacere ricreativo divengono particolarmente intense e osservabili.

Nel presente studio, molte direzioni sono rimaste inesplorate: ad esempio, l’analisi degli altri prodotti audiovisivi di InnTale; maggiori approfondimenti circa i paratesti prodotti e le attività parallele del suo collettivo; la ricezione e le attività partecipative e trasformative dell’audience del canale. L’approccio metodologico dei Television Studies ha tuttavia permesso, tramite le sue molteplici linee di indagine, di evidenziare la natura olistica dell’audiovisivo digitale, in cui fattori produttivi, estetici e comunicativi si intrecciano in dinamiche difficilmente separabili o gerarchizzabili. A partire da questo primo quadro metodologico e teorico, si auspica che ciascuna traiettoria possa essere percorsa più a fondo in future ricerche, e che ulteriori esempi di serialità grassroot e indie-franchising possano beneficiare di tale chiave di lettura nel venire osservati, studiati e compresi.

Riferimenti bibliografici

- Albarran, Alan B. (2024). *The Media Economy. Third Edition*. New York e Londra: Routledge.
- Assasselli, Alessia (2018). “Broadcast Your Brand.” *Link – Idee per la TV*. <https://www.linkideeperlatv.it/broadcast-your-brand/>.
- Barra, Luca (2022). *La programmazione televisiva. Palinsesto e on demand*. Isola Del Liri (FR): Editori Laterza.
- Bennett, James and Niki Strange (2011). *Television as Digital Media*. Durham e Londra: Duke University Press.
- Bishop, Sophie (2018). “Anxiety, panic and self-optimization: Inequalities and the YouTube Algorithm.” *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technology* 24(1): 69-84. <https://doi.org/10.1177/1354856517736978>.
- Blau, Julia J.C. (2021). “Birth of a New Medium or Just Bad TV? Framing and Fractality of Actual Play.” In *Watch Us Roll. Essays on Actual Play and Performance in Tabletop Role-Playing Games*, a cura di Shelly Jones, 32-51. Jefferson, North Carolina: McFarland & Co.
- Bolter, Jay David and Richard Grusin (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Brembilla, Paola (2023). *Franchise mediali. Industrie, narrazioni, pubblici*. Bologna: Pàtron Editore.
- Brembilla, Paola (2018). *It’s All Connected. L’evoluzione delle serie TV statunitensi*. Milano: FrancoAngeli Editore.

- Burgess, Jean and Joshua Green (2009). *YouTube. Online Video and Participatory Culture*, traduzione italiana a cura di Massimo Mazza. Milano: Egea.
- Cardini, Daniela (2004). *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli*. Roma: Carocci Editore.
- Crawford, Jeremy e Mike Mearls (2014). *Player's Handbook*. Wizards of the Coast.
- Cunningham, Stuart and David Craig (2019). *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York: New York University Press.
- Cunningham, Stuart and David Craig (2017). "Being 'really real' on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment." *Media International Australia* 164(1): 71-81. <https://doi.org/10.1177/1329878X17709098>.
- Dall'Asta, Monica (2009). *Trame spezzate. Archeologia del film seriale*. Recco: Le Mani – Microart's Edizioni.
- Denson, Shane and Andreas Jahn-Sudmann (2013). "Digital Seriality: On the Serial Aesthetic and Practice of Digital Games." *Eludamos. Journal for Computer Game Culture* 7(1): 1-32.
- Ferri, Gabriele (2020). "Gioco e narrazione." In *Game Design. Gioco e giocare tra teoria e progetto*, a cura di Maresa Bertolo e Ilaria Mariani, 113-126. Milano: Pearson Italia.
- Fine, Gary Alan (1983/2002). *Shared Fantasy. Role-Playing Games as Social Worlds*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ford, Sam, Joshua Green, e Henry Jenkins (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Friedman, Emily C. (2021). "Is It Thursday Yet? Narrative Time in a Live-Streamed Tabletop RPG." In *Role-playing Games in the Digital Age. Essays on Transmedia Storytelling, Tabletop RPGs and Fandom*, a cura di Jennifer Grouling e Stephanie Hedge, 187-204. Jefferson, North Carolina: McFarland & Co.
- Frissen, Valerie et al. (2015). *Playful Identities. The Ludification of Digital Media Culture*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Ghilardi, Marcello and Ilaria Salerno (2007). *Giochi di ruolo. Estetica e immaginario di un nuovo scenario giovanile*. Latina: Tunuè.
- Gray, Jonathan and Amanda D. Lotz (2019). *Television Studies: Second Edition*. Cambridge: Polity Press.
- Gregersen, Andreas and Jacob Ørmen (2023). "The output imperative: productivity and precarity on YouTube." *Information, Communication & Society* 26(7): 1363-1380. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.2006745>.
- Grouling Cover, Jennifer (2010). *The Creation of Narrative in Tabletop Role-Playing Games*. Jefferson: McFarland & Co.
- Hedge, Stephanie (2021). "Dungeons and Digital Affordances and Dragons. 'Extremely Online' RPGs." In *Roleplaying Games in the Digital Age. Essays on Transmedia Storytelling, Tabletop RPGs and Fandom*, a cura di Jennifer Grouling e Stephanie Hedge, 58-73. Jefferson: McFarland & Co.
- Huizinga, Johan (1939/2002). *Homo ludens*, traduzione italiana a cura di Corinna van Schendel. Torino: Einaudi.
- InnTale (2024). *Luxastra – La verità perduta*. Milano: Fabbri Editori.
- Jenkins, Henry (1992). *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

- Jones, Shelly (2021). *Watch Us Roll. Essays on Actual Play and Performance in Tabletop Role-Playing Games*. Jefferson: McFarland & Co.
- Kelleter, Frank (2017). *Media of Serial Narrative*. Columbus: Ohio State University Press.
- Lange, Patricia (2019). *Thanks for Watching. An Anthropological Study of Video Sharing on YouTube*. Louisville: University Press of Colorado.
- Lotz, Amanda D. (2017). *Portals. A Treatise on Internet Distributed Television*. Ann Arbor: Maize Books.
- Valentini, Paola (2013). *Televisione e gioco. Quiz e società italiana*. Bologna: ArchetipoLibri.

Virginia Scapolo — Università di Bologna (Italy)

✉ virginia.scapolo2@unibo.it

Virginia Scapolo is a PhD Candidate at the Department of the Arts of the University of Bologna. She is also a member of the Brunel Games Research Lab at Brunel University of London. Her research focuses on contemporary forms of digital and analogue entertainment, with special interest in platform politics, table-top roleplaying games, online content creation practices and web serial narratives.