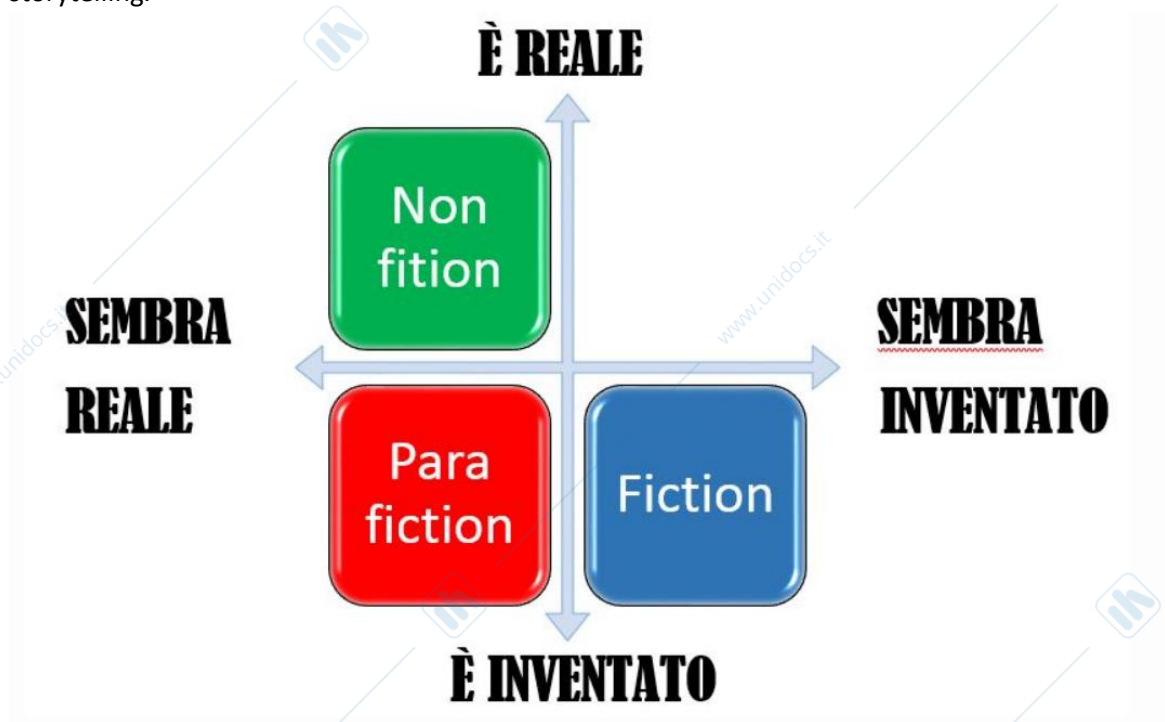


# Riassunto Libro (raccontare)

## Parte prima. Definizioni e basi teoriche

### 1) Definire lo storytelling

1. **Il significato di storytelling** è stato per molto deviato e "storpiato", generalizzato come nel Oxford Dictionary che lo definisce l'attività (e non l'arte come in altre definizioni) di raccontare e scrivere storie. Questa definizione include molto al suo interno dal bambino che racconta cosa è successo a scuola al romanzo più famoso. Si è poi collegato alla parola storytelling tutte le derivazioni (oltre a raccontare) anche ad esempio "biografia", "canzone" e tutti i prodotti dello storytelling. Successivamente, grazie all'opera di Salmon lo storytelling viene percepito come persuasione attraverso l'uso delle parole o propaganda, perciò come qualcosa di negativo. Quindi il "racconto" diventa uno strumento di controllo. Il libro di Salmon si limita a demonizzare il mezzo, vedremo invece l'essenza dello storytelling e successivamente le sue applicazioni.
2. **Cosa definisce una narrazione?** La narrazione per essere definita tale ha bisogno di 4 elementi fondamentali: Personaggi (che indipendente da come sono fisicamente verranno umanizzati), Azione, Ostacolo, Obiettivo. Ovviamente il finale può essere lieto o meno e quindi l'Ostacolo può essere superato come no di conseguenza l'Obiettivo può essere raggiunto oppure no il quale andrà ad orientare l'Azione del Personaggio (Es pubblicità della t-shirt intelligente che ti aiuta a stare dritto con la schiena).
3. Abbiamo 3 **macro-categorie di storie**: Fiction Storytelling, Non-fiction Storytelling e Para-Fiction storytelling.



Dobbiamo però prestare attenzione al confine tra queste categorie. Letteratura e cinema (ma anche il teatro) ci hanno abituato ad una mescolanza di personaggi inventati in contesti reali o fatti inventati in contesti inventati, così come personaggi reali ed inventati nella stessa storia; tutto questo rientra nel Fiction storytelling.

Il Para-Fiction è invece più difficile da catalogare ne è un esempio il film Fargo che all'inizio presenta la scritta "Questa è una storia vera" quando di fatto è poi una storia inventata. Nabokov ci dice che non bisogna prestare particolare importanza alle dichiarazioni dei romanzi (questo è anche

applicabile ai film) in quanto il problema del vero non è pertinente in questi casi. Lo è invece nella sociologia della narrazione, ad esempio "il cacciatore di aquiloni" di Khaled Hosseini ci presenta l'ambientazione e la realtà di Kabul come fosse oggettivo quando però rimane soggettivo ed opinabile. Anche le leggende metropolitane rientrano in questa categoria. Nel Non-Fiction ritroviamo molti prodotti e tecniche narrative che permettono di unire etica della comunicazione, interesse economico e interesse sociale. Dobbiamo tenere conto del fatto che è dal racconto del vero che nascono gli aspetti innovativi dell'approccio narrativo.

4. **Raccontare il vero significa informare** così come raccontare il falso (Para-Fiction storytelling) significa disinformare. L'informazione che più ci può mostrare il vero è quella numerica, statistica o di bilancio; tuttavia, questo non coinvolge l'empatia dell'ascoltatore o di chi riceve l'informazione spariscono le persone prendiamo d'esempio 6 milioni di ebrei morti durante l'Olocausto, noi non riusciremo mai a provare dolore per ognuno di loro (anche se probabilmente conosciamo il dolore per la perdita di qualcuno non possiamo moltiplicarlo per 6 milioni). Però ci emozioniamo con il racconto del "Diario di Anne Frank" questo perché suscita l'empatia umana. Prendendo un altro esempio quello della pubblicità della catena d'hotel Shangri-La (quello con il ragazzo e i lupi che come morale finale ha l'accoglienza dell'estraneo) in quel caso lo spot ci fa provare delle emozioni ci fa sentire come se in quel luogo ci troveremo accolti, mentre sul sito possiamo trovare tutti i dati tecnici delle stanze.
5. **L'efficacia della narrazione** sta nel **coinvolgere il destinatario** a differenza di un elenco o di dati nei quali tu puoi iniziare da un qualunque punto o ti ci sposti liberamente una narrazione focalizza l'obiettivo finale e ti "prende per mano" portandoti dall'inizio fino alla fine. In questo caso si gioca sull'immedesimazione nel personaggio principale, ritornando all'esempio di prima noi ci immedesimiamo nel ragazzo e viene concretizzata l'accoglienza con il morbido e caldo pelo del lupo. Prendendo d'esempio un gruppo informale di amici il collante in questo caso sono gli aneddoti, punti fondamentali per definire e creare punti di riferimento in un'esperienza nebulosa e poco definita.
6. Possiamo vedere come nella storia c'è sempre stata un coinvolgimento dello storytelling, già gli uomini primitivi dipingevano storie o più avanti con romanzi e canzoni. Troviamo anche il miscuglio tra canzone e testo l'uno ha bisogno dell'altro per una comunicazione efficace. Ora ci occupiamo così tanto di storytelling perché i mezzi di comunicazione di massa hanno messo in luce il ruolo dello storyteller, anche quello "fai da te". Questo per dire che non è sufficiente scrivere pagine e pagine solo per raccontare, ma bisogna avere delle regole compositive e delle competenze narrative per raccontare efficacemente.

## 2) Semiotica per storyteller

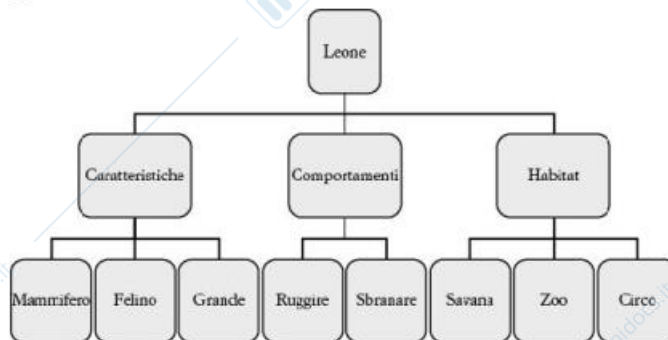
1. È molto difficile suscitare **interesse** in un racconto di Non-Fiction storytelling in quanto non basta l'assenza di elementi di finzione in quanto bisogna essere abili nel narrare efficacemente una storia che di per sé non presenta una situazione interessante (come cronache di guerra o un'avventura).
2. **Cos'è la narratologia?** È la disciplina che studia il mezzo e il processo del racconto di una storia senza tenere conto, per quanto possibile, del contenuto. Come precisato è una disciplina non una scienza in quanto il suo prodotto non è sempre lo stesso e definito; quindi, conoscere le tecniche narratologiche è fondamentale per acquisire competenze di storytelling. La retorica è uno strumento affiancato alla narratologia necessario e che aiuta gli oratori a comunicare meglio.
3. Lo **strutturalismo** si è impegnato a identificare quali sono quelle strutture e tecniche ricorrenti nei racconti. Con tecnica intendiamo un'esperienza codificata e riutilizzabile. Con l'analisi strutturale dei racconti possiamo identificare qual è quell'unità fondamentale per raccontare e cioè il **"motivo"**. Il motivo è la generalizzazione prendendo d'esempio il mal di schiena possiamo generalizzarlo in "difficoltà". Ed ecco come il "motivo" diviene la base strutturale e ha tre caratteristiche fondamentali: i motivi sono dei microracconti, i motivi concatenati tra loro danno

vita al racconto, i motivi sono generali per ritrovarsi in forme analoghe all'interno di narrazioni diverse.

4. Quando parliamo di racconto ci imbattiamo nel concetto di trama (o scaletta) e cioè il risultato dell'unione dei motivi più o meno ampia. La trama racchiude gli aspetti essenziali del racconto può essere quindi un riassunto fatto a priori o una vera e propria bozza di quel che sarà il racconto. Nel non-fiction non abbiamo bisogno della trama in quanto i fatti reali sono già presenti abbiamo quindi, due forme di organizzazione: **fabula e intreccio**. In narrazione le due sono descritte come: nel primo caso la causa precede l'effetto e vengono seguiti gli ordinamenti logico-temporali, mentre nel secondo è arbitraria la narrativa del racconto e i vincoli causali e temporali non sono necessariamente rispettati (come nel caso della maglietta che ci viene presentata prima la soluzione, quindi la maglietta che già esiste e poi il percorso per la sua creazione). Perché però non raccontare la sequenza di eventi dall'inizio alla fine? Ci sono tre ragioni principali: estetiche, compositive e cognitive. Le ragioni estetiche sono perché un racconto lineare risulta più noioso e quindi come detto da Manzoni, l'intreccio diventa il nostro "mezzo" per suscitare Interesse; definendo le ragioni compositive possiamo dire che per raggiungere un determinato effetto non è detto che la causa sia solo una, bensì sono presenti più storie parallele che portano a quella determinata conclusione; è più difficile invece determinare le ragioni cognitive possiamo ad esempio pensare al fatto che non ci sarebbe storia se tutti sapessero tutto e l'intreccio diventa quindi un buon modo per vivacizzare e dilatare la narrazione. Durante la narrazione il narratore si può trovare a dover raccontare un fatto precedente a quello corrente in questo caso ricorre all'analepsi (o nel cinema flashback), opposto, quindi raccontare un fatto antecedente si definisce prolessi.
5. Possiamo dire che se i racconti somigliano alla vita ciò che spinge i personaggi a compiere determinate azioni è il "desiderio" (ad esempio nella vita per comprare una macchina si lavora più duramente o si risparmia, quindi il desiderio di acquistare una macchina spinge a determinate azioni). I ruoli narrativi però che possono assumere i personaggi nel racconto sono sei: il Soggetto (o protagonista), l'Opponente (o antagonista), l'Oggetto (del desiderio), il Destinante, l'Aiutante del protagonista e l'Aiutante dell'antagonista. Spesso perché avvenga il desiderio verso l'Oggetto da parte dei due Attanti (soggetto e opponente) c'è bisogno di un Destinante qualcuno che mostri o susciti il desiderio (come nel caso di Adamo ed Eva è il serpente). E questo è il **Programma Narrativo Principale**, che funziona per storie semplici e brevi, mentre in racconti più complessi subentrano per accrescere l'interesse degli Oggetti del desiderio intermedi.
6. Come abbiamo detto la conquista dell'Oggetto di valore è ciò che muove i personaggi ma quella definita prima è solo la struttura base sopra alla quale troviamo almeno altri due livelli: quello tematico e quello figurativo. Prendiamo d'esempio un crimine e l'obbiettivo è quello di scoprire il colpevole, in questo caso possiamo riassumere dicendo che il tema è quindi il Valore si è tematizzato nel concetto di trovare la Verità. Non si può mostrare il tema della verità ma si può mostrare la figurativizzazione di quel tema e cioè gli effetti. Quindi il portare dall'astratto al concreto grazie alla **tematizzazione e figurazione** è una delle forze dello storytelling.
7. Ciò che accomuna i tre tipi di racconti (quello di fiction, para-fiction e non-fiction) è la necessità di essere creduti. Nel caso di para-fiction e non-fiction storytelling i racconti sono reali fino a prova contraria, ad esempio, siamo certi che un racconto non sia fiction nel momento in cui ci sono diverse testimonianze dell'accaduto documentate magari. Per quanto riguarda la fiction invece diventa una situazione creduta fino alla fine di quel racconto o film quando tutto poi ritorna nella sfera dell'incredibile. L'approccio dal punto di vista narratologico si chiama "**sospensione dell'incredulità**", che nei casi di para e non fiction è una sospensione permanente, mentre per quanto riguarda la fiction è momentanea (come detto dura fino al termine del racconto). Quello che ci fa sospendere l'incredulità è il "contratto di veridizione", ovvero un accordo che chi racconta stabilisce con l'ascoltatore per definire cos'è verosimile. Perché questo avvenga c'è la necessità che

il racconto e gli elementi siano coerenti con il contesto in cui ci troviamo (esempio nel mondo di Harry Potter è più credibile che il mago voli su di una scopa piuttosto che una Harley Davidson). I dettagli nella narrazione diventano “**effetti di realtà**”. Per ottenere una comunicazione efficace in un racconto non-fiction dobbiamo inserire lo stesso numero di dettagli che impiegheremmo in una storia non reale, utilizzando quindi le stesse strategie di veridizione.

### 3) Lo storytelling tra cognitivismo e scienze sociali



1.

Questo è un esempio di **Frame** ovvero come noi memorizziamo una determinata aggregazione di concetti, ad esempio, se (parlando in un contesto primitivo) dovessimo sentire un ruggito dietro ad un cespuglio risaliremmo a comportamenti e poi a leone scendendo poi di nuovo a sbranare e la reazione istintiva sarebbe poi quella di fuggire. Può però capitare che, per motivi di esperienza o conoscenza, ciò che ci troviamo di fronte non corrisponde ad un frame che possediamo e questo causa stupore. Questa struttura è però applicabile solo a situazioni statiche ovvero non riesce a rappresentare la temporalità. Ad esempio, quando ci si presenta con qualcuno c'è un prima (in cui non ci conosciamo), un durante (mentre stringiamo la mano) e un dopo (quando possiamo dire di conoscerci reciprocamente). Per rappresentare questa temporalità oltre che spazialità si ricorre allo **Script** ed è così che ci rendiamo conto del legame tra conoscenza e narrazione, ovvero conoscenze che riutilizziamo nel corso della nostra vita memorizzate come repertorio di racconti più o meno complessi. Un altro modo di memorizzare è attraverso l'esperienza d'altri (ad esempio, sappiamo senza doverlo fare che se buttiamo il telefono dal terzo piano questo si distruggerà), questo però porta alle volte a modificare o adattare il comportamento anche seguendo esperienze di personaggi non reali.

2.

La memoria nello storytelling è fondamentale per capire come narrare efficacemente. Abbiamo due tipi di memoria: **memoria episodica** (o autobiografica) e la **memoria semantica**, nella memoria episodica vengono immagazzinati tutte le sperienze specifiche e tendenzialmente irripetibili degli eventi quasi come una sorta di racconto, mentre nella memoria semantica vengono collocate, sotto forma di astrazioni, tutte quelle azioni o situazione generalizzate che si potranno applicare in futuro. Se prendiamo come esempio il presentarsi ad una zia di nome Magda alla cena di Natale la memoria episodica terrà traccia del fatto che abbiamo una zia di nome Magda e che l'abbiamo conosciuta ad una cena di Natale, mentre la memoria semantica ricorderà dettagli come stretta di mano, bacio sulla guancia, sorriso o altro che è possibilmente ripetibile. Tenendo conto di questo possiamo dire che la memoria autobiografica contribuisce alla costruzione del Sé dando forma alla “*storia della nostra vita*”. C'è un'importante differenza tra la storia che raccontiamo a noi stessi e quella che condividiamo con gli altri soprattutto nel linguaggio utilizzato, dobbiamo anche tenere conto del fatto che la condivisione non è solo lo -> Altri ma può avvenire anche al contrario. Nel caso in cui siamo noi ad ascoltare esperienze di altri, leggiamo un libro o guardiamo un film, ecco che entrano in gioco i neuroni specchio (neuroni che si occupano dell'imitazione). Con lo studio delle neuroscienze ci ha permesso di scoprire che, negli esseri umani, i neuroni specchio non si occupano solo di attività motorie ma anche emotive (es tachicardia durante un horror). Questo

vuol dire che il nostro Sé (in costante evoluzione) è il risultato delle auto-narrazioni (che attingiamo dalla nostra memoria e dalle narrazioni che gli altri ci forniscono).

3. Dobbiamo fare un importante cenno al fatto che esista una memoria collettiva e cioè una memoria condivisa tra gli individui che non risiede in un "luogo" particolare come può essere la nostra memoria individuale, bensì questo tipo di memoria trascende lo spazio e il tempo risiede infatti nei tratti genetici (DNA) o nei giornali, libri, film, dipinti o tutte le opere condivise a livello comune (che può essere globale o più in piccolo nazionale o anche solo ristretto. L'effetto che ci provoca è stato identificato come **Flashbulb Memory Theory**, cioè il flash fotografico la metafora intende sottolineare come la lampada del flash illumina e congela tutto ciò che sta intorno a quel determinato evento, ad esempio, durante l'11 settembre 2001 dove ci trovavamo e cosa stesse succedendo nel momento in cui abbiamo appreso della tragedia delle Torri Gemelle. Quindi questo flashbulb salda sia una parte di memoria collettiva (l'evento di cui stiamo parlando) sia una parte di memoria individuale (dove ci trovavamo quando l'abbiamo appreso).

## Parte seconda. Esempi e Strategie

### 4) Storytelling nelle organizzazioni

1. Per **rappresentazione sociale** intendiamo quel tratto distintivo che può essere riconducibile all'attività (che va dal piccolo negozio alla grande impresa). Ad esempio, se prendiamo l'insegna di un negozio "Eredi di Amilcare Gallo. Tessuti pregiati dal 1935" questa ci racconta una storia se invece prendiamo d'esempio un Comune i suoi ruoli sono molteplici e più difficili da identificare non c'è quindi bisogno di specificare dettagli nonostante anch'esso abbia una storia.
2. Nell'ambito pubblicitario la rappresentazione è destinata a chi non fa parte di quell'organizzazione, ovviamente. Il logo piuttosto che il biglietto da visita o lo spot tendono però a mostrare solo la parte esterna e quindi si rischia di celare e tralasciare alcune parti importanti come quella interna. La pubblicità può strutturarsi in modo da mostrare l'azienda di per sé o il prodotto. Negli spot pubblicitari il prodotto, come attante, rappresenta l'Aiutante mentre l'Oggetto di valore è rappresentato solitamente da qualcosa di astratto come la felicità, il Soggetto è il protagonista della pubblicità (quindi chi possiede il prodotto), esempio della pubblicità di profumi. Dobbiamo specificare che un'azienda a livello organizzativo si struttura con un organigramma il che risulta inefficace in quanto non tiene conto delle persone, bensì esse vengono sostituite dai ruoli che ricoprono, ma molte falle o situazioni emergono in contesti tendenzialmente informali o nel quale c'è uno scambio di racconti e non attraverso riunioni tecniche. Per questo il raccontare diviene essenziale anche a livello aziendale, perché è proprio questo che da una **rappresentazione** di sé (come abbiamo visto) e rende evidenti a livello sociale.
3. La **storia** origina un soggetto e senza soggetto non può esserci storia, per questo anche all'interno di un'**organizzazione** sono le storie che meglio rispondono all'esigenza di parlare di persone e non di cose. La parola "obiettivo" indica l'intenzione e i motivi dell'azione, mentre "raggiungere" ci mostra come sia dinamica la narrazione ed infatti una storia è sempre in "movimento". Così anche un racconto di un'impresa (a differenza di un organigramma statico) ci dà memoria della sua storia. Quindi il racconto di una storia (con tutti gli Aiutanti e Opponent del caso) ci dà un quadro completo di tutto ciò che c'è di buono o meno, degli ostacoli o degli aiuti che quell'organizzazione deve affrontare o compiere. Una storia può quindi comunicare ai suoi utenti la "missione" (che abbiamo definito come obiettivo).
4. Come già visto gli **aneddoti** sono racconti memorabili attorno ai quali il gruppo trova la propria identità e la stessa cosa vale per l'azienda, quello che verrà raccontato ai nuovi assunti sarà l'aneddoto. In poche parole, le storie si ricordano più facilmente ed ognuno può riconoscersi al suo interno.

5. Per raccontare la storia su un'organizzazione o nell'organizzazione si può incappare in "effetti distorcenti":
- Effetto "compito in classe". Un dipendente che deve narra può, più o meno inconsciamente, porsi determinate domande, come ad esempio, "sarò valutato?" o "questo mi penalizzerà?", portando quindi ad un racconto poco coerente che più spesso ha il fine di compiacere piuttosto che rivelare, oppure si può presentare la dicotomia giusto/sbagliato. Quindi bisogna mettere chi narra nelle condizioni di non sentirsi penalizzato in alcun modo e facendo comprendere che in questo caso si privilegia il processo al prodotto. Per superare invece lo scoglio della paura di incorrere in errore di scrittura si può ricorrere ad altre forme di narrazione multimediale.
  - Effetto "Grande Fratello". Un'altra diffidenza può nascere dal fatto che ci sia un controllo da parte di chi richiede quella narrazione. Inoltre, non sempre rendere la narrazione anonima può assicurare in altri casi è più difficile come nei casi di digital storytelling.
  - Effetto "tema libero". Si pensa spesso che la grande libertà di narrazione renda quest'ultima più semplice, il che è però errato in quanto si rischia molto facilmente di travisare dettagli o tralasciare punti importanti. Al contrario la focalizzazione rende altrettanto focalizzato l'obiettivo della narrazione.
  - Effetto "superlavoro". Questo accade quando il progetto viene percepito come un lavoro ulteriore a quello già presente e non sempre pasta farlo durante le ore lavorative.
6. Bisogna prestare molta attenzione a due aspetti fondamentali della narrazione aziendale: il processo e il prodotto. Per il processo abbiamo il "facilitatore", mentre per sovrintendere alla qualità del prodotto finito abbiamo il "garante" (i due ruoli possono anche essere ricoperti dalla stessa persona).

Il compito del **facilitatore** si può riassumere nei seguenti passaggi:

- Rapportarsi con la dirigenza per definire gli obiettivi del prodotto narrativo quali: i tempi, la forma (scritta o multimediale) e la destinazione (interna, esterna o mista).
- Definire il focus dei racconti e i vincoli dimensionali e stilistici.
- Presentare il progetto ai futuri narratori.
- Fornire ai narratori le competenze per svolgere il compito.
- Far riflettere i partecipanti sulle implicazioni del loro lavoro.
- Effettuare un editing "leggero", cioè non modificare tratti caratteristici che il narratore dà al suo racconto come gergalismi, dialettismi o registri informali; limitarsi quindi a correggere gli errori grossolani.
- Riordinare i risultati curando la presentazione ai destinatari finali e ai committenti.

Per quanto riguarda il **garante** i primi tre punti (a, b, c) saranno identici a quelli sopra mentre diventa poi lui un mediatore tra chi narra e il testo finale e i punti sono i seguenti:

- Intervistare i narratori in forma orale e raccogliere le informazioni o le parole principali con domande destinate puramente a stimolare il racconto, così da focalizzarsi solo sul topic del processo.
- Stimolare direttamente o attraverso l'aiuto di un facilitatore la produzione di storie ed effettuare un editing "pesante", cioè riscrivere dando le caratteristiche di gradevolezza, eleganza e letterarietà che talvolta l'organizzazione si aspetta.
- Raccogliere (attraverso dialoghi e interviste informali) il materiale per poi scrivere una sorta di non-fiction novel sull'organizzazione.

## 5) Raccontare il territorio: da Detroit a Matera

- Attorno al 2008/09 la città di Detroit si è posizionata seconda come città con più crimini violenti degli USA, questo ha provocato, anche a livello mediatico, un decadimento dell'immaginario della città, abbiamo visto che anche il prezzo degli immobili è calato drasticamente. Nel 2017 il sindaco

della città nomina Aaron Foley “chief storyteller” (ruolo che risulta assolutamente inedito nel panorama del pubblico impiego), il quale è incaricato di scrivere una “contro-narrazione” della città. Foley assume anche dei fotografi e videomaker per portare anche una parte di visual nel suo racconto intervistando anche direttamente gli abitanti di tutta la città. La piattaforma sulla quale caricava questi suoi racconti di urban storytelling e scriveva le storie si chiamava significativamente The Neighborhoods. Un progetto, come questo, di **urban storytelling** costituisce il patrimonio immateriale della città, il racconto in sé va a salvaguardare il territorio e a creare un’identità. La piattaforma The Neighborhoods offre una mappa interattiva dei quartieri che ad ogni click permette di accedere ad una storia del luogo selezionato.

2. Dal 2011, Torino ha avviato un progetto di urban storytelling ideato da Alberto Robiati intitolato “la storia continua” con lo scopo di raccontare la realtà del quartiere Barriera di Milano. A differenza del precedente progetto (quello di Detroit) questo ha un’impronta più letteraria è infatti composto da scrittori esterni al quartiere che compiono incursioni raccogliendo informazioni. I punti di vantaggio che porta sono una narrazione da un punto di vista esterno (prospettico), non influenzato quindi da chi vive il quartiere quotidianamente che dona la capacità di individuare i “destini”, il che rende fondamentale un’ottima capacità di leggere **il paesaggio**. Ma cosa intendiamo per paesaggio? A livello oggettivo è ciò che è tangibile e concreto ma l’interpretazione e la percezione (l’immaterialità) la possiamo esprimere solo attraverso il racconto che sia esso testuale, visivo o addirittura musicale. L’umanizzazione prescinde le realizzazioni dell’uomo sul territorio, il fattore umano e soggettivo lo troviamo nel momento in cui si prende coscienza di una realtà attraverso le sensazioni. Dobbiamo tenere conto del fatto che il paesaggio è l’insieme di tutti i segni visibili che comprende la storia di quel determinato luogo e che la chiave di lettura è differente nel tempo, ma soprattutto in chi deve interpretare quel determinato segno (che può essere una chiesa). Quindi raccontare il paesaggio vuol dire narrare non di una “cosa” ma di una narrazione scritta attraverso le “cose”, come se facessimo un riassunto cogliendo solo gli aspetti fondamentali con il fine di rilanciare quell’area.
3. Dallo storytelling per la cultura (come **Cultural Landscape**) molte capitali mondiali ne hanno tratto beneficio in quanto, se la capitale risulta una capitale della cultura riceve sovvenzioni e finanziamenti per salvaguardare il patrimonio architettonico. La rivalutazione di Cultural Landscape determina sempre:
  - a) Aumento dei flussi turistici e di guadagno ad essi collegati
  - b) Miglioramento della percezione della qualità del territorio e dei suoi prodotti
  - c) Aumento della visibilità mediatica e quindi aumenta la possibilità di attirare eventi di forte interesse economico (concerti, manifestazioni sportive, ecc.)
  - d) Salvaguardia del patrimonio culturale materiale e immateriale

Da questo ne traggono vantaggio anche i paesi di periferia in quanto posseggono prevalentemente un patrimonio immateriale in quanto il loro valore deriva dalle storie che racconta chi ci abita, il che è la base del concetto di Cultural Landscape. Un esempio è Matera che è stata Capitale europea della cultura nel 2019 e a seguito ha reso fruibili a futura memoria tutte le storie raccolte dagli abitanti e dai turisti.

4. Raccontare il territorio in prospettiva può significare avere una visione del futuro che dovrebbe portare a riflettere sul danno ambientale. Per fare ciò è necessario introdurre l’uso dell’immaginazione, della fiction che in questo caso definiremo science fiction. Le linee di pensiero su questa corrente sono principalmente due: la prima sostiene che sia un genere letterario puramente di intrattenimento, mentre la seconda pensa che possa metterci in guardia su complicazioni future di azioni presenti. Dal science fiction nasce il sottogenere della “**distopia**” (un esempio è 1984 di Orwell). Questo per dire che l’urban storytelling oltre a valorizzare i centri culturali di bellezza mondiale deve anche occuparsi di mostrare e dare consistenza all’orrore delle terre desolate quelle aree che sono da salvare.

## 6) Storytelling e cronaca nera: da Gide a "Crimes"

- Una branca dello storytelling che ha preso molto piede negli ultimi decenni è proprio quella di **processi giudiziari** o **casi di cronaca nera** che in precedenza erano stati raccontati solo sui giornali. Possiamo definirne due principalmente: "true crime show" (e prevede quindi un conduttore, ospiti ed eventualmente telefonate dagli spettatori) e crime docu-fiction (ricostruzioni filmate del crimine o delle indagini che può essere cinematografica e televisiva); teniamo conto del fatto che i vari format si possono collocare in un punto intermedio tra queste due polarità. La Francia è forse il paese con il maggior numero di trasmissioni di questo tipo. Ripercorrendo la storia ci sono diversi esempi letterari soprattutto in Francia. Abbiamo l'esempio di André Gide, il quale vinse il Nobel per la letteratura nel 1947. Lui ha partecipato come giurato alla corte d'assise di Rouen e da lì inizia il suo interesse per la cronaca nera e i casi giudiziari. Nel 1930 fonda una collana editoriale dal titolo "Ne jugez pas", nella quale invita il lettore a giudicare ma in maniera documentata i fatti di cronaca senza limitarsi ai frettolosi resoconti giornalistici. Sono sostanzialmente due le opere più sconvolgenti (a livello di opinione pubblica) di questa sua collana, il primo è dedicato all'Affaire Redureau nel quale adotta una tecnica di narrazione simile a quella di un poliziesco ma alterna la strage della cascina al processo in corso dando risposte agli interrogativi che lascia aperti. Il secondo ha una strategia narrativa molto simile ma racconta del sequestro di una ragazza avvenuto quasi trent'anni prima del suo racconto, questo vuol dire che ha recuperato tutte le informazioni (giornalistiche e testimonianze) per ricreare questa storia; la narrazione in questo caso si fa carico di un dovere morale molto importante, quello della memoria. Un altro importante racconto che arriva alla fine del '900 è l'Avversario di Emmanuel Carrère. La tecnica di narrazione in questo caso passa dalla non-fiction novel, a uno storytelling che mantiene inalterata la realtà degli accadimenti, ma al tempo stesso si concede la libertà di inventare i dialoghi. Carrère dopo il suo racconto ha proprio una "presa diretta" nella quale indaga, parlando con i conoscenti e l'avvocato di Romand (protagonista de l'Avversario). Un altro importante scritto è Truman Capote che, con A sangue freddo definisce l'essenza stessa di non-fiction novel. Capote non si limita solo ad un resoconto (il quale è il punto di partenza), bensì compie un lavoro molto approfondito di indagine e interrogazione di chi viveva lì e parla anche con uno dei due assassini direttamente in carcere. Questo è da dove deriva tutto il filone del crime storytelling televisivo.
- Fin dalla metà dell'Ottocento la cronaca giudiziaria conquista il pubblico ancora più della cronaca nera e dalla cronaca si trasforma velocemente in racconto. Il racconto in questione non ha neanche bisogno di quei vincoli di veridicità in quanto è sufficiente attingere dalla memoria collettiva. Si è soliti far risalire l'irruzione del reale quotidiano nei programmi televisivi a partire dalle Candid Camera, ma sebbene la reazione delle "vittime" sia reale il contesto e ciò che le porta a quella reazione è frutto della finzione. Un programma definibile reality show è Real People del 1979 nel quale venivano raccontati gli hobby particolari delle persone normali. È da qui che va crescendo il fenomeno del video domestico (accentuato poi negli ultimi decenni da YouTube). Quindi se la popolarità sta anche nella veridicità, quale racconto è più vero di quello criminale che è già verificato in quanto presenti articoli e servizi dei notiziari. Un dato che ci rende nota la popolarità di questi tipi di racconto la troviamo proprio in **Francia** con una lunga lista di trasmissioni dedicate al **true crime show**. Dobbiamo tenere conto del fatto che questo ha portato anche a dei lati negativi, ad esempio, la trasmissione francese Crimes manda in onda ogni episodio 3 casi che poi vengono ripetuti nel corso del tempo, pur attingendo a casi reali dal dopoguerra fino ad oggi il tutto in quell'insieme così ristretto da la percezione di pericolo del mondo e che i crimini avvengano con una frequenza maggiore di quella reale, questo annulla la consapevolezza che una narrazione non è mai il suo oggetto, bensì lo sguardo su quell'oggetto. Sociologicamente si può dire che l'ampio spazio mediatico favorisce questo tipo di percezione errata (e non è paragonabile ai notiziari e la cronaca nera, i quali servizi durano 2/3 minuti). Lo storytelling non è solo però strumento di manipolazione permette anche di restituire protagonismo alle vittime. La narrazione delle crime

docu-fiction francesi non produce un'inchiesta alternativa a quella ufficiale, né celebra un secondo processo da uno sguardo sui fatti più vicino a quello della vittima.

3. La domanda che ci si può porre quando si parla di trasmissioni true crime delle quali si conosce tendenzialmente già vittima o colpevole è, **come si fa a rendere interessante** un racconto di cui si conosce già il finale? Bisogna saper creare la suspense adeguata utilizzando tecniche narrative dell'invenzione letterarie (quelle che useremmo in un racconto di fiction storytelling). Secondo la classificazione della narratologia di Marie-Laure Ryan, parla, di suspense del cosa che genera quindi l'attesa circa ciò che deve ancora accadere; suspense del chi (tipica del giallo nel quale si vuole conoscere chi è il colpevole piuttosto che la vittima), e la suspense del come e del perché, la quale ritroveremo nei racconti di non-fiction dedicati al crime. Perché quest'ultimo tipo di suspense possa realizzarsi bisogna intervenire sull'intreccio facendo quindi compiere allo spettatore dei veri e propri salti nel tempo della narrazione. Anche sfruttare la pubblicità è una tecnica utilizzata dalle trasmissioni, inserire quindi un cliffhanger poco prima dell'inizio degli spot pubblicitari. Prendiamo un esempio come *Faites entrer l'accusé* (uno dei primi crime show francesi) il quale utilizza tutte le tecniche di un film poliziesco, creando quindi ambientazione e girando scene (ricostruzioni) come fosse un film di fiction.

## 7) Storytelling e teatro

1. È stata forte l'impressione degli italiani al **teatro di narrazione** proposto da **Marco Paolini**, il quale va in onda il 9 ottobre 1997, e ci racconta la tragedia del **Vajont** in una trasmissione dal titolo *Vajont, Storia di una tragedia annunciata* (che totalizza in quella serata tre milioni e mezzo di spettatori). Il pubblico televisivo si trova disorientato in quanto non capisce perché, se è una rappresentazione teatrale non ci sia un palco, un sipario o un costume, e non riesce a comprendere neanche chi stia interpretando Paolini in questo caso; la verità è che quello che sta facendo Marco Paolini è prestare la sua voce ed il suo corpo per raccontare una storia, lui in questo caso è ciò che il narratore è nel libro. Quello che viene offerto da Raidue quella sera è un teatro che evoca fatti e l'unica azione che viene compiuta è quella di parlare e alludere con il corpo alle azioni descritte, il che porta al pubblico decine di personaggi diversi e addirittura interi paesi.
2. *Vajont* rappresenta l'epifania del teatro di narrazione questo vuol dire che è la rivelazione al pubblico di qualcosa di già esistente, ma come nasce il teatro di narrazione in Italia? Dario Fo a partire dal 1969 presenta il suo spettacolo, *Mistero buffo*, in giro per l'Italia partendo dall'Università di Milano e mostrando una narrazione che rappresenta la continuità tra attori e pubblico. **Marco Baliani** inizia a parlare di teatro di narrazione proprio dopo lo spettacolo di Dario Fo, questo insieme al teatro per ragazzi italiano di Carlo Formigoni (del quale è "inventore") lo ispirano nel suo lavoro e lo aiutano a costruire i primi veri spettacoli di teatro di narrazione. Baliani fa nascere questo teatro proprio dal più semplice dei racconti (avendo anche avuto un'esperienza con bambini con disturbo dell'apprendimento con il racconto di *Biancaneve*), la fiaba. La difficoltà di questo tipo di teatro è proprio quello di ottenere e mantenere l'attenzione del pubblico. La rinuncia alla "ricostruzione visiva" consiste (come abbiamo detto con Paolini) nell'utilizzare al massimo l'espressività del corpo e della voce, ed è proprio l'interazione tra le parole e tra parole e gestualità a catturare l'attenzione. Nella narrazione teatrale anche il suono delle parole è importante perché da un senso ai ritmi, alla velocità o alla lentezza o addirittura assenza di suono.
3. Mentre parliamo di teatro della narrazione con caratteristica in primo luogo formale, il teatro civile da una definizione che riguarda invece i contenuti. **Daniele Bianchessi** (uno dei protagonisti del teatro civile) ci fa capire come un numero e dei calcoli risultino freddi mentre se associati a persone questi possono suscitare emozioni. Uno degli elementi fondamentali per il teatro civile è proprio il connubio tra il dato e la storia e cioè tra realismo dell'oggettività e il calore dell'umanità. Un altro pilastro fondamentale è la natura del reale di cui si vuole raccontare che deve essere problematico, scomodo per la società che lo ha generato, il quale risulta però sotto il controllo dei media. Questo

tipo di teatro riesce a svolgere la sua funzione civile proprio perché non richiede una messa in scena (l'espressione messa in scena inoltre è sinonimo di menzogna) e quindi risulta più veritiera allo spettatore. Ad esempio, Bianchessi quando ci parla del racconto dello schianto di un aereo inizialmente sembra ci stia dando un resoconto del numero dei passeggeri ma poi questi passeggeri iniziano ad assumere un nome, un cognome e un mestiere, e questo è un esempio di umanizzazione del dato. In maniera non troppo diversa dal racconto crime quindi, il teatro civile diventa racconto di cronaca.

4. **Laura Curino** è un'importante figura nel panorama del teatro di narrazione in quanto sostiene che per questo tipo di narrazione è necessaria la vicinanza con il pubblico (paragonandola ad un'amicizia autentica). A Settimo Torinese, Laura Curino insieme agli amici di cui parla (dicendo che sono il fondamento di quel che è lei e di quello che dovrebbe essere il teatro, l'amicizia), fondano il Laboratorio Teatro Settimo. Il termine "laboratorio" sta ad indicare proprio che il teatro è un luogo in cui si crea sperimentando. Laura Curino mette in scena il suo spettacolo su Camillo Olivetti nel 1996 e poi un secondo spettacolo su Adriano Olivetti (figlio) nel 1998 in quanto Olivetti, come azienda, è stata importante per quanto riguarda le condizioni dei lavoratori e aveva un'idea rivoluzionaria per portare al capitalismo illuminato, avendo quindi un occhio rivolto al futuro (tenendo anche conto delle manifestazioni, non sempre pacifiche, degli operai nel 1969). Questo suo modo di raccontare ha punti in comune con il teatro civile ma differisce in quanto non è più una denuncia ma diviene un mezzo di riflessione sulla storia.

## 8) Oltre il confine: altri esempi di non-fiction storytelling

1. Vedremo successivamente il racconto del **Sé**.
2. Giunte ad un certo punto della propria vita, molte persone sentono la necessità di lasciare qualcosa di loro ai posteri e quindi di scrivere o far scrivere una **autobiografia**. C'è differenza tra la memoria e l'autobiografia in quanto nella memoria i ricordi anche se organizzati costituiscono il Sé e sono quindi interiori, intimi, mentre nell'autobiografia bisogna raccontare, e quindi esternalizzare, quei ricordi, questo costringe quindi questi ricordi esternalizzati a seguire delle regole fisse inoltre cessano di essere "miei" ricordi per diventare un testo condiviso (come un romanzo). I ricordi però perché diventino racconti hanno la necessità di legarsi tramite una connessione di causa e effetto che spesso è possibile solo a posteriori oppure si aggiungono elementi di para-fiction storytelling, possiamo infatti dire che un racconto autobiografico rientra un 70% di non-fiction e un 30% di para-fiction necessario per la ricostruzione e per dare un senso al racconto, mentre la struttura tecnica del racconto è al 100% quella di un racconto fiction. Molti testi autobiografici sono infatti entrati nei canoni letterari o filosofici. Se diamo uno sguardo invece a un tempo più recente vediamo moltissime autobiografie di personaggi come registi, attori o politici, ma quelli che vanno per la maggioranza sono i racconti degli atleti come, ad esempio, Open del tennista André Agassi (dobbiamo tenere conto del fatto che la maggior parte di questi racconti vengono scritti da professionisti che intervistano i protagonisti ed elaborano il testo). Non sono però solo le persone in vista a sentire questa necessità, realmente tutti sentono la necessità di doversi raccontare (che sia un racconto self published o sui social media) e bisogna tener conto del fatto che la funzione dello storytelling non è solo quella estetico-artistica ma lo storyteller professionista nei casi di scarsa conoscenza di questa arte può diventare un "facilitatore di narrazioni". Saverio Tutino con l'idea di lavorare (e raccontare) sulle vite di altri fonda, nel 1984, l'Archivio Diaristico di Pieve Santo Stefano, questo con l'intento di costruire un diverso accesso alla storia attraverso i racconti di vita. Duccio Demetrio è uno studioso italiano che ha esplorato nell'ultimo quarto di secolo maggiormente l'autobiografia. Secondo lui la valenza terapeutica del racconto sta nel poter prendere la "distanza" da sé, appunto perché scrivendo si "tira fuori" la propria storia attraverso un processo di Retrospezione (leggendo i propri ricordi), di Interpretazione (selezionando quindi i ricordi che maggiormente hanno influito nella costruzione della persona) e Creazione poi della

forma narrativa finale. Perché questo processo avvenga al meglio è necessario che venga sollecitato dall'esterno (ad esempio con un laboratorio di scrittura, come quello nel reparto di neuropsichiatria al quale è stato chiesto ai partecipanti di scrivere un testo "Se Elvis fosse ancora vivo" e alcuni pazienti con intenti suicidari hanno deciso di dare una seconda vita alla storia di Kurt Cobain, morto suicida).

3. La **medicina narrativa** non intende essere una medicina alternativa bensì un modo per impostare al meglio il rapporto curante-paziente. Negli ultimi decenni risulta ovvio come la cartella clinica e il referto vada a sostituire la comunicazione con il paziente e riduce la situazione ad una sfida tra malattia e medico. Lucia Zannini nel suo Medical Humanities e medicina narrativa ci spiega che anche la percezione soggettiva che ha il paziente della malattia è parte del processo di cura. La Narrative Based Medicine (medicina narrativa) imposta il suo concetto proprio sulla partecipazione di tutto l'equipe medico (così come degli amici e tutte le persone che ruotano attorno al paziente) e delle situazioni culturali e sociali nella quale si colloca l'esperienza di malattia e cura. Quindi anche la medicina narrativa è un insieme di racconto non-fiction del paziente (quindi personale) e racconto non-fiction del medico (quindi più professionale) con eventualmente dei facilitatori perché questa comunicazione avvenga al meglio. Questo per riportare il paziente al centro della cura, inoltre in alcune patologie come la schizofrenia riuscire a recuperare la capacità di narrare significa già mostrare segni di remissione.
4. La **narrazione autobiografica** può anche diventare strumento di **ricerca sociale** come, ad esempio, telefonicamente (o anche su internet piuttosto che sui social) vengono fatti questionari che puntano a raccogliere dati e a standardizzarli individuando indicatori comuni per poterne fare una statistica. Trilussa in un suo sonetto muove una critica contro la statistica che (anche senza mentire) prende in considerazione solo le omologazioni della massa senza considerare l'individualità. Per questo le scienze sociali ad una raccolta di dati quantitativa ne aggiungono una qualitativa attraverso i racconti che se raccolti e classificati possono diventare strumenti di rappresentazione di fenomeni sociali. Per arrivare a questo è però necessario che questa raccolta venga guidata da un ricercatore e stimolata da un esperto. La metodologia più utilizzata in questa intervista narrativa è quella delle domande attraverso un'intervista che viene fatta in modo preciso per tutti i soggetti candidati (vengono quindi poste le stesse domande su parti o aspetti specifici della vita). Robert Atkinson, uno studioso statunitense ha selezionato un set standard di 300 domande tra le quali scegliere quelle più appropriate. Per Berteaux il "racconto di vita" non è un racconto libero dell'intera autobiografia in quanto questo servirebbe poco per una ricerca etnosociologica; infatti, dice che la completezza del racconto risulta superflua o persino dannosa. Nei recits de vie la narrazione a tutti gli effetti prende una forma stimolata e quindi l'interazione è ragionata. Un esempio importante che ci da prova di quanto le storie individuali raccolte e organizzate possano costituire l'unico punto di contatto tra realtà territorialmente vicine ma socialmente distanti è "storie di migranti" o "valigia blu" che si concentra sulle storie di accoglienza e di solidarietà.