

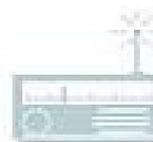
# Alessandro Perissinotto



## Raccontare



### Strategie e tecniche di storytelling



*i Robinson / Letture*

Alessandro Perissinotto

**Raccontare**  
Strategie e tecniche di storytelling



*Editori Laterza*

© 2020, Gius. Laterza & Figli

Edizione digitale: marzo 2020

[www.laterza.it](http://www.laterza.it)

Proprietà letteraria riservata  
Gius. Laterza & Figli Spa, Bari-Roma

Realizzato da Graphiservice s.r.l. - Bari (Italy)  
per conto della  
Gius. Laterza & Figli Spa

ISBN 9788858141687

È vietata la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi mezzo effettuata

# Indice

## Parte prima. Definizioni e basi teoriche

### 1. Definire lo storytelling e liberarlo dal pregiudizio

- 1.1. *Una deriva del senso*
- 1.2. *Storie o narrazioni?*
- 1.3. *Realtà, invenzione, menzogna*
- 1.4. *Raccontare il vero significa informare?*
- 1.5. *Qualche considerazione sopra l'efficacia dello storytelling*
- 1.6. *Storytelling: linguaggi e tecnologie*

### 2. Semiotica per storyteller

- 2.1. *Fiction e non-fiction: contenuti diversi, ma stesse strategie*
- 2.2. *La narratologia*
- 2.3. *Lo strutturalismo*
- 2.4. *Intreccio e fabula*
- 2.5. *I racconti assomigliano alla vita: i ruoli e i programmi narrativi*
- 2.6. *“Show, don't tell”: la figurativizzazione*
- 2.7. *Vero, falso e verosimile: il contratto di veridizione*

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

- 3.1. *Narrazione, comprensione, ragionamento*
- 3.2. *Narrazione, memoria individuale, costruzione del sé*
- 3.3. *Narrazione, memoria collettiva, costruzione sociale*

## Parte seconda. Esempi e strategie

### 4. Storytelling nelle organizzazioni

- 4.1. *Il bisogno di rappresentazione sociale*
- 4.2. *Auto-rappresentazioni esterne e interne*
- 4.3. *Perché utilizzare lo storytelling nelle organizzazioni?*
- 4.4. *I racconti si ricordano meglio*
- 4.5. *Qualche suggerimento per narrare nelle organizzazioni*
- 4.6. *Facilitare lo storytelling nelle organizzazioni*

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

- 5.1. *Detroit: il primo “Department of storytelling” di una metropoli*
- 5.2. *Riqualificazione territoriale e storytelling*
- 5.3. *Storytelling e valorizzazione culturale e turistica: Torino 2006, Milano 2015, Matera 2019*
- 5.4. *Storytelling finzionale come “Future studies”*

## 6. Storytelling e cronaca nera: da Gide a “Crimes”

- 6.1. *Raccontare la cronaca nera: una storia attuale e antica*
- 6.2. *“True crime” in televisione. Il caso francese*
- 6.3. *La spettacolarizzazione del non-fiction storytelling*

## 7. Storytelling e teatro

- 7.1. *Il racconto del Vajont e l’epifania del teatro di narrazione*
- 7.2. *Marco Baliani: come tutto è cominciato*
- 7.3. *Daniele Biacchessi: il teatro civile*
- 7.4. *Laura Curino: teatro di narrazione e Storia*

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

- 8.1. *Il confine e le sue immediate vicinanze*
- 8.2. *Dall’autobiografia alle “storie che curano”*
- 8.3. *Medicina narrativa*
- 8.4. *I racconti di vita e la prospettiva etnosociologica*

## Bibliografia

Parte prima.

## Definizioni e basi teoriche

# 1.

## Definire lo storytelling e liberarlo dal pregiudizio

### 1.1. *Una deriva del senso*

Inizio raccontando un aneddoto. Mio nonno, Monteccone Luigi, torinese, classe 1907, operaio alla Diatto automobili, lavapiatti, puntatore di contraerea durante la guerra, panettiere, mio nonno, dicevo, era semi-analfabeta, nel senso che sapeva leggere, ma non sapeva scrivere, se non il proprio nome, in stampatello maiuscolo. Tutto questo per dire che la dimestichezza di mio nonno con la lingua italiana era assai scarsa; di madrelingua piemontese, usava l'idioma nazionale con diffidenza, introducendo di tanto in tanto parole italiane nell'eloquio dialettale per sottolineare l'importanza di questo o quel passaggio, di questa o quella circostanza. Il risultato era una specie di *pastiche* linguistico degno di Gadda, non alieno da qualche venatura umoristica del tutto involontaria. E non sempre le uscite di mio nonno, godibili se prese con un certo distacco, erano per me motivo di gioia, specie quando avevano luogo di fronte ai miei amici. Poteva infatti accadere che se ne venisse fuori con frasi del tipo: “Son tùt an orgasmo”, sono tutto in orgasmo. L'affermazione sarebbe parsa quantomeno fuori luogo anche se fosse stata pronunciata da un familiare qualsiasi, ma nella bocca di un avo ultranovantenne suonava davvero come un delirio. A rendere ridicola e imbarazzante la situazione era il fatto che l'italiano di mio nonno si era cristallizzato nei primi decenni del Novecento, quando la parola “orgasmo” indicava più che altro uno stato di grande agitazione ed eccitazione senza particolari legami con la sfera sessuale.

Perché ho raccontato questa storia? In primo luogo perché un libro sullo storytelling non poteva che iniziare con uno storytelling e in secondo luogo perché il termine “storytelling” ha subito più o meno la stessa trasformazione del termine “orgasmo”: prima parola ricercata e poi concetto banalizzato e snaturato. Per molte persone, anche colte, oggi tra “fare dello storytelling” e “raccontare balle” la differenza è minima. Vediamo dunque quali sono state le vicissitudini che hanno portato a questa evoluzione del senso.

Il dizionario Treccani, nel 2008<sup>1</sup>, registra “storytelling” tra i neologismi facendo risalire la sua prima attestazione italiana a “la Repubblica” del 4 settembre 1990; tuttavia è nei primi anni del XXI secolo che la parola comincia a imporsi nel nostro paese. La sua mutuazione dall’inglese non deriva solo da una moda, ma nasce dall’esigenza di un “termine ombrello” adatto a coprire la complessa galassia dei fenomeni legati alla narrazione.

L’*Oxford Dictionary* definisce lo storytelling come «The activity of telling or writing stories» (L’attività di raccontare o scrivere storie). Un perfetto esempio di pura denotazione. Parlando di “activity” e non, come spesso accade in altre definizioni, di “art”, e includendo tanto l’oralità quanto la scrittura, il concetto evocato include fenomeni che vanno dalla narrazione minimale quotidiana (“Oggi, a scuola, il professore mi ha dato un brutto voto in educazione fisica perché non sono riuscito a saltare più di un metro e venti. Ho provato a spiegargli che avevo male a un ginocchio, ma lui non mi ha creduto”) alla scrittura di *Guerra e pace*.

Va da sé che una tale ampiezza di significato dovrebbe indurci a precisare meglio il senso del termine ogniqualvolta il suo utilizzo si fa più specifico, riconoscendo che, da sola, “storytelling” è la classica parola che “dice tutto e niente”. Invece, forse soggiogati dal fascino esotico del suo suono, abbiamo preferito impiegarla così com’è, anche se ogni volta l’accezione cambiava, anche se, ogni volta, avremmo dovuto ricorrere a qualcuno dei suoi molti iponimi. E abbiamo fatto di peggio, abbiamo incluso nell’area semantica di storytelling non solo le attività legate al narrare, ma anche i prodotti di quelle attività. Dunque non possiamo più limitarci a cancellare la sostanziazione del verbo e a tradurre senza troppi problemi “storytelling” con “raccontare”, perché oggi “storytelling” significa anche “novella”, “pièce teatrale”, “canzone”, “autobiografia”, “documentario”, “menzogna” e mille altre cose. È un po’ come se avessimo deciso di usare la parola “movimento” per “corsa”, “spostamento”, “viaggio” e così via: è chiaro che alla base di tutti questi concetti c’è il movimento, così come alla base di quelli elencati sopra c’è il narrare, ma un uso adeguato delle risorse linguistiche ci impone una maggiore precisione.

All’origine di tutti i fraintendimenti sullo storytelling c’è la mancanza di precisione. A fronte di una ingestibile genericità c’è chi ha deciso di connotare il termine in un modo piuttosto che in un altro, chi ha deciso di rendere universale la sfumatura di significato che egli solo vi attribuiva. Ed ecco che l’immane Wikipedia inizia una piccola opera di dirottamento del senso:

Lo storytelling è l’atto del narrare, disciplina che usa i principi della retorica e della naratologia. Il termine storytelling si riferisce ai vari tipi di opere di narrativa, sia opere au-

diovisive e sia opere letterarie. Tale termine non è da confondersi con lo storytelling management<sup>2</sup>.

L'atto del narrare diventa, non si sa perché, una "disciplina" che attinge ai principi della retorica e della narratologia. Non è una precisazione da poco perché in questo modo si escludono dallo storytelling tutti gli atti di narrazione spontanei e ci si sofferma solo sulle narrazioni consapevoli e "scientificamente" progettate. Per spiegare questa differenza con una nuova analogia nella stessa linea delle precedenti, possiamo dire che "camminare" è un "atto", mentre la "marcia" può essere una disciplina sportiva o militare, fatta di atti che obbediscono a regole precise e si rifanno a un sapere codificato.

Se leghiamo il narrare all'utilizzo consapevole e deliberato di alcune tecniche (retoriche, narratologiche, ma anche psicologiche, filmiche e via discorrendo), noi siamo costretti a stabilire che lo storytelling è un narrare professionale, riservato agli esperti del settore e questo è in aperto contrasto con il significato ampio che abbiamo visto nell'*Oxford Dictionary*. Sebbene esistano dei professionisti dello storytelling è assolutamente sbagliato affermare che lo storytelling è solo cosa da professionisti: mio nonno era un fantastico storyteller e non conosceva né la retorica, né la narratologia anche se, in maniera del tutto naturale, usava figure retoriche e dava vita a strutture narrative di sicuro interesse semiotico.

Ma se Wikipedia ha avuto l'accortezza di specificare che lo storytelling *tout court* "non è da confondersi con lo storytelling management", Christian Salmon, nel libro che più ha contribuito alla sua fama internazionale, gioca proprio sulla confusione tra i due concetti, tra lo storytelling nella sua accezione più ampia e lo storytelling applicato alla politica o alla gestione aziendale. Il titolo originale di quest'opera, scelto con cura per fare sensazione, recita: *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*<sup>3</sup>. Salmon sa bene che il raccontare non è solo uno strumento per condizionare le menti e non si azzarda a sostenerlo; tuttavia, con abili strategie narrative (è anche uno scrittore), mette in primo piano uno storytelling che oscilla tra la persuasione occulta e la spudorata propaganda. Ciò che rimane in secondo piano, ad esempio l'infinita gamma di usi sociali ed educativi delle narrazioni, tende a sparire per lasciare il posto a un'unica idea: lo storytelling è pericoloso, lo storytelling è nelle mani delle multinazionali, lo storytelling è usato dai politici senza scrupoli. Nessuna di queste affermazioni è falsa in assoluto: è innegabile che la Coca-Cola o Amazon utilizzino per il proprio tornaconto le risorse del raccontare o che le campagne elettorali forniscano alla massa dei votanti, anziché la realtà, il racconto ideologizzato

di quella realtà, ma far credere che lo storytelling si riduca a quello è un'operazione piuttosto discutibile.

Per rendersi conto di come uno dei più noti testi sullo storytelling agisca per gettare discredito sul suo stesso oggetto di studio basta prendere in considerazione una delle molte citazioni di cui si compone l'introduzione del volume; è tratta da un libro della sociologa statunitense Francesca Polletta e la riporto qui sotto:

I manager sono tenuti a raccontare storie per motivare i lavoratori e i medici sono formati per ascoltare le storie dei loro pazienti. Anche i reporter hanno aderito al giornalismo narrativo e gli psicologi alla terapia narrativa. Ogni anno decine di migliaia di persone entrano nel National storytelling Network o partecipano a uno dei circa duecento festival di storytelling organizzati negli Stati Uniti. Basta un colpo d'occhio in una qualsiasi libreria per constatare il successo impressionante dei libri dedicati all'arte dello storytelling, considerata come un cammino verso la spiritualità, una strategia per candidati a borse di studio, un modo per risolvere i conflitti o un piano per perdere peso<sup>4</sup>.

Questo passaggio non esprime giudizi negativi sulle pratiche narrative; al più lascia intendere che il fenomeno dello storytelling sembra assumere proporzioni esagerate. Ma il senso complessivo non scaturisce dal semplice frammento quanto piuttosto dalla giustapposizione di porzioni di testo differenti; il brano della Polletta è collocato da Salmon tra un esempio di storytelling ad uso dei soldati americani in Iraq e una considerazione su come George W. Bush abbia utilizzato tecniche narrative per mantenere la propria leadership, nonché immediatamente prima del capitolo intitolato "Il racconto come strumento di controllo". Un simile accostamento legittima l'interpretazione secondo la quale anche la sociologa americana paventerebbe una sorta di invasione narrativa. Ma le cose non stanno esattamente così: nel 1998, nel saggio che poi avrebbe dato origine al volume citato da Salmon, la Polletta scriveva ad esempio:

Le narrazioni possono essere impiegate strategicamente per rafforzare un'identità, ma possono anche precedere e rendere possibile lo sviluppo di un gruppo, di una nazione, o di qualsiasi attore collettivo [...]. Possono poi essere particolarmente importanti durante i periodi di trasformazione, sia essa in corso o potenziale. Le narrazioni mantengono la continuità nel cambiamento, preservano il sé o la collettività attraverso il cambiamento<sup>5</sup>.

Siamo ben lontani da una demonizzazione dello storytelling. Una strategia narrativa che preservi l'identità di una collettività in situazioni di cambiamento è tutt'altro che stigmatizzabile, così come non è affatto stigmatizzabile il principio secondo il quale i medici debbano essere "formati per ascoltare le storie dei loro pazienti", specie se si tiene conto che alcuni studi sulla comunicazione tra medico di famiglia e paziente mostrano come negli anni Ottanta il medico iniziasse a interrompere il racconto del paziente do-

po circa 18 secondi dal suo inizio e come solo un paziente su quattro potesse concludere senza essere interrotto la descrizione del disturbo che lo affliggeva<sup>6</sup>. Salmon invece non fa distinzioni:

Che vogliate condurre a buon fine un negoziato commerciale o far firmare un trattato di pace a due fazioni rivali, lanciare un nuovo prodotto o far accettare a un gruppo di lavoratori un importante cambiamento, compreso il loro stesso licenziamento, concepire un videogioco “serio” o curare i traumi di guerra dei soldati, lo storytelling è considerato come una panacea. È impiegato dagli educatori come metodo di insegnamento e dagli psicologi come tecnica per curare i traumi. Costituisce una risposta alla crisi di senso nelle organizzazioni e un mezzo di propaganda, un meccanismo di coinvolgimento e uno strumento per tracciare profili psicologici, una tecnica di visualizzazione dell’informazione e una temibile arma di disinformazione<sup>7</sup>.

Nel gioco degli opposti, tutto si mescola e a prevalere, nella mente del lettore, sono gli aspetti deteriori dello storytelling: disinformazione, propaganda, controllo dell’opinione e della mente. È questo per Salmon lo storytelling; la verità è che lui non si preoccupa mai di chiarire cosa sia questo oggetto misterioso e si limita a mostrarne gli impieghi, concentrandosi su quelli più condannabili. Per non commettere lo stesso errore, io intenderei indagare in primo luogo l’essenza dello storytelling e solo in seconda battuta esaminarne i campi di applicazione.

## 1.2. Storie o narrazioni?

Abbiamo detto che la deriva del senso del termine “storytelling” nasce dall’uso impreciso che ne è stato fatto negli ultimi anni, ma forse le colpe vanno ricercate anche più a monte, nell’imprecisione stessa del concetto di “story”, un’imprecisione antica della quale non possiamo incolpare la nequizia dei tempi o la leggerezza dei contemporanei. Ripartiamo dai dizionari. Per il *Cambridge Dictionary*, “story” significa:

- a) a description, either true or imagined, of a connected series of events (una descrizione, vera o immaginata, di serie di eventi connesse tra loro);
- b) a report in a newspaper or on a news broadcast of something that has happened (il resoconto, su un giornale o in un notiziario radiotelevisivo, di qualcosa che è accaduto);
- c) a lie (una menzogna).

Stando alla definizione c) e rimanendo al puro livello lessicale, non possiamo dare torto neppure a coloro che identificano lo storytelling con la menzogna (*lie*); d’altro canto, anche in italiano “raccontare storie” vale per “mentire”. Tuttavia, pur riservandomi di tornare in seguito sul potere mistificatorio delle storie, sono altri gli aspetti che mi preme evidenziare. La definizione a) contiene almeno due elementi interessanti: la relazione tra realtà e finzione, di cui parlerò poco oltre, e la concatenazione degli eventi.

Una storia è la rappresentazione di una serie di eventi connessi tra loro da rapporti di causa-effetto. Ma una storia è automaticamente una narrazione? Basta la concatenazione di eventi per avere un racconto? Inventiamo *ad hoc* una concatenazione.

Un giorno, dalla cresta di una montagna, si staccò una grossa frana che, nella sua corsa, sradicò centinaia di alberi, trascinandone i tronchi in fondo alla valle e accumulandoli nel letto del fiume che la solcava. Le acque, trovandosi sbarrata la via di deflusso, uscirono dagli argini e si allargarono nei prati circostanti formando un vasto lago.

Sicuramente questa sarebbe una storia, sia nel senso della definizione *a*), sia in quello della definizione *b*), nel caso gli eventi elencati andassero a costituire una relazione pubblicata su un giornale. Ma siamo disposti a riconoscere a questa storia lo statuto di una narrazione? Probabilmente no. Ciò che manca sono i personaggi e la loro assenza determina quella di qualsiasi azione intenzionale e di qualsiasi obiettivo. La montagna, la frana, gli alberi, il fiume e le acque sono parti di qualcosa che accade, ma in questo accadere non hanno parte attiva, sebbene ognuno di essi possa essere individuato come causa di un avvenimento-effetto successivo.

A dare vita e movimento al mondo narrativo sono quelle particolari entità che lo popolano e che in esso agiscono, i personaggi<sup>8</sup>.

Senza i personaggi e senza le loro azioni noi non abbiamo racconto, ma solo resoconto, e un resoconto può essere una storia, ma non è necessariamente una narrazione. Tutto questo lo vedremo meglio quando parleremo delle teorie narratologiche, ma possiamo già accettarlo in questa forma intuitiva, anche perché, se dal *Cambridge Dictionary* passiamo nuovamente all'*Oxford Dictionary*, la prima definizione che troviamo ci dice che una “story” è

An account of imaginary or real people and events told for entertainment [Un racconto di persone immaginarie o reali e di eventi narrati per divertimento].

“People and events”, personaggi e accadimenti, non solo questi ultimi. Si potrebbe obiettare che non tutti i personaggi sono “people”, persone. La fantasia degli scrittori ha infatti ideato storie di animali, di extraterrestri, persino di alberi, di rocce e di vulcani, tutti dotati della capacità di giudizio e della volontà di agire; tuttavia, questi animali, queste creature di altri mondi e questi oggetti, nel diventare personaggi inevitabilmente si umanizzano e dunque, in effetti, diventano “people”. Il romanzo più straniante che io conosca, in termini di costruzione dei personaggi, è *Flatland: A Romance of Many Dimensions* di Edwin Abbott Abbott<sup>9</sup>; lì i personaggi sono triangoli, esagoni, cerchi e figure geometriche varie, eppure ereditano com-

portamenti, vizi e sentimenti dagli umani: da questo punto di vista, la fantasia, anche la più scatenata, incontra grossi limiti nell'invenzione.

Accettata dunque l'omologazione tra "people" e personaggi, notiamo che comunque la definizione dell'*Oxford Dictionary* è molto più restrittiva di quella del *Cambridge*; non solo, introducendo i personaggi, esclude dalle storie i resoconti, ma concludendo con quel "for entertainment" esclude anche tutte le storie – e sono la maggior parte – che non nascono con finalità di intrattenimento: storie raccontate tra amici, storie raccontate, come dicevamo, dai pazienti ai medici o viceversa, storie raccontate all'interno dell'azienda, autobiografie minime raccontate in famiglia; il mondo delle storie sarebbe infinitamente più povero se ci si limitasse all'intrattenimento. Anche in questo caso siamo di fronte a una formulazione insoddisfacente.

Proviamo allora, componendo i vari approcci, ad avvicinarci alla natura dello storytelling: *lo storytelling è l'atto di trasmettere, indipendentemente dalle finalità, con parole (scritte o pronunciate), immagini, gestualità, musiche, suoni e altri possibili linguaggi, concatenazioni di eventi, veri o fittizi, che nascono dall'azione e dalla reazione di personaggi, anche questi veri o fittizi. Più semplicemente, lo storytelling è l'atto di trasmettere, per i fini più diversi e attraverso qualsiasi linguaggio, delle narrazioni tratte dalla realtà o frutto di invenzione.*

Lo storytelling, dunque, è tale solo se le storie sono narrazioni e non resoconti, ma quali sono i requisiti minimi perché una storia diventi una narrazione? Anche a questa domanda risponderemo meglio nel capitolo successivo, ma, ancora una volta, anticipiamo qualcosa: *perché vi sia narrazione ci deve essere almeno un personaggio che orienta la sua azione verso il superamento di almeno un ostacolo che lo separa dal suo obiettivo.*

Personaggio, Azione, Ostacolo, Obiettivo: sono questi gli ingredienti che non possono mancare in una narrazione; si possono presentare in ordine diverso e molti altri possono aggiungersi, ma questi sono quelli fondamentali. Ovviamente, le narrazioni possono avere un lieto fine oppure no; questo significa che l'Ostacolo, che pure deve essere presente, può essere superato oppure no e l'Obiettivo può essere raggiunto o meno: l'importante è che ci sia e che orienti l'Azione del Personaggio. Il fatto che ci sia una Azione implica poi la presenza di un Tempo entro il quale questa Azione si svolge. Vediamo allora, nel concreto, come una narrazione davvero minima può articolarsi intorno a questi pilastri. Potrei ricorrere a qualche esempio di minimalismo letterario, da Raymond Carver a Philippe Delerm, ma preferisco abbassare l'asticella e partire da un semplice video, uno "storytelling di prodotto" comparso a titolo di pubblicità su Instagram.

Il video, della durata di un minuto, è composto da brevissime sequenze con scritte in sovraimpressione; la diegesi, cioè la parte di testo che spiega

“quello che succede”, è affidata alle frasi sovrainpresse, mentre alle immagini è assegnata la mimesi, vale a dire la rappresentazione della realtà raccontata. In altri termini, le parole scritte hanno la funzione di una voce fuori campo che racconta la storia visualizzata dalle immagini, una storia che le immagini da sole non sarebbero in grado di raccontare vista la brevità delle sequenze. Si tratta di una tecnica assai utilizzata in Instagram e in tutti quei casi dove la fruizione del video può avvenire in forma silenziosa (ad esempio quando si naviga sui social durante l’orario di lavoro o durante una lezione universitaria); una specie di ritorno obbligato al cinema muto e ai suoi codici. Nella tabella riporto il testo della storia nella colonna di sinistra (le sovrainpressioni), mentre in quella di destra riassumo il contenuto delle immagini del video<sup>10</sup>.

TESTO	IMMAGINE
IL MAL DI SCHIENA COLPISCE 8 PERSONE SU 10	Un ragazzo e una ragazza ripresi di schiena mentre camminano nella natura con uno zaino in spalla
ECCO LA STORIA DI PERCKO	Un giovane occhialuto (che scopriremo più tardi essere Quentin) guarda un manifesto su cui spicca il logo Percko
LA PRIMA T-SHIRT INTELLIGENTE	Una persona, ripresa di schiena, indossa una t-shirt nera con vistose impunture a forma di V
CHE VI INSEGNA A STARE DIRITTI	Un uomo seduto su una sedia, ripreso di profilo, che indossa la t-shirt e si tiene ben diritto, mentre una linea bianca in sovrainpressione mostra la perfetta curvatura della schiena
IL PADRE DI ALEXIS È DENTISTA	Un uomo quasi calvo, ripreso di schiena alla guida di un’auto
HA COSTANTEMENTE MAL DI SCHIENA	L’uomo alla guida si massaggia il collo
ALEXIS	Primo piano di un giovane sui 27 anni (presumibilmente Alexis)
E QUENTIN	Primo piano del giovane occhialuto visto prima
DECIDONO DI AFFRONTARE QUESTO PROBLEMA	T-shirt indossata e indicazione della zona lombare
SONO INGEGNERI CIVILI E INDUSTRIALI	Quentin al computer
DEVONO IMPARARE TUTTO	Disegni e scaffali di biblioteca
LUNGHI MESI SPESI IN RICERCA E SVILUPPO	Situazioni di laboratorio
LA SITUAZIONE STAGNA, COMINCIANO A PERDERE FIDUCIA	Primo piano del volto dubbioso di Alexis
UN ANNO DOPO LA PRIMA T-SHIRT INTELLIGENTE È PRONTA	Giovane donna seduta di schiena, prima al pianoforte, poi alla scrivania
LANCIANO UNA CAMPAGNA KICKSTARTER	Protagonisti al computer
OBIETTIVO: 30.000 EURO. LO RAGGIUNGONO IN 7 ORE	Alexis davanti allo schermo
ALLA FINE RACCOLGONO 390.000 EURO	Protagonisti che parlano tra loro sereni in un ufficio parigino
UN SUCCESSO ENORME	Primo piano di Alexis sorridente

L'AVVENTURA È PARTITA	Primo piano di un giovane che guarda l'orizzonte
IL RITMO È INTENSO	Giovani al computer
DAL 2016 PIÙ DI 35.000 PERSONE SODDISFATTE	Uomo di schiena che corre lungo un viale cittadino
È SOLO L'INIZIO	

Vediamo allora in quale modo questa micronarrazione contiene gli “ingredienti” che abbiamo elencato prima.

Il racconto sceglie di partire dall'Ostacolo: il mal di schiena che affligge l'80% della popolazione; ovviamente, l'Obiettivo è il superamento del mal di schiena. Immediatamente dopo troviamo una prima suggestione circa l'Azione attraverso la quale l'Ostacolo viene superato: Percko, la prima t-shirt che insegna a stare diritti.

Vengono poi introdotti i Personaggi: il padre di Alexis, vittima dell'Ostacolo, Alexis e Quentin, eroi della storia e quindi titolari dell'Azione, e, via via, altri personaggi minori, tutti vittime dell'Ostacolo e tutti beneficiati dall'Azione. Pur nella sua brevità, il racconto, al pari delle grandi storie, presenta un'Azione suddivisa in una piccola serie di brevi sotto-azioni (imparare tutto sul mal di schiena, progettare una maglia correttiva, ottenere i fondi per l'impresa, sviluppare e industrializzare il prodotto, venderlo): alla fine si dichiara che l'Obiettivo è raggiunto e, come nei romanzi d'appendice, si dà appuntamento alla prossima puntata (“È solo l'inizio”). Da notare che ogni sotto-azione è volta al superamento di un sotto-ostacolo e al raggiungimento di un sotto-obiettivo; in altre parole, anche una narrazione di 60 secondi può essere composta da narrazioni ancora più minimali: tutto questo, alla luce delle teorie semiotiche di cui parleremo in seguito, ci sarà molto più chiaro.

### 1.3. *Realtà, invenzione, menzogna*

Abbiamo visto che tutte le definizioni di “story” contemplano sia la possibilità che gli eventi narrati siano tratti dalla realtà, sia la possibilità che quegli stessi eventi siano frutto di invenzione; implicitamente, quindi, prevedono anche l'eventualità di una commistione tra reale e immaginario. A queste condizioni, lo ripetiamo, storytelling è davvero un “termine ombrello” la cui area semantica include tanto il narrare ingenuamente menzognero del mendicante di strada (“Scusa, mi hanno rubato il portafoglio, devo tornare a casa da mia madre che sta a Ladispoli, ce li avresti 5 euro per il biglietto del treno...”), quanto i documentari della BBC, tanto le trasmissioni di *true-crime* quanto la grande letteratura. Se però utilizziamo il rapporto con la realtà come discriminante, noi abbiamo la possibilità di creare una

prima macro-categorizzazione di grande utilità; le categorie che propongo sono tre:

1. fiction storytelling;
2. non-fiction storytelling;
3. para-fiction storytelling.

Nel fiction storytelling ricade una vasta gamma di prodotti narrativi che noi conosciamo da molto tempo: fiabe, miti, tragedie, drammi, commedie, ballate, novelle, romanzi, poemi epici, opere liriche, film per il cinema e per la televisione e altro ancora. Tradizionalmente, in tutte queste narrazioni il rapporto tra invenzione e realtà è nettamente sbilanciato verso la prima.

Letteratura, cinema e teatro ci hanno abituato a varie mescolanze tra reale e fantastico: personaggi inventati, fatti inventati, contesti inventati (come nella saga fantascientifica di *Star Wars* o in quella fantasy di *Game of thrones*); personaggi reali assieme a personaggi inventati che danno vita a fatti inventati in un contesto reale (*I promessi sposi* e in generale i romanzi storici ne sono un ottimo esempio); personaggi reali che danno vita a fatti inventati in contesti inventati (come nelle varie ucronie che raccontano il mondo come sarebbe se Hitler avesse vinto la seconda guerra mondiale). Seguendo questa logica combinatoria potremmo andare avanti a lungo, così come potremmo andare avanti all'infinito nell'esame del fiction storytelling. Per fortuna, l'umanità si occupa del suo studio da tempo immemorabile e ci possiamo esimere dal farlo qui: in sostanza non parleremo di letteratura, teatro, cinema e così via se non nei rari casi in cui queste forme del comunicare narrativo tentano di spostare l'equilibrio verso la realtà e di mettere in secondo piano la finzione (non-fiction novel, new journalism, teatro di narrazione e così via).

Passiamo ora al para-fiction storytelling partendo da una citazione:

Questa è una storia vera. Gli eventi descritti in questo film si sono svolti in Minnesota nel 1987. Su richiesta dei sopravvissuti, i nomi sono stati cambiati. Per rispetto dei morti, il resto è stato detto esattamente come è accaduto.

Joel ed Ethan Coen, *Fargo*

Il film *Fargo*, dei fratelli Coen, e la serie televisiva ad esso ispirata si propongono quindi come non-fiction; ma lo sono veramente? No, l'avvertenza iniziale, che dovrebbe conferire ai fatti narrati uno statuto di realtà, dichiara il falso: *Fargo* è prevalentemente un prodotto d'invenzione, ma, proprio in virtù di quell'avvertenza, è anche una menzogna lunga 98 minuti (il film del 1996) o lunga diverse puntate nelle serie successive. Senza quel "Questa è una storia vera", la narrazione sarebbe semplicemente ricaduta

nella categoria del fiction storytelling, ma se io dichiaro che ciò che sto per raccontare è realmente accaduto e invece non è così, il mio raccontare assume le caratteristiche di una bugia o, per rimanere nella nostra categorizzazione, di un para-fiction storytelling, cioè di uno storytelling che assume le sembianze del non-fiction storytelling senza averne il diritto. Nel caso di *Fargo* la menzogna è un peccato veniale, anzi, più che una vera e propria menzogna è l'adattamento di un *topos* narrativo, quello del "manoscritto ritrovato", che beneficia di una tradizione lunghissima: *Manoscritto trovato a Saragozza*, *I promessi sposi*, *Il nome della rosa* e chissà quanti altri romanzi e film si spacciano come riscritture di cronache reali e non lo sono. Scrive a questo proposito Nabokov:

La letteratura non è nata il giorno in cui un ragazzo, gridando al lupo al lupo, uscì di corsa dalla valle di Neanderthal con un lupo grigio alle calcagna: è nata il giorno in cui un ragazzo arrivò gridando al lupo al lupo, e non c'erano lupi dietro di lui.

Non ha molta importanza che il poverino, per aver mentito troppo spesso, sia stato alla fine divorato da un lupo. L'importante è che tra il lupo del grande prato e il lupo della grande frottola c'è un magico intermediario: questo intermediario, questo prisma, è l'arte della letteratura.

La letteratura è invenzione. La finzione è finzione. Definire una storia "vera" è un insulto all'arte e alla verità<sup>11</sup>.

L'affermazione finale mi lascia sempre un po' dubbioso, ma il resto ci dice che non bisogna prestare troppa importanza alle dichiarazioni di veridicità nei romanzi, poiché il problema del vero non è pertinente nella letteratura o nella critica letteraria. Lo è invece nella sociologia della narrazione, sia essa letteraria o meno.

In *Fargo* o nei *Promessi sposi* il dispositivo retorico del finto manoscritto (e quindi della finta appartenenza alla non-fiction) è talmente evidente, il suo uso è talmente smaccato, da non indurre in errore neppure i più sprovveduti, ma in altri casi il meccanismo è sofisticato al punto da far sospettare una certa dose di malafede. Riprendo a questo proposito alcune considerazioni che feci anni fa<sup>12</sup> a proposito del romanzo *Il cacciatore di aquiloni* di Khaled Hosseini.

Fin dalla sua uscita e poi, a maggior ragione, dopo il suo successo planetario, i lettori si sono interrogati su quanto di vero ci fosse nella vicenda che l'autore ambienta a Kabul e soprattutto si sono chiesti se davvero Hosseini fosse un diretto testimone di ciò che racconta. Torno a ripetere che, se ci limitiamo a un'analisi del testo o, al più, a uno studio delle sue fonti, ci troviamo di fronte a una questione inconsistente e non pertinente, ma se invece consideriamo l'opera nell'ottica più vasta della sua circolazione sociale e

culturale, e quindi della sua ricezione, ci accorgiamo che lo statuto di verità degli enunciati contenuti nell'opera stessa diventa determinante.

Il romanzo esce nel 2003, due anni dopo l'attentato alle Torri Gemelle e nel pieno dell'occupazione occidentale in Afghanistan, e questo ha il suo peso perché nella società dell'informazione, della guerra virtualizzata e servita dai telegiornali assieme alla cena, la denuncia e il valore testimoniale esistono anche quando non vengono direttamente enunciati, esistono perché sono implicitati dalla rilevanza degli eventi, dall'agenda setting dei media. Non possiamo scrivere finzione sulla carne viva della società e poi non attenderci che essa venga passata al vaglio della verità. La vicenda del *Cacciatore di aquiloni* è una vicenda classica e universale, la storia di un'amicizia meravigliosa e poi tradita; se Hosseini l'avesse ambientata in Colorado, questa storia avrebbe forse commosso, ma non avrebbe ferito gli animi dei lettori quanto ha effettivamente fatto. È inutile separare artificialmente il testo dal contesto perché il secondo contamina il primo.

C'è un certo grado di ipocrisia nel separare il testo dal contesto; spogliatosi di questa ipocrisia, qualsiasi scrittore sa che la sua opera verrà letta alla luce dell'attualità, alla luce del flusso mediatico. Nel caso del *Cacciatore di aquiloni* a creare il cortocircuito tra fiction narrativa e non-fiction è soprattutto l'identità dell'autore e la sua biografia: Khaled Hosseini, nato a Kabul nel 1965, figlio di un diplomatico, rifugiato negli Stati Uniti nel 1980; basta questo per trasformarlo, agli occhi dei lettori occidentali, da "inventore di storie" a "testimone della realtà". E questa trasformazione, questa irruzione della fiction nel campo della non-fiction non è priva di conseguenze sociali come invece lo era in *Fargo*. Ecco come uno studioso austro-afghano, Emran Feroz, denuncia il pericolo della contaminazione tra vero e verosimile nei libri di Hosseini:

I difensori di Hosseini possono anche sostenere che le sue storie sono semplicemente finzione, che sono di puro intrattenimento. Ma l'opera di Hosseini veicola verso di noi anche il racconto di eventi storici e lo stesso Hosseini ci fa intendere costantemente che la sua è una descrizione della realtà afghana.

È qui che entra in gioco il vero pericolo delle sue storie. Il ruolo di Hosseini come portavoce della società afghana dà ai lettori un falso senso di fiducia nel fatto che stanno imparando a conoscere il "vero Afghanistan". I lettori occidentali (compresi quelli di origine afghana) credono di capire com'è l'Afghanistan perché hanno letto i suoi romanzi. Quello di cui non si rendono conto è che Hosseini non descrive una realtà oggettiva. Eppure, essendo una delle poche voci afghane nei negozi occidentali, la sua prospettiva viene scambiata per verità assoluta<sup>13</sup>.

Ed ecco che non ci troviamo più di fronte a un racconto, ma a una "narrative", un altro dei termini di moda che, anche grazie a una pessima traduzione (in italiano "narrative" è stato tradotto con "narrativa"), hanno

contribuito a generare confusione nel campo dello storytelling. Per capire cosa sia, ricorriamo ancora una volta alla definizione dell'*Oxford Dictionary*:

Narrative: A representation of a particular situation or process in such a way as to reflect or conform to an overarching set of aims or values. [Una rappresentazione di una particolare situazione o di un processo effettuata in modo da riflettere o conformarsi a un insieme di obiettivi o di valori.]

Un racconto “tendenzioso”, un racconto “di parte”, una “mistificazione narrativa” della realtà; tutte queste mi sembrano delle buone traduzioni per l'americano “narrative”, l'unica che davvero mi sembra inaccettabile è “narrativa”: la parola “narrativa” definisce un genere letterario, non affidiamole altri, ambigui compiti.

Il para-fiction storytelling è dunque l'insieme, assai vasto, delle narrazioni che usano elementi del reale (quelli che Barthes chiama “effetti di realtà”<sup>14</sup>) come cavallo di Troia per far passare per veri elementi di invenzione o di realtà distorta o per dare una parvenza di inoppugnabilità a ciò che invece è soggettivo e opinabile. È evidente che le storie di para-fiction coprono un'ampia gamma che va dalla filtrazione della realtà attraverso il proprio punto di vista alla menzogna più spudorata. All'ambito del para-fiction storytelling appartengono, ad esempio, le leggende metropolitane; eccone un caso citato da Andrea Smorti:

“Siamo a Bari, un giorno d'estate del 1988. Una giovane coppia di fidanzati va in centro a far spese. Passando davanti a un negozio di abbigliamento la ragazza vede un vestito che le piace. Decide di comprarlo ed entra nel negozio. Il fidanzato resta fuori e se ne va a curiosare fra le vetrine lì intorno.

Il proprietario del negozio invita la ragazza ad entrare nel camerino del retrobottega per provare l'abito. Passa il tempo e la ragazza non esce. Finché il fidanzato, stanco di aspettare, si decide ad entrare per chiedere a che punto stanno le cose. Il proprietario, meravigliato, gli dice che la ragazza non c'è più, se n'è andata da un pezzo. Il ragazzo si insospettisce, trova due poliziotti, racconta loro la storia, li convince ad entrare nel negozio e a dare un'occhiata.

In un punto del retrobottega i poliziotti si accorgono che il pavimento suona a vuoto. Scoprono una botola che immette in una specie di sala ben illuminata dove si trovano alcuni chirurghi, almeno tali sembrano dai camici che indossano e dai bisturi che hanno in mano, che stanno ancora sezionando la ragazza. Il negozio mascherava un commercio d'organi in piena regola. I chirurghi li prelevavano e li predisponavano per la consegna al mercato nero...”.

In quell'estate del 1988 questa storia conobbe una grande diffusione, a Bari e non solo. Molti la presero per vera, anzi volevano in tutti i modi sapere quale fosse il negozio-mattatoio e conoscerne il proprietario. Intanto le madri chiudevano in casa le figlie, tenendole al riparo da boutique e negozi d'ogni tipo. Finché polizia e giornali dovettero ricorrere a ripetute smentite pubbliche che, alla fine, riportarono la calma<sup>15</sup>.

Storie di questo tipo si contano a decine e sembrano nascere per burla,

una burla che poi sfugge di mano con conseguenze talvolta disastrose, perché, ci ricorda ancora Smorti, *il problema delle storie e della loro credibilità investe non solo la vita sociale e politica di un popolo, ma anche il funzionamento stesso del pensiero*<sup>16</sup>. Quello che, dal punto di vista testuale, appare molto interessante è l'uso degli elementi realistici per abbattere le diffidenze verso un evento tanto inverosimile: il racconto è ambientato in una città reale e, in un contesto altamente realistico, questo contorno guadagna la fiducia dell'ascoltatore, il quale sospende la sua incredulità anche sul contenuto. Più una storia contiene particolari verificabili, più il ricevente ha tendenza a glissare sulle parti non verificabili e questo rende la para-fiction pericolosa anche nell'immediato. La prova ci giunge da un fatto del 2015, immediatamente a ridosso degli attentati di Parigi. È il 20 novembre quando una madre romana, nel tentativo di non fare uscire di casa la figlia adolescente, la allarma con una bufala in piena regola di cui riporto qui sotto qualche stralcio (facilmente reperibile sui quotidiani di quei giorni):

Tesoro, ascolta, mi hanno telefonato... la mamma di Anastasia lavora al ministero degli Interni, e arrivano delle notizie, amore, che ovviamente non sappiamo noi. Era molto molto preoccupata... La situazione, Bea, è molto più tragica di quello che ci fanno vedere in televisione. Dicono un sacco di bugie [...] La bomba a Lepanto c'era. Questi dell'Isis vogliono colpire i giovani, le zone della movida. Quindi sono bandite tutte le piazze, tutte le piazze... non potete assolutamente circolare. Dovete rimanere in zona Cassia, cioè vicino casa nostra, nelle case, anche in piazzetta, anche nei localini questi intorno casa, perché comunque noi siamo decentrati, non è una zona interessante per loro. Ma non vi potete spostare verso il centro, ok? Verso Ponte Milvio, verso il centro, nessuno. [...] Fate un passaparola perché più giovani, più ragazzi voi riuscite ad avvertire a non andare in queste piazze e più persone salvate, si salvano, se questi mettono una bomba. [...] Dovete rimanere relegate dove viviamo, ok?

Il racconto dell'immaginario progetto di attentato è infarcito di elementi reali (la mamma di Anastasia, il ministero degli Interni, Lepanto, Ponte Milvio) e per questo il passaparola, grazie a WhatsApp, funziona così bene che in trenta minuti la città di Roma si blocca, si ferma la metropolitana e la gente è nel panico. I particolari reali sono lo strumento attraverso il quale la storia ci diviene familiare, attraverso il quale i personaggi interagiscono empaticamente con noi.

Nel videostorytelling sulla t-shirt che fornisce aiuto posturale il fatto che il padre di Alexis sia dentista e che soffra di mal di schiena non è cruciale, dal momento che il prodotto non nasce per i dentisti e che il mal di schiena parrebbe interessare l'80% della popolazione, ma la precisazione caratterizza Alexis e il suo socio Quentin come bravi ragazzi che, per prima cosa, badano alle necessità delle persone vicine a loro: non ci si appassiona alle vicende di chi vuole salvare una indistinta umanità, ma a quelle di coloro che

salvano il gattino della vicina. Davvero Alexis ha un padre dentista? Davvero il padre di Alexis soffre di dolori al dorso? Non lo sappiamo e proprio da questo dipende la pericolosità del para-fiction storytelling: risulta distinguibile dal non-fiction storytelling solo dopo un rigoroso fact-checking. Ovviamente, alla maggior parte delle persone non importa nulla di verificare la veridicità di una narrazione come quella che abbiamo preso ad esempio, ma, come ben sappiamo, il controllo delle fake news, specie quando prendono la forma di storie, è vitale per una democrazia.

Le organizzazioni giornalistiche che riportano voci e ipotesi non verificate spesso lo fanno con una modalità che induce il lettore a pensare che invece siano vere. In molti casi associano a un articolo che riferisce una voce o un'ipotesi non verificata un titolo che piuttosto ne afferma l'esattezza. Questa è sostanzialmente una pratica disonesta<sup>17</sup>.

Questo, aggiungo io, è para-fiction storytelling; ed è in riferimento al para-fiction storytelling, e limitatamente a questo, che i timori di Salomon diventano fondati, perché nel contrabbandare l'invenzione come realtà le storie sono davvero insuperabili, sono il lubrificante che fa scorrere senza intoppi il meccanismo di un inganno che si concretizza non solo attraverso l'informazione falsa (fake news, leggende metropolitane, complotti), ma anche attraverso quella parziale. Una storia funziona un po' come una fotografia e ritaglia un frammento all'interno di un *continuum*. Le storie iniziano e finiscono e noi rimaniamo catturati da ciò che sta tra l'inizio e la fine, cosa ci fosse prima e cosa ci sarà dopo non ci viene detto; sappiamo che, prima di rimanere orfana, Cenerentola era una bambina serena e sappiamo che dopo il matrimonio con il principe vivrà per sempre felice e contenta, ma non sappiamo se i due avranno figli, cosa succederà dopo la loro morte, quali saranno i destini del reame: non lo sappiamo e non ce ne curiamo poi troppo, poiché la storia è costruita in modo che le nostre curiosità si concentrino su ciò che sta dentro di essa, non su ciò che sta fuori e non ci viene rivelato.

Gli effetti di questo dispositivo si fanno sentire nella società quando dalla fiction si passa alla para-fiction. Emblematiche sono le *narratives* fatte circolare dai fautori della Brexit nel 2016. Una di queste è incentrata sui 350 milioni di sterline che il Regno Unito avrebbe versato settimanalmente all'Unione Europea. Durante la campagna referendaria un grosso autobus rosso ha percorso la nazione recando sulla fiancata la scritta "We send the EU £350 million a week, let's fund our NHS instead"<sup>18</sup>; la scritta in sé non è una storia, ma il fatto che il bus la portasse in giro lo è, una storia raccontata nella realtà delle strade, ma una storia falsa e parziale. Falsa perché il tributo britannico alla UE era di 120 milioni di sterline la settimana e parziale perché non veniva detto che molti di quei soldi tornavano in Gran Breta-

gna sotto forma di aiuti alle zone rurali e alle città ex minerarie. Dunque, se Boris Johnson e Nigel Farage non avessero barato sulle cifre avrebbero potuto fare del para-fiction storytelling inattaccabile e, al tempo stesso, altamente mistificatorio: nessuno avrebbe potuto accusarli di mentire narrando dei flussi di denaro dal Regno Unito alla UE e la maggior parte delle persone (come in effetti è avvenuto) non si sarebbe interrogata su ciò che accadeva di quei soldi dopo essere usciti dalle casse britanniche, non si sarebbe chiesta se dopo la scritta “The End” collocata arbitrariamente dal narratore c’era altro, magari qualcosa che deponesse a favore del *remain* piuttosto che del *leave*. Detto con una frase a effetto, il para-social storytelling è il “lato oscuro” dello storytelling.

Vorrei poter dire che, al contrario, il non-fiction storytelling è il “lato chiaro” della forza del racconto, ma mi sembra un po’ troppo ottimistico; nondimeno, è innegabile che in questa terza e ultima categoria di storytelling noi ritroviamo molti prodotti e molte tecniche narrative che permettono di coniugare etica della comunicazione, interesse economico e interesse sociale: è per questo che la parte più consistente di questo libro sarà dedicata proprio agli ambiti di applicazione e alle modalità di sviluppo di uno storytelling incentrato sul reale.

D’altro canto, non è certo nella plurimillenaria tradizione della fiction che si concretizzano gli aspetti più innovativi dell’approccio narrativo: se oggi ci occupiamo con tanto interesse di storytelling è perché abbiamo scoperto che raccontare la realtà fa bene alla salute, alla comprensione della società, alla progettazione degli spazi, alla relazione interpersonale, alla comprensione della scienza (per la verità, questo lo avevano già scoperto gli antichi), alla vendita dei prodotti (che mi rifiuto di demonizzare aprioristicamente), alla convivenza e forse, a determinate condizioni, anche alla democrazia. Da questo elenco, chiaramente non esaustivo, emerge che gli ambiti del non-fiction storytelling sono molteplici e differenti: dal quarto capitolo in poi provvederemo ad esaminarli con diverso grado di dettaglio e non ci limiteremo a un’analisi, ma, per ognuno di essi daremo le indicazioni essenziali su come intervenire creativamente, perché la scrittura è creativa anche quando non si scrivono romanzi o serie televisive.

#### 1.4. *Raccontare il vero significa informare?*

La risposta alla domanda contenuta nel titolo è “sì”, raccontare il vero significa informare, così come raccontare il falso ammantato di vero (para-fiction storytelling) significa disinformare. Tuttavia, così come esistono narrazioni che non informano, possono esserci informazioni che non sono

affatto narrative o, se vogliamo, il tasso di narratività di un'informazione può andare da un minimo a un massimo. L'informazione che mostra il minor grado di narratività è quella basata sul dato numerico (numeri, tabelle, istogrammi, report di sondaggi) e, proprio per il fatto di essere scarsamente narrativa, gode del privilegio di essere considerata più obiettiva di un'informazione in forma di racconto. Il fatto che l'obiettività del dato sia piuttosto illusoria è stato dimostrato da più parti<sup>19</sup>, ma quello che sembra deporre a favore dell'informazione numerica è la sua capacità di coinvolgere maggiormente le funzioni razionali rispetto a quelle emotive: meno emotività, più obiettività. Ma c'è anche il rovescio della medaglia:

La ricerca psicologica sperimentale ha dimostrato che le informazioni statistiche possono effettivamente diminuire l'empatia e scoraggiare la risposta umanitaria. In uno di questi studi, ad esempio, i contributi di beneficenza per salvare dalla fame una specifica bambina di sette anni in Africa sono diminuiti significativamente quando le statistiche hanno rivelato che milioni di altri bambini hanno dovuto affrontare una situazione simile<sup>20</sup>.

Al contrario, quando assume caratteristiche narrative l'informazione è in grado di creare emozioni, perché le emozioni rivelano problemi sociali molto più di quanto non facciano i numeri e le statistiche. Pensiamo ad un numero: sei milioni. Sei milioni di ebrei uccisi dal nazismo durante la seconda guerra mondiale. Sei milioni sono un numero enorme, ma non ci sconvolge l'animo e questo perché il nostro cuore non è progettato per accogliere tragedie così grandi. Chiunque di noi abbia vissuto la morte di una persona cara sa che quel dolore non può essere moltiplicato. Se riuscissimo a moltiplicare per sei milioni il dolore che sperimentiamo per la morte di una sola persona, il nostro cuore probabilmente scoppierebbe di dolore e moriremmo per troppa empatia. Eppure, per capire il dolore di sei milioni di ebrei, ci basta una sola storia, quella di Anne Frank. Il *Diario* di Anne Frank ci fa piangere e noi, attraverso un solo personaggio, comprendiamo la tragedia di un intero popolo.

Ma senza proseguire su temi tanto drammatici, vorrei mostrare, ancora una volta nell'ambito dello storytelling promozionale, quali differenze ci siano tra una rappresentazione basata sul dato e una basata sul racconto. Vediamole attraverso alcuni esempi.

Nel 2010, il regista Bruno Aveillan gira un filmato pubblicitario per la catena alberghiera Shangri-La; invece di presentarci immagini di edifici, di reception, di piscine, di camere o di saloni, egli sceglie di mostrarci un giovane che si è perduto in un bosco innevato. La macchina da presa lo segue nel suo vagare senza meta, alternando ai primi piani sul ragazzo quelli su un branco di lupi che sembra attendere solo il momento propizio per sbranarlo. Attraverso il gioco del montaggio alternato, il regista fa crescere la su-

spense e l'inquietudine dello spettatore per il destino del protagonista; quando quest'ultimo si accascia esausto nella neve e i lupi scattano in una corsa verso di lui, la fine del giovane sembra essere giunta e il taglio che segue lo scatto pare essere un atto di pietà per impedire di vedere la scena più cruenta. Invece, la successiva inquadratura ci mostra il ragazzo che dorme sdraiato sopra un lupo, mentre gli altri gli fanno da coperta; ed è a quel punto che sullo schermo compare il *pay off*: «To embrace a stranger as one's own. It's in our nature. Shangri-La Hotel & Resorts». La narrazione ha dato degli alberghi pubblicizzati non una rappresentazione fisica, ottenuta per similarità effettiva, ma una rappresentazione valoriale.

Sul versante opposto, quello del dato, il sito della catena alberghiera ci offre la descrizione delle stanze e, ad esempio, la descrizione della camera Superior dell'hotel situato a Parigi recita:

Le spaziose camere Superior alla francese sono arredate con le più moderne tecnologie e con letti Shangri-La.

I mobili in legno naturale e intarsiato sono caratterizzati da silhouette nette e simmetria nella decorazione.

Eleganti bagni in marmo, con vasche da bagno separate, ampie docce, TV a schermo piatto e specchi anti-appannamento, sono completati da un invitante pavimento riscaldato.

Caratteristiche:

Ogni camera si affaccia sul cortile dell'hotel o sulla cupola di vetro dell'hotel.

Le camere hanno un'atmosfera calda, accogliente e residenziale.

Letto matrimoniale o due letti singoli su richiesta.

I bagni rivestiti in marmo sono dotati di vasca da bagno e TV a schermo piatto.

Ogni camera offre 36 m<sup>2</sup> di lusso.

Wi-Fi gratuito.

Ha senso chiedersi quale delle due rappresentazioni è più veritiera? Sicuramente no. A patto che il valore dell'accoglienza messo in luce dallo spot dei lupi sia realmente presente nell'albergo parigino (e con costi intorno ai 3000 euro a notte ci si stupirebbe del contrario), entrambe le descrizioni ci restituiscono un punto di vista veritiero su quella catena alberghiera, anche se una, fornendoci dei dati (superficie della stanza, dimensione del letto), appare più oggettiva dell'altra. Semplicemente, le due forme di rappresentazione assolvono a compiti diversi: il sito, con la precisione delle sue descrizioni, mira ad informare *razionalmente*, mentre il filmato, attraverso l'immedesimazione col protagonista tipica del racconto, mira a informare *emotivamente*. Ma se immedesimazione ed emozione sono possibili è perché nel racconto ci sono le persone, mentre nel dato queste scompaiono a favore degli oggetti; con le persone noi possiamo stabilire un rapporto di empatia, con gli oggetti, con i numeri, con i marmi e con i bilanci no. Ed ecco che

la grande forza del racconto sta, come abbiamo detto, nella rappresentazione delle persone: il racconto propone sempre un quadro con delle persone dentro, ci ricorda sempre che, come recitano diversi slogan pubblicitari, oltre le cose ci sono le persone.

### *1.5. Qualche considerazione sopra l'efficacia dello storytelling*

Dopo aver constatato che l'attenzione verso lo storytelling è cresciuta esponenzialmente negli ultimi decenni e dopo aver definito le caratteristiche che distinguono lo storytelling medesimo da altre strategie comunicative, è giunto il momento di comprendere il perché di tutta questa attenzione e le ragioni per le quali i metodi narrativi si stanno rivelando più efficaci di altre forme di comunicazione. In maniera molto schematica, dirò che il racconto deve la sua forza alla sua capacità: di coinvolgere il destinatario, di rendere concreto ciò che è astratto, di farsi ricordare nel tempo.

La narrazione coinvolge il destinatario perché, se ci focalizziamo sulle dinamiche della ricezione, noi possiamo dire che: *una narrazione è un testo che ti prende per mano e che ti accompagna fino alla fine.*

La metafora del “prendere per mano” ci riporta alla differenza tra dato e racconto che abbiamo visto al par. 1.4. Quando un testo è costituito da un insieme di dati (numerici o non numerici), nella stragrande maggioranza dei casi è fatto per essere fruito in maniera non lineare, in maniera discreta e non continua (chi mai, posto di trovarne ancora una copia, leggerebbe un elenco telefonico dal primo all'ultimo nome?); questo tipo di fruizione richiede una meta-competenza. In altri termini, per leggere bilanci, descrittori numerici o organigrammi, io devo possedere degli strumenti che mi permettano di dare senso ai dati che mi vengono presentati. Anche il racconto richiede competenze meta-testuali, ma si tratta di competenze che, in quanto esseri sociali, abbiamo già acquisito nella nostra breve o lunga esperienza di vita. Raccontare significa dunque scegliere un codice, quello narrativo, che tutti conoscono e che tutti comprendono.

Ma “prendere per mano” significa anche coinvolgere il destinatario. Chi è che mi prende per mano quando leggo un romanzo? Tecnicamente dovremmo dire che è il narratore, cioè l'istanza enunciativa che fa da tramite tra autore e lettore, ma emotivamente sappiamo che a prenderci per mano è il personaggio principale. Il racconto ci fa dunque entrare in empatia con il personaggio: vediamo la sua storia stando al suo fianco e capiamo meglio le sue scelte, le sue motivazioni e il ruolo che ha avuto nel gruppo sociale. E se il testo narrativo ci “accompagna fino alla fine” è perché l'eroe ci chiede di seguirlo fino in fondo rendendoci partecipi dei suoi problemi in mo-

do così intenso da indurci ad interessarci al suo destino. La narrazione suscita curiosità, mantiene viva la nostra attenzione, ci fa “preoccupare” per i personaggi coinvolti.

Stando accanto ai personaggi, ci accorgiamo poi di quali siano i valori che ne motivano le azioni e ne definiscono gli obiettivi. Questi valori, come vedremo meglio nel capitolo successivo parlando della semiotica greimasiana, possono essere di ordine materiale (il possesso di denaro, di oggetti preziosi, di automobili) o, molto più spesso, di tipo astratto: ma le narrazioni possono nutrirsi solo di concetti astratti? Possono nascere dall’interazione tra “amicizia” e “fedeltà” o tra “coerenza” e “cortesia”? Naturalmente no; nelle storie non c’è amicizia allo stato puro, ma ci sono degli amici, non c’è coerenza in astratto, ma ci sono delle persone che rimangono coerenti, e così via. Diremo quindi che la narrazione genera oggetti di valore e nel farlo reifica i valori prodotti dai gruppi sociali. Il testo narrativo dà concretezza all’astrazione del valore trasformandolo in un oggetto o in un processo descrivibile in termini concreti (la tristezza astratta descritta attraverso la concretezza di una lacrima sulla guancia, la solidarietà astratta descritta attraverso una mano tesa a una persona caduta). Questa capacità di dare concretezza rende le narrazioni particolarmente comprensibili anche a chi possiede capacità interpretative meno raffinate:

Sebbene la narrativa sia presente in tutte le culture, essa è in un certo modo più funzionale in quelle ad oralità primaria che nelle altre. Nelle prime [...] non si può gestire la conoscenza sotto forma di categorie elaborate, più o meno scientificamente astratte, esse non possono generare tali categorie e si servono così del racconto di azioni umane per immagazzinare, organizzare e comunicare gran parte di ciò che conoscono<sup>21</sup>.

Ovviamente gli esempi potrebbero essere infiniti, ma in tutti i casi noteremo che la narrazione trasforma un qualcosa di vago come un valore in un obiettivo definito e circoscritto, in un caso particolare e tangibile: mentre la filosofia, la religione, la pedagogia, ma anche l’economia e le scienze politiche possono parlare di verità, di conoscenza, di libertà, di guadagno, di potere, la narrazione deve esprimere questi concetti attraverso figure, attraverso un processo che spesso è metaforico. Pensiamo ancora al video pubblicitario di Bruno Aveillan; lì, il valore astratto dell’accoglienza è reso in maniera concreta e visibile attraverso il morbido pelo dei lupi che salva il ragazzo dal congelamento e “accoglie” il suo corpo isolandolo da un mondo ostile.

In questo movimento dall’astratto al concreto, il racconto non solo rende più chiari e accessibili i valori in gioco, ma facilita anche la memorizzazione di passaggi che per le persone possono essere cruciali. Prendiamo un’organizzazione minima e a bassissima formalizzazione come quella costituita da

un gruppo di amici; noi sappiamo per esperienza che uno dei collanti dei gruppi informali è costituito proprio dal racconto ripetuto di aneddoti marcati: la volta che ci siamo dimenticati Piero all'autogrill... la volta che siamo andati tutti al funerale della mamma di Giulia... la volta che abbiamo festeggiato la laurea di Alberto... Gli aneddoti creano dei punti memorabili nella continuità un po' nebulosa della nostra esperienza e costituiscono dei punti di riferimento per le azioni future.

### *1.6. Storytelling: linguaggi e tecnologie*

In maniera del tutto arbitraria, la nostra mente di occidentali alfabetizzati associa le storie alle parole. Eppure i primi narratori, gli uomini preistorici, le storie le hanno dipinte sulle pareti delle caverne. Dovrebbero bastare queste considerazioni per farci comprendere che i linguaggi standard dello storytelling sono almeno due: la lingua storico-naturale e le immagini. Racconti scritti, narrazioni orali, ma anche icone, mosaici e bassorilievi per raccontare le storie dell'Antico e del Nuovo Testamento: il codice verbale e quello visivo si alternano tra loro nella millenaria storia del raccontare. Ma in quella stessa storia, i due codici possono anche allearsi, convergere, dare vita a testi multimediali (ma non ancora multimediali): manoscritti illuminati, libri illustrati, fumetti, fotoromanzi. Le prime forme di multimedialità arrivano quando in una stessa istanza narrativa vengono coinvolte sfere sensoriali diverse, quando ad esempio un cantastorie sollecita con la voce le orecchie degli spettatori mentre, indicando con la bacchetta i passaggi della vicenda illustrati sul suo telo dipinto, chiama in causa la loro vista.

E primitivamente multimediale è anche l'attribuzione di una funzione diegetica alla musica nella ballata, nella canzone, nel melodramma o nella commedia musicale: la musica non si limita ad accompagnare il testo cantato, ma sviluppa essa stessa una narrazione che può essere di rinforzo rispetto a quella fornita dalle parole, come avviene nella maggior parte dei generi appena citati, ma che può anche essere autonoma e "senza parole" ed è il caso, ad esempio, del poema sinfonico.

Il poema sinfonico, solitamente, parte da un'opera letteraria e la sviluppa in musica per orchestra senza ricorrere al canto o ad altre forme di testo verbale. Per la verità, quasi sempre esiste una collaborazione tra linguaggio verbale e linguaggio musicale, ma si tratta di una collaborazione "a distanza" e non in presenza; normalmente, infatti, la storia raccontata dalla musica è sintetizzata nel programma di sala oppure è già nota, almeno per sommi capi, agli spettatori. Volendo chiarire questo concetto attraverso un bre-

ve storytelling possiamo calarci nel clima culturale francese di fine Ottocento. Siamo nel dicembre del 1890, il compositore Claude Debussy e il poeta Stéphane Mallarmé parlano della possibilità di creare un sottofondo musicale per un poema che Mallarmé ha scritto anni prima e che è già stato rappresentato con successo in forma di pura lettura: *L'après-midi d'un faune*, il pomeriggio di un fauno. I tempi sono stretti perché lo spettacolo di poesia e musica dovrebbe andare in scena il 27 febbraio, così stretti che, alla fine, non se ne fa nulla. Ma a Debussy quel poema piace e sviluppa il suo progetto di metterlo in musica, anche senza le parole di Mallarmé. Ed è così che, il 22 dicembre 1894, viene eseguito per la prima volta alla Société Nationale de Musique di Parigi il *Prélude à l'après-midi d'un faune* ed è subito un trionfo. Tutto merito di Debussy? Naturalmente no. Il pubblico che assiste alla rappresentazione si fa raccontare dalla musica una storia che già conosce, che già è scritta nella sua mente; è vero che le note di Debussy fanno intuire il risveglio del fauno dal pisolino pomeridiano, il suo incontro amoroso con le ninfe e il suo nuovo piombare nel sonno (dura la vita del fauno!), ma questo a condizione che chi le ascolta abbia già familiarità con la trama del poema di Mallarmé, altrimenti, da sole, potrebbero anche far pensare a un mare calmo che poi si agita per tornare poi nuovamente liscio come l'olio, o anche al lento incedere di un passante che, vedendo giungere all'orizzonte il tram numero 6, accelera il passo e, una volta salito sul mezzo, si siede e ritrova la calma.

Questo lungo racconto mi serve allora per dire che, mentre sul piano espressivo la musica gode di una totale autonomia, sul piano narrativo essa deve appoggiarsi ad altri linguaggi per dare vita a un racconto. Ma la storia della collaborazione, quasi del tutto fallita, tra Debussy e Mallarmé ci è utile anche per sottolineare i mutamenti introdotti dalla rivoluzione tecnologica nell'articolazione linguistica del racconto. Mallarmé e Debussy si mettono insieme per creare uno spettacolo di musica e poesia; hanno bisogno l'uno dell'altro, il poeta ha bisogno del musicista, il musicista ha bisogno del poeta e tutti e due hanno bisogno di uno spazio scenico nel quale fare incontrare i due linguaggi per dar vita a un insieme che non è solo la somma delle parti. Se oggi chiedessimo a uno studente liceale di fare la medesima cosa, probabilmente leggerebbe dei versi registrandoli con il suo smartphone, poi cercherebbe della musica in rete e infine, con lo stesso apparecchio, miscelerebbe i due file, magari aggiungendo una sequenza di immagini; poi, sempre con lo stesso cellulare, invierebbe il prodotto finito alla platea potenzialmente infinita dei social media. Certo, il suo lavoro sarebbe meno creativo di quello di Mallarmé e di Debussy, ma infinitamente più rapido.

Il contenuto profondo di tutto questo divagare riguarda ovviamente

l'apporto che gli strumenti digitali danno alla diffusione dello storytelling, il loro contributo alla diffusione del raccontare. Il processo che ha democratizzato e massificato la narrazione parte da lontano; già nel 1936 Walter Benjamin scriveva:

Ogni uomo contemporaneo può avanzare la pretesa di venir filmato. Per intendere questa pretesa basta gettare uno sguardo all'attuale situazione storica dell'attività letteraria. Per secoli, nell'ambito dello scrivere, la situazione era la seguente: che un numero di persone dedite allo scrivere stava di fronte a numerose migliaia di lettori. Verso la fine del secolo scorso, questa situazione si trasformò. Con la crescente espansione della stampa [...] gruppi sempre più cospicui di lettori passarono dalla parte di coloro che scrivono. [...] Il lettore è sempre pronto a diventare autore. In quanto competente di qualcosa<sup>22</sup>.

Benjamin stesso, messo di fronte a Facebook, a Instagram o a Wattpad, si stupirebbe di quanto profetiche fossero allora le sue parole. La riproducibilità tecnica dell'opera d'arte dalla quale Benjamin prende le mosse per le sue considerazioni è ancora molto approssimativa (fotografie e cinema in bianco e nero, dischi gracchianti e apparecchi radiofonici crepitanti) eppure il filosofo tedesco ne comprende la potenza eversiva, la capacità straordinaria di invertire continuamente, nella comunicazione di massa, i ruoli di mittente e di destinatario. Se oggi ci occupiamo tanto di storytelling è perché, grazie a una tecnologia di produzione e di trasmissione sempre più accessibile, miliardi di persone hanno reso pubblico quel ruolo di storyteller che già avevano, come quasi ogni essere umano, in ambito privato e familiare. Non è che questo debba necessariamente farci esultare, almeno se pensiamo che gli storyteller “fai da te” che si credono “competenti di qualcosa” (senza esserlo) sono tra i principali veicoli di quel para-fiction storytelling che si sostanzia nelle fake news e nelle leggende metropolitane, tuttavia l'esplosione del raccontare deve quantomeno diventare oggetto di studio.

Se poi, ancora una volta, vogliamo soffermarci sul “lato chiaro” della forza del racconto, non possiamo dimenticare che l'era digitale, attraverso la possibilità di scattare fotografie, di girare video, di registrare e montare audio, ha fornito linguaggi narrativi a chi non li aveva: sotto il profilo estetico si tratta probabilmente di un disastro senza precedenti, ma sotto il profilo sociale il discorso cambia completamente. «Io penso a me stesso come a uno che scrive storie per gli altri. Al posto di altri che sono morti, o muti. Che non possono parlare<sup>23</sup>»: questo dice Joshua Seigl, lo scrittore protagonista di *La ragazza tatuata* di Joyce Carol Oates. Anche a me, come scrittore, piace l'idea di dare voce alle persone che non ce l'hanno, ma la verità è che queste persone sono sempre meno. In Francia sopravvivono degli strani negozi la cui insegna recita “Écrivain public”; tradotto letteralmente dà un risultato poco sensato, qualcosa come “Pubblico scrittore”, ma la sostanza è quel-

la di una sorta di scrivano che si occupa, per conto di chi non è in grado di farlo, della compilazione di modulistica, di comunicazione con la pubblica amministrazione o anche, come accadeva nelle trincee della prima guerra mondiale, di semplice redazione di lettere ai familiari. Lo scrittore concepito dalla Oates (e da me imitato) è quindi una specie di scrivano che, invece di dedicarsi a moduli e *curricula*, si occupa di trasformare in racconti le vite di chi non sa narrare.

Oggi però il ruolo di intermediazione tra vita e storia, per secoli garantito dagli scrittori, sta venendo meno: non è che tutti siano diventati scrittori e che tutti possano produrre romanzi (anche se molti credono a torto di poterlo fare per il semplice fatto di avere un word processor sul loro computer) ma, almeno nel mondo occidentale, quasi tutti sono diventati degli storyteller in grado di produrre, se non delle opere d'arte, almeno delle storie. Esprimersi sul valore estetico di queste storie è, lo ripeto, del tutto fuori luogo, ma in molti casi, come vedremo più avanti, più che il prodotto a noi interessa il processo: non è importante che una persona colpita da afasia dopo un attacco ischemico scriva un capolavoro, è importante, a fini riabilitativi, che l'approccio narrativo la aiuti a ritrovare il modo di esprimere – magari per immagini se la verbalizzazione tarda a venire – una concatenazione di eventi; non è importante che un ottuagenario scriva delle memorie alla Ippolito Nievo, ma per lui può essere vitale lasciare ai nipoti una testimonianza di ciò che la sua vita è stata. A chi si scaglia contro questa smania di scrivere, di filmare, di raccontare, a chi vorrebbe che il potere del racconto tornasse nelle mani della casta degli scrivani, io solitamente rispondo, tanto per cambiare, con una metafora: io adoro giocare a calcio; se qualcuno mi impedisse di farlo solo perché non sono al livello di un giocatore professionista mi arrabbierei moltissimo, l'importante è che io non pretenda di essere selezionato per la Nazionale. La gente ha bisogno di raccontare e i linguaggi multimediali dell'era digitale le permettono di farlo: l'importante è non offendersi se il premio Nobel per la letteratura va a qualcun altro.

E tuttavia, se dallo storytelling a uso familiare o a uso social ci muoviamo verso qualche forma più complessa (dalla storia del panificio di famiglia fino al più ambizioso progetto di urban storytelling), ci accorgiamo di aver bisogno di una certa competenza narrativa, di regole compositive, ci accorgiamo che, per far appassionare gli altri alla nostra storia, la “voglia di raccontare” che ci fa riempire compulsivamente pagine e pagine di frasi disordinate non è sufficiente; per questo motivo, il prossimo capitolo ci porterà alla scoperta delle teorie narratologiche su cui può consolidarsi la competenza dello storyteller.

- <sup>1</sup> [http://www.treccani.it/vocabolario/storytelling\\_%28Neologismi%29/](http://www.treccani.it/vocabolario/storytelling_%28Neologismi%29/) (ultima visita: 13 giugno 2019).
- <sup>2</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/storytelling> (ultima visita: 3 giugno 2019).
- <sup>3</sup> C. Salmon, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, Paris 2008.
- <sup>4</sup> F. Polletta, *It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics*, University of Chicago Press, Chicago 2006, p. 1, citato in C. Salmon, *Storytelling: la fabbrica delle storie*, Fazi, Roma 2008.
- <sup>5</sup> F. Polletta, “*It Was Like a Fever...*”: *Narrative and Identity in Social Protest*, in «Social Problems», 45, 2, maggio 1998.
- <sup>6</sup> A. Holtz, *I casi del Dr. House*, Sperling & Kupfer, Milano 2007, p. 5 (ed. or. 2006).
- <sup>7</sup> Salmon, *Storytelling: la fabbrica delle storie*, cit., p. 13.
- <sup>8</sup> A. Bernardelli, *Che cos'è la narrazione*, Carocci, Roma 2019, p. 68.
- <sup>9</sup> E.A. Abbott, *Flatland: A Romance of Many Dimensions*, Seeley & Co., London 1884.
- <sup>10</sup> La storia narrata nel video è ripresa in forma puramente testuale sul sito dell'azienda produttrice all'indirizzo <https://www.percko.com/notre-histoire/> (ultima visita: 25 giugno 2019).
- <sup>11</sup> V. Nabokov, *Lezioni di letteratura*, Garzanti, Milano 1992, p. 35 (ed. or. 1980).
- <sup>12</sup> A. Perissinotto, *Grandezza e limiti del poliziesco di denuncia*, in H. Serkowska, *Finzione cronaca realtà: scambi, intrecci e prospettive nella narrativa italiana contemporanea*, Transeuropa, Massa 2011.
- <sup>13</sup> E. Feroz, *The West's Favorite Afghan*, in «Jacobins», 7 luglio 2015, <https://www.jacobinmag.com/2015/07/hosseini-kite-runner-thousand-splendid-suns/> (ultima visita: 26 giugno 2019).
- <sup>14</sup> Vedi par. 2.7.
- <sup>15</sup> A. Smorti, *Narrazioni*, Giunti, Firenze 2007, pp. 61-62.
- <sup>16</sup> Ivi, p. 62.
- <sup>17</sup> C. Silverman, *Introduzione*, in L. Sofri, *Notizie che non lo erano*, Rizzoli, Milano 2015, p. 8.
- <sup>18</sup> Letteralmente: “Noi inviamo all'Unione Europea 350 milioni di sterline la settimana. Finanziamo piuttosto il nostro servizio sanitario nazionale”.
- <sup>19</sup> Si veda ad esempio P. Natale, *Attenti al sondaggio!*, Laterza, Roma-Bari 2009.
- <sup>20</sup> S. Maier, *The Power of the Numbers, Reconsidered*, in *News, Numbers and Public Opinion in a Data-Driven World*, a cura di A. Nguyen, Bloomsbury Academic, New York 2018 (edizione elettronica).
- <sup>21</sup> W.J. Ong, *Oralità e scrittura: le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna 1986, p. 198 (ed. or. 1982).
- <sup>22</sup> W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1966, p. 36 (ed. or. 1936).
- <sup>23</sup> J.C. Oates, *La ragazza tatuata*, Mondadori, Milano 2011, p. 254 (ed. or. 2003).

## 2. Semiotica per storyteller

### *2.1. Fiction e non-fiction: contenuti diversi, ma stesse strategie*

“Il principio, di necessità tanto più indeterminato quanto più esteso, mi sembra poter essere questo: che la poesia e la letteratura in genere debba proporsi l’utile per iscopo, il vero per soggetto e l’interessante per mezzo”. Se non fosse noto a tutti che questa è la sintesi della poetica manzoniana così come essa viene esposta dal Manzoni stesso nella lettera inviata al marchese Cesare d’Azeglio nel 1823, potremmo spacciare questi principi come una sorta di manifesto del non-fiction storytelling. Accantoniamo per un attimo l’Utile (di cui parleremo dopo) e il Vero (di cui abbiamo ampiamente trattato) e concentriamoci sull’Interessante. Scrivere un testo narrativo interessante non è però per nulla scontato: richiede abilità, mestiere, tecnica, conoscenza dell’universo narrativo. In breve, per fare del buon non-fiction storytelling occorrono gli stessi strumenti che sono necessari per scrivere dei buoni testi letterari o delle buone sceneggiature: l’unica differenza è che, nel caso della non-fiction, lo storyteller non è costretto a inventare la trama o i personaggi. Molti pensano che l’assenza, o quantomeno la minor rilevanza, della componente di invenzione faciliti grandemente il compito di chi deve raccontare, ma non è affatto così. In primo luogo, se da un lato la non-fiction ci solleva dall’onere di usare la fantasia, dall’altro ci obbliga a un esercizio di fedeltà che può rivelarsi molto difficile: se, in un romanzo d’invenzione, io ho bisogno di fare accadere qualcosa in una bottega di calzolaio in un determinato quartiere di Roma o di New York, io quella bottega la posso creare a bella posta senza forzare troppo il contratto di veridizione (vedi par. 2.7); al contrario, nel raccontare una storia vera io, in linea di massima, quella libertà non ce l’ho. Ma il problema più grande è proprio quello dell’Interessante: a meno che la storia vera sia già molto interessante di per sé (una cronaca di guerra, un’avventura, ecc.), rendere avvincente un racconto reale come la creazione di un prodotto o la biografia di uno sportivo richiede molta maestria, soprattutto nella sapiente disposizione degli eventi (vedi par. 2.4).

## 2.2. *La narratologia*

Una delle definizioni di storytelling che abbiamo visto prima recitava:

Lo storytelling è l'atto del narrare, disciplina che usa i principi della retorica e della narratologia<sup>1</sup>.

Ma cos'è la narratologia? La narratologia, o semiotica della narrazione, è la disciplina che studia come sono fatte le narrazioni a prescindere, per quanto possibile, da ciò che contengono. Nell'ottica di uno studio narratologico, un racconto è, prima di tutto, il prodotto di un dispositivo comunicativo, di una sorta di macchina per generare storie; quello che interessa al narratologo non è il racconto in sé, ma la macchina che lo ha creato: egli studia il prodotto per risalire al processo. A chi si occupa di narratologia, non importa molto che il racconto parli d'amore piuttosto che di guerra o che serva per esprimere una condizione esistenziale piuttosto che per vendere una bibita, così come egli non trova rilevante il fatto che il testo sia "bello" o "brutto", "letterario" o "prosaico": semmai valuterà se esso è "efficace", cioè se il dispositivo comunicativo ha funzionato bene in relazione ai compiti che il sistema culturale gli aveva affidato.

Se ho detto che la narratologia è una "disciplina" e non ho utilizzato il termine "scienza" è perché non intendo dare l'idea che lo studio dei processi narrativi possa dare risultati univoci come quelli che ci forniscono le scienze esatte: alla domanda "come funziona una narrazione?" si possono dare decine di risposte diverse a seconda degli aspetti che si prendono in considerazione, perché, fortunatamente, le narrazioni non sono riducibili a semplici preparati di laboratorio. Ma conoscere le teorie narratologiche aiuta veramente a raccontare? La mia risposta, ovviamente, è sì; per meglio dire, aiuta a guardare con distacco e professionalità la materia informe del racconto. Proprio perché l'essere umano è abituato a narrare fin dall'infanzia, l'errore più comune che si commette quando ci si accosta alla narrazione è quello dell'approccio spontaneo e intuitivo. Esempio: io sono completamente sprovvisto di competenze e di capacità pittoriche; se mi chiedessero di dipingere un quadro prenderei tela, colori e pennello e "ci proverei", facendo guidare le mie mani da un minimo di buon senso e dalla mia scarsa coordinazione oculo-motoria. Probabilmente, anche il giovane Giotto di Bondone avrebbe fatto così, con la differenza che dalle sue mani sarebbe uscito un capolavoro e dalle mie, certamente, nascerebbe uno sgorbio. Chi non ha il talento di Giotto e neppure la mia avversione per la pittura adotta invece delle strategie: ad esempio divide la tela in un reticolo, studia proporzioni e prospettive e così via; la narratologia è, nell'arte del racconto, ciò che lo studio delle proporzioni o dei colori è in pittura. Occorre però pre-

cisare che la narratologia non nasce come disciplina progettuale, come metodo per pianificare le storie, ma piuttosto come strumento analitico; tuttavia utilizzarla come strumento di supporto alla creazione narrativa non è certo fuori luogo, specie se si tiene conto che la retorica, con la quale la narratologia ha più di un punto in comune, fin dall'antichità ha tra i suoi obiettivi quello di contribuire alla definizione di un'*ars oratoria*, cioè quello di aiutare gli oratori a comunicare meglio.

### 2.3. *Lo strutturalismo*

Se l'interesse per le forme del raccontare ha origini molto remote (la *Poetica* di Aristotele, ad esempio, vede la luce intorno al 330 a.C.), la fortuna del termine *narratologia* è molto più recente: risale al XX secolo e coincide con la nascita dello strutturalismo. Gli strutturalisti sono stati i primi ad ipotizzare che esistessero, alla base dei vari racconti, regole compositive comuni. E sono proprio queste regole condivise tra le varie narrazioni ad autorizzarci a parlare di narratologia e di tecniche della narrazione. Una tecnica è una sorta di esperienza codificata e riutilizzabile; che si tratti di tecnica casaria, di tecnica pittorica o di tecnica amatoria, essa assume significato solo se, una volta appresa, io la posso utilizzare per fare un'altra forma di formaggio, per dipingere un altro quadro o per concludere con soddisfazione un nuovo incontro amoroso: se ogni racconto fosse un'entità a sé, se non avesse nulla in comune con gli altri, le tecniche della narrazione non potrebbero essere riutilizzabili e quindi non sarebbero tecniche. In *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, Roland Barthes scrive:

i Formalisti russi, Propp, Lévi-Strauss ci hanno insegnato a individuare il seguente dilemma: o il racconto è un semplice sproloquio di eventi (ed in questo caso è impossibile parlarne se non facendo riferimento all'arte, al talento o al genio dell'autore, tutte forme mitiche del caso), oppure esso possiede in comune con altri racconti una struttura accessibile all'analisi, per quanta pazienza sia necessario impiegare per enunciarla; giacché esiste un abisso tra l'aleatorietà più complessa e la combinatoria più semplice e nessuno può congegnare un racconto senza riferirsi a un sistema implicito di unità e di regole<sup>2</sup>.

L'idea di fondo dello strutturalismo è quella di trovare un modello attraverso il quale descrivere il funzionamento di tutte le narrazioni, senza naturalmente dimenticare che ogni racconto ha comunque delle caratteristiche specifiche, delle particolarità che gli sono proprie. L'obiettivo degli strutturalisti è dunque quello di individuare il modello generale della narrazione e poi misurare gli scarti da esso:

[l'analisi del racconto] è forzatamente condannata ad una procedura deduttiva; è obbligata a concepire un modello ipotetico di descrizione (che i linguisti americani chiamano

una “teoria”), e a scendere poi, a poco a poco, a partire da questo modello verso i generi che a un tempo vi partecipano e se ne discostano: è solo a livello di questa conformità e di questi scarti che potrà trovare, munita di uno strumento unico di descrizione, la pluralità dei racconti, la loro diversità storica, geografica, culturale<sup>3</sup>.

Uno “strumento unico di descrizione”, una sorta di lingua narrativa: come utilizzando una stessa lingua storico-naturale (l’italiano, il francese, ecc.) si può creare un’infinità di frasi differenti, così, attraverso un unico codice narrativo si può generare la molteplicità dei racconti esistenti e futuri. Gli studi successivi hanno dimostrato che l’adozione di un unico modello di analisi e l’applicazione di un approccio linguistico (sulla scorta del *Corso di linguistica generale* di Saussure) erano ipotesi di ricerca troppo grossolane; ciò non significa affatto che l’esperienza dello strutturalismo sia stata fallimentare: sebbene non sia stato possibile individuare un unico sistema di descrizione dei racconti, si è affermata una volta per tutte l’idea della narrazione come composizione ordinata di elementi ricorrenti.

Per arrivare allo “strumento unico di descrizione” auspicato da Barthes, o almeno per provare ad avvicinarsi a esso, bisogna in qualche misura prescindere dai contenuti specifici di ogni narrazione o, quantomeno, generalizzarli per renderli confrontabili tra loro. Ma come può avvenire questa generalizzazione? Dividere in porzioni i contenuti di una narrazione e poi parafrasarli è il primo passo per riuscire a svincolarsi da essi, a pensare alle strutture, all’ossatura del racconto. La video-narrazione minimale che abbiamo preso in considerazione nel capitolo precedente è già divisa in porzioni, in sequenze, per le ragioni comunicative che abbiamo illustrato, dunque può nuovamente servirci da “caso-studio” per il passaggio dallo specifico al generale. Prendiamo la prima sequenza; nella sua formulazione originale dice:

[1] IL MAL DI SCHIENA COLPISCE 8 PERSONE SU 10.

Se noi la generalizziamo possiamo scrivere:

[2] CI SONO PERSONE CHE SOFFRONO.

È chiaro che l’affermazione [2] contiene al suo interno l’affermazione [1] e anche molte altre (“Una parte considerevole del continente africano è malnutrita”), per questo è più generale. Ma può essere ulteriormente generalizzata:

[3] DIFFICOLTÀ.

A questo livello di generalizzazione, l’affermazione [3] include la quasi totalità delle situazioni negative immaginabili al mondo e diventa ciò che in narratologia si chiama un “motivo”.

IL MAL DI SCHIENA COLPISCE 8 PERSONE SU 10	Difficoltà
ECCO LA STORIA DI PERCKO LA PRIMA T-SHIRT INTELLIGENTE CHE VI INSEGNA A STARE DIRITTI	Rimozione della difficoltà / Successo
IL PADRE DI ALEXIS È DENTISTA HA COSTANTEMENTE MAL DI SCHIENA	Difficoltà
ALEXIS E QUENTIN DECIDONO DI AFFRONTARE QUESTO PROBLEMA	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida
SONO INGEGNERI CIVILI E INDUSTRIALI DEVONO IMPARARE TUTTO LUNGHI MESI SPESI IN RICERCA E SVILUPPO	Preparazione ad affrontare la difficoltà
LA SITUAZIONE STAGNA, COMINCIANO A PERDERE FIDUCIA	Fallimento (provvisorio)
UN ANNO DOPO LA PRIMA T-SHIRT INTELLIGENTE È PRONTA	Successo
LANCIANO UNA CAMPAGNA KICKSTARTER	Chiamata alla collaborazione
OBIETTIVO: 30.000 EURO. LO RAGGIUNGONO IN 7 ORE ALLA FINE RACCOLGONO 390.000 EURO UN SUCCESSO ENORME	Successo
L'AVVENTURA È PARTITA IL RITMO È INTENSO	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida
DAL 2016 PIÙ DI 35.000 PERSONE SODDISFATTE	Successo
È SOLO L'INIZIO	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida

I “motivi” riportati nella colonna di destra rappresentano la generalizzazione del testo a sinistra, ma non solo e non necessariamente di quello; per mostrare come possano essere anche parafrasi di altri testi inventiamoci un'altra storia che mantenga invariata la colonna di destra e muti quella dei testi specifici.

TESTO SPECIFICO	MOTIVO
NELLE ANDE MOLTE PERSONE VIVONO IN VILLAGGI SEPARATI DA VALLI PROFONDE	Difficoltà
QUESTA È LA STORIA DI COME UN RUDIMENTALE SISTEMA DI FUNI D'ACCIAIO E DI CARRELLI LE ABBA UNITE	Rimozione della difficoltà / Successo
MARIA È ANZIANA E, PER PORTARE I PRODOTTI DEI SUOI CAMPI FINO AL MERCATO PIÙ VICINO, DEVE SCENDERE NELLA VALLE E RISALIRE SULL'ALTRO VERSANTE	Difficoltà
SUO NIPOTE PEDRO DECIDE DI AFFRONTARE IL PROBLEMA	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida
HA STUDIATO DA MECCANICO E IN CITTÀ HA VISTO TRASPORTARE DEI CARICHI SOPRA CAVI D'ACCIAIO TESI; COSÌ PENSA CHE IN QUEL MODO SI POTREBBERO TRASPORTARE ANCHE LE PERSONE	Preparazione ad affrontare la difficoltà
TENDE UNA PRIMA FUNE, MA QUELLA SI SPEZZA, PER FORTUNA SENZA DANNI	Fallimento (provvisorio)

CI RIPROVA E ALLA FINE RIESCE A COSTRUIRE LA PRIMA TELEFERICA CHE ATTRAVERSA LA VALLE	Successo
MOSTRA LA TELEFERICA AGLI ABITANTI DEI VILLAGGI VICINI E CHIEDE LORO DI LAVORARE INSIEME A LUI	Chiamata alla collaborazione
NEL GIRO DI TRE MESI CI SONO 200 PERSONE AL LAVORO E 7 TELEFERICHE COSTRUITE: MARIA PUÒ ATTRAVERSARE LA VALLE SENZA CAMMINARE	Successo
DALLE ALTRE VALLI CHIEDONO A PEDRO E AI SUOI AMICI DI INTERVENIRE	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida
UN ANNO DOPO, IN QUELLA REGIONE ANDINA SI INTRECCIA UNA MOLTITUDINE DI CAVI E I PERCORSI CHE RICHIEDEVANO GIORNI ADESSO SI FANNO IN POCHE ORE	Successo
PEDRO E I SUOI OGGI SONO RICHIESTI IN TUTTO IL PAESE	Disponibilità ad affrontare la difficoltà / Sfida

Se leggiamo solo la colonna di sinistra abbiamo l'impressione di un racconto completamente diverso, mentre se leggiamo quella di destra ci sembra, a ragione, di ritrovare esattamente la stessa storia; la verità sta nel mezzo: abbiamo due racconti che presentano un'identica successione di motivi.

Con il termine *motiv* (motivo), intendo la più semplice unità narrativa, che, sotto forma di immagine, rispondeva alle richieste dell'intelletto primitivo e dell'osservazione quotidiana. Data la somiglianza o addirittura l'uguaglianza delle forme di vita e dei processi psicologici ai primi stadi dell'evoluzione sociale, motivi di tale genere potevano formarsi autonomamente e, allo stesso tempo, presentare tratti simili<sup>4</sup>.

Ecco che il motivo diviene una delle basi dell'analisi strutturale del racconto grazie alle sue tre caratteristiche fondamentali:

- a) i motivi sono le unità minimali della narrazione, cioè sono dei "microracconti";
- b) i motivi possono concatenarsi tra loro per dare vita a racconti complessi;
- c) i motivi sono sufficientemente generali per ritrovarsi in forme analoghe all'interno di narrazioni diverse.

Vediamo come tutto ciò ci aiuta a comprendere e a fare dello storytelling. L'idea che una narrazione sia scomponibile in unità minimali ci consente di non guardare più all'opera narrativa come se fosse un blocco unico, bensì di analizzarla pezzo per pezzo cogliendo le relazioni che ogni parte intrattiene con le altre. Scomporre una storia vera in sequenze etichettabili come "Successo", "Fallimento" o "Sfida" ci aiuta a focalizzare i rapporti di causa/effetto o a separare i passaggi più rilevanti da quelli che lo sono meno (e se dovete raccontare quella storia in un minuto questa separazione è essenziale) o, come vedremo, a creare suspense. Comprendendo invece che la narrazione è fatta di "microracconti" interconnessi tra loro, possiamo parcellizzare il lavoro, possiamo pianificare il testo prendendo in considerazione

ne, di volta in volta, un solo motivo e cercare di migliorarlo e di integrarlo meglio nel tessuto narrativo. Il fatto poi che i motivi, per così dire, migrino da un racconto a un altro, permette di riflettere non solo sulla singola storia, ma anche sui rapporti che sussistono o che si possono creare tra le varie storie. Se sto raccontando come un'azienda ha superato un duro momento di crisi (motivo: "Difficoltà") attraverso un appello all'impegno di tutti i dipendenti (motivo: "Chiamata alla collaborazione"), io posso fare dei riferimenti ad altre storie con gli stessi motivi, tratte dalla realtà, ma anche dalla letteratura.

#### 2.4. *Intreccio e fabula*

Abbiamo detto poc'anzi che i motivi possono comporsi e collegarsi tra loro per creare racconti più o meno complessi. Questo significa che ci stiamo avvicinando al concetto un po' nebuloso di "trama": la trama è il risultato dell'unione organica di una serie più o meno ampia di motivi. Altrimenti detto, la trama è il racconto condensato dei fatti che accadono in una storia ed è la cosa che ci sembra più naturale conservare di quella stessa storia: quando qualcuno ci chiede di parlargli di un film che abbiamo visto, quasi sempre partiamo con il riferirgli i fatti e solo dopo parliamo dei temi o dei movimenti di macchina. Ma la trama non è solo un riassunto fatto a posteriori, dopo aver fruito dell'intera storia; essa ha anche un valore progettuale: prima di scrivere un romanzo è possibile (ma non necessario) che l'autore ne abbozzi la trama e nel fare questo riassume a priori un testo che ancora non esiste. La trama diventa così la scaletta che lo scrittore seguirà per comporre la sua opera; in questo caso, non è detto che la trama/scaletta rispetti l'ordine cronologico degli eventi che contiene, ma di questo parleremo tra un attimo.

Quando facciamo del non-fiction storytelling noi non abbiamo bisogno di inventare una trama, poiché la storia vera che vogliamo raccontare ne possiede già una; siamo però liberi di creare a piacimento una scaletta, cioè di raccontare i fatti reali in un ordine diverso da quello in cui si sono svolti. Per chiarire questo principio è però utile abbandonare termini generici e vaghi come "trama" e "scaletta" e passare a concetti più rigorosi sotto il profilo narratologico.

Quando diamo vita a una narrazione articolata, noi conferiamo ai motivi due forme di organizzazione: la fabula e l'intreccio. Due forme che non sono alternative tra loro, ma che coesistono.

Riprendiamo la solita narrazione:

1) il mal di schiena colpisce 8 persone su 10; 2) ecco la storia di Percko – la prima t-

shirt intelligente – che vi insegna a stare diritti; 3) il padre di Alexis è dentista – ha costantemente mal di schiena; 4) Alexis – e Quentin – decidono di affrontare questo problema; 5) sono ingegneri civili e industriali – devono imparare tutto – lunghi mesi spesi in ricerca e sviluppo; 6) la situazione stagna, cominciano a perdere fiducia; 7) un anno dopo la prima t-shirt intelligente è pronta; 8) lanciano una campagna kickstarter – obiettivo: 30.000 euro. Lo raggiungono in 7 ore – alla fine raccolgono 390.000 euro – un successo enorme; 9) l'avventura è partita – il ritmo è intenso; 10) dal 2016 più di 35.000 persone soddisfatte; 11) è solo l'inizio.

I fatti che compongono la storia della maglietta Percko ci vengono raccontati nella successione in cui si sono svolti? Sì, tranne che per una piccola, ma significativa infrazione all'ordine temporale e causale: la sequenza 2, la quale viene anticipata e posta quasi all'inizio, mentre è praticamente quella conclusiva. In 2), infatti, la “prodigiosa” maglietta che insegna a stare nella giusta postura è già una realtà, è già la risposta concreta al bisogno espresso in 1); tuttavia, ora che questa narrazione l'abbiamo letta fino alla noia, sappiamo che tra il momento in cui Alexis e Quentin constatano che molta gente soffre di mal di schiena (e tra questi il padre di Alexis) e il momento in cui realizzano il loro prodotto si frappongono anni e traversie varie, quelle raccontate nelle sequenze dalla 3 alla 9. Anche in una narrazione così minimale coesistono dunque due ordinamenti: quello logico-temporale in cui la causa precede l'effetto e il prima precede il dopo e quello arbitrario del racconto in cui i vincoli causali e temporali non sono necessariamente rispettati. Chiameremo il primo ordinamento “fabula” e il secondo “intreccio”.

In un caso semplice come quello che qui abbiamo considerato, la differenza tra i due non è molta, ma quando i racconti si fanno complessi, la distanza tra l'ordine nel quale i fatti sono avvenuti nella realtà (*ordo naturalis* secondo la *Rhetorica ad Herennium* attribuita a Quintiliano) e l'ordine nel quale li abbiamo disposti raccontandoli (*ordo artificialis*) può farsi cospicua. Ma perché complicarsi la vita infrangendo l'ordine causale e cronologico degli eventi? Perché non raccontare le cose dall'inizio alla fine? Le ragioni per cui è preferibile dare ai motivi un ordine diverso da quello che essi hanno nella fabula sono di tre tipi: ragioni estetiche, ragioni compositive e ragioni cognitive.

Le prime, quelle estetiche, si liquidano più rapidamente dicendo che una narrazione assolutamente lineare rischia di diventare noiosa, ovvero che l'intreccio è più interessante della fabula; dunque, ricordandoci che, manzonianamente, l'Interessante è il nostro “mezzo” per veicolare i contenuti, capiamo subito la rilevanza delle ragioni estetiche.

Le ragioni compositive sono anch'esse facili da intuire. Il modo più semplice per comprenderle è quello di pensare alla contemporaneità degli

eventi. Immaginiamo di voler raccontare la nostra vita fino a questo momento; ci volgiamo indietro e ne cogliamo lo sviluppo fatto di cause che hanno determinato delle conseguenze; nel fare questo però ci accorgiamo che in alcuni momenti la catena cause/effetti non è una sola, ma ci troviamo di fronte a più catene in parallelo.

Ricordo ancora la faccia dell'avvocato quando andai nel suo studio. "Che hai fatto?", mi chiese, perplesso. Ora ero un disertore, la mia fedina penale era stata macchiata, e correvo guai grossi. Gli raccontai che ero fuggito, e riuscii a difendermi in tribunale, graziato per buona condotta e dal fatto che fossi l'unico uomo rimasto in casa, visto che mio fratello era prigioniero in Germania e mio padre era emigrato all'estero. Sicuramente ad altri andò molto peggio di me.

Siglato l'armistizio e terminata la guerra anche in Italia, nel '48 mi chiamarono per il servizio militare obbligatorio, a Nocera Inferiore, vicino Napoli. Avevo 23 anni, e quello fu un anno importante per me, perché conobbi per la prima volta mio padre.

Mio padre emigrò in Argentina, nel 1924; lui partì ad agosto ed io nacqui a gennaio dell'anno seguente. Mancò da casa per ben 23 anni, lasciando me, mio fratello e mia sorella senza padre, e mia madre senza marito per tutto quel tempo [...].

Mio padre però non ci abbandonò mai del tutto, come ci ripeteva sempre mia madre. Dall'Argentina scriveva spesso e ci mandava pochi soldi, quello che poteva, nel mese di agosto e per Natale. Il fatto è che paradossalmente stavamo meglio noi qui in Italia, che non lui in Argentina. [...] infatti, da poco, avevamo comprato dei terreni con i pochi soldi racimolati, ed io e mio fratello ci eravamo messi a lavorare duramente nei campi, raccogliendo i primi frutti dopo tanti sacrifici. [...] Fatto sta che mio padre, solo dopo 23 anni, tornò in Italia, dalla sua famiglia.

E io, come dicevo, quell'anno facevo il militare a Nocera Inferiore; chiesi un permesso per andare a Napoli, dove sarebbe sbarcato mio padre.

Arrivai, in divisa, al molo, dove ad aspettarmi c'erano già mio fratello e mio zio, fratello di mia mamma, brigadiere della finanza a Napoli. Mio fratello, tra l'altro, era riuscito a tornare a casa dalla prigionia in Germania quando li liberarono gli americani; ed ora, anche lui stava in piedi accanto a me, nell'attesa di rivedere suo padre. La sua faccia, però, faceva trasparire oltre all'emozione, anche una leggera arrabbiatura; gli portò sempre un po' di rancore, forse perché, al contrario di me, l'aveva conosciuto e vissuto per pochi anni, prima che lui partisse<sup>5</sup>.

Il narratore inizia questa parte del suo racconto parlando della sua diserzione che risale ai primi anni Quaranta e, per spiegare come ha evitato la condanna, accenna a due storie parallele alla sua: quella di suo padre emigrato e quella di suo fratello prigioniero in Germania. Poi passa al 1948, anno in cui lui e suo fratello rivedono il padre e quindi, per dare conto delle ragioni e delle modalità di quell'incontro, è costretto a tornare indietro al 1924, anno della partenza di suo padre, e, presumibilmente, al 1945, anno di rientro di suo fratello dalla prigionia. A meno di non scrivere le varie storie su più colonne affiancate, l'unica via per narrare vicende che si svolgono in contemporanea, ma in luoghi diversi, è quella di effettuare dei

continui movimenti di avanti-indietro nel tempo e quindi di infrangere l'ordine lineare della fabula per approdare a quello arbitrario dell'intreccio.

Le ragioni di tipo cognitivo sono invece più delicate. Un racconto è una specie di “commedia degli equivoci”: se tutti sapessero tutto, non ci sarebbe storia. Se la vittima sapesse che c'è un assassino appostato non si farebbe sparare, se la moglie sapesse fin da subito che il marito la tradisce non ci sarebbe una dolorosa vicenda d'amore, se lo spettatore sapesse fin dall'inizio di chi è il figlio che l'eroina della soap sta attendendo non guarderebbe le puntate dalla 1350 alla 1397 e così via. Se noi fossimo costretti a raccontare le cose dall'inizio alla fine, cioè a seguire la fabula, nella maggior parte dei casi non potremmo creare le disgiunzioni cognitive necessarie a rendere la storia interessante. Tutto questo è vero per la fiction, ma anche e forse soprattutto per la non-fiction. Una storia vera ha meno possibilità di sorprendere il suo destinatario soprattutto perché è possibile che molti sappiano già com'è andata a finire. Ad esempio, nel settembre 2008, il chimico Otto Rossler della Eberhard Karls University presentò un ricorso alla Corte europea dei diritti umani per fermare un esperimento programmato dal CERN dicendo che quel test avrebbe trasformato la Terra in un buco nero; se noi raccontassimo oggi quella vicenda non potremmo giocare sulla suspense per i destini del mondo, dal momento che, con tutta evidenza, Otto Rossler ha preso una delle più grosse cantonate della storia. Lavorare sull'*ordo artificialis* diventa allora un buon modo per vivacizzare il racconto creando sospensione narrativa e dilazione.

Riprendiamo ora l'idea di un intreccio come viaggio avanti e indietro nel tempo della narrazione. L'autore parte da un certo fatto e quindi da un determinato tempo che chiameremo T0, ma ad un certo punto potrebbe sentire la necessità di raccontare un evento accaduto prima di quel fatto iniziale, prima di quel tempo T0, magari in un tempo T1 o T2. Questo recupero di cose avvenute prima potrebbe servirgli, ad esempio, per dare una spiegazione a ciò che sta accadendo ora (cioè in T0), oppure per dare una profondità storica al racconto. Parleremo così di recuperi analettici o semplicemente di analessi. L'analessi è una porzione narrativa in cui si raccontano eventi precedenti il punto in cui è giunta la narrazione principale. Nel linguaggio cinematografico siamo abituati a chiamare l'analessi con il nome di flashback.

All'opposto dell'analessi troviamo la prolessi, cioè una porzione di racconto che “anticipa” accadimenti successivi al punto del racconto in cui si colloca. Naturalmente, in una storia vera, la prolessi è possibile solo quando, per narrare, ci si volge all'indietro: narrando al presente è riservata a maghi,

indovini, profeti e politici, ma in tutti questi casi il requisito della “verità” rischia di venire meno!

Perché fare anticipazioni? Anche qui la gamma di possibilità è vasta, ma un buon motivo per anticipare qualcosa è il desiderio di creare curiosità: curiosità intorno al prosieguo del testo, ma anche intorno a qualcosa che sta nella realtà rappresentata, come avviene in pubblicità nelle cosiddette *teaser campaigns*, quelle campagne pubblicitarie in cui l’arrivo di un nuovo prodotto è anticipato da una serie di messaggi criptici<sup>6</sup>.

Dopo aver visto come si organizzano i materiali narrativi all’interno del racconto (cioè la *dispositio*, per rimanere nella terminologia di Quintiliano), torniamo a occuparci della natura di quei materiali.

### 2.5. I racconti assomigliano alla vita: i ruoli e i programmi narrativi

Concediamoci una considerazione di senso comune, una di quelle che si potrebbero fare chiacchierando in famiglia o con gli amici: i racconti e i romanzi assomigliano alla vita perché nella vita come nei racconti, di solito, succedono delle cose. Suona un po’ banale e approssimativo, ma ci consente di fare alcune riflessioni sulla struttura delle narrazioni, soprattutto di quelle che attingono alla realtà. In primo luogo ci poniamo una domanda: cos’è che nella vita fa sì che accadano delle cose? Il desiderio. L’uomo primitivo sente il desiderio di mangiare e va a caccia: la ricerca della preda, lo scontro con l’animale, la sua uccisione e la sua assunzione come cibo sono “cose” che “accadono” sulla spinta di un bisogno. Un uomo o una donna dei nostri giorni sentono il desiderio di un’auto e lavorano intensamente per poterla acquistare: il recarsi al lavoro, il fare degli straordinari, il risparmiare sono eventi motivati dal desiderio. Una persona è innamorata di un’altra e cerca di vedere ricambiato il proprio sentimento: il vestirsi in un certo modo, il fare un regalo e mille altri gesti sono azioni che nascono dal desiderio. Anche leggere una storia, cioè un “testo che ti prende per mano” (vedi par. 1.5) è un atto motivato dal desiderio, dalla “voglia di vedere come va a finire”. Scrive Peter Brooks in uno studio ormai classico sul concetto di trama:

Possiamo, in breve, concepire la lettura in funzione della trama come una forma di desiderio che ci spinge avanti, sempre più addentro nel testo; i racconti, del resto, parlano di desiderio (spesso presentando vicende in cui il desiderio gioca un ruolo fondamentale) e al tempo stesso lo suscitano e vi ricorrono come a una forza propulsiva e dinamica di produzione di significati. [...] Sono perfettamente consapevole che «desiderio» è concetto troppo vago, troppo ampio, troppo diffuso, forse troppo banale, e in questo senso impossibile a definirsi; ma forse si può tentare di descriverlo, o almeno si può dire qualcosa

in merito alle forme che assume nel racconto, ai modi in cui si rappresenta, alle dinamiche che da esso si generano.

All'inizio di ogni narrazione il desiderio è presente, spesso a uno stadio embrionale, in altri casi già così intenso che risulta assolutamente necessario cambiare lo status quo, muoversi, passare all'azione<sup>7</sup>.

Tanto da ciò che abbiamo illustrato più in alto, quanto dalle considerazioni di Brooks discende che se le storie (anche quelle più fantasiose) riflettono la vita, possiamo dire che ciò che motiva le azioni dei personaggi di una narrazione è il desiderio (oppure una di quelle forme particolari di desiderio che sono il bisogno o la reazione alle avversità): da questa semplice osservazione nasce un concetto fondamentale per la narratologia, quello di "oggetto del desiderio".

Gli esempi di comportamento umano che abbiamo proposto prima, la caccia, l'acquisto, il corteggiamento, prevedono tutti il conseguimento di un obiettivo: un animale, un oggetto, una persona. Volendo generalizzare, diremo allora che tutti e tre hanno come obiettivo un "oggetto del desiderio". Generalizzando ulteriormente, arriviamo a dire che tutti gli atti che compiamo nella realtà o che i personaggi letterari compiono nel mondo del racconto rappresentano sempre la lotta per la conquista di un oggetto del desiderio, il quale non è necessariamente una "cosa" ma *un termine cui tendono i sentimenti o che costituisce lo scopo di un'attività* (Zingarelli). L'oggetto del desiderio può dunque essere:

- un oggetto fisico dotato di un valore intrinseco (denaro, oro, diamanti, ecc.) o soggettivo (un ricordo di famiglia);
- una relazione con altre persone (l'amore, l'amicizia, la stima, la fiducia in se stessi, ecc.);
- una posizione di potere (l'eliminazione di un concorrente, di un rivale, la conquista di una carica pubblica, ecc.);
- un sapere, cioè una conoscenza (un segreto, una confessione, ecc.).

La presenza di un oggetto del desiderio è condizione necessaria perché ci sia una narrazione interessante, ma non è sufficiente: vediamo perché attraverso due esempi:

Esempio 1.

Un corvo che aveva rubato un pezzo di formaggio volò su un ramo di un albero.

Una volpe lo vide e, amando anche lei il formaggio, gli chiese: «Dove lo hai trovato?».

Il corvo, ruotando il capo, le mostrò un caseificio poco distante. Nel piazzale antistante il caseificio c'era un cumulo di scarti al quale nessuno badava.

La volpe raggiunse il caseificio e si servì fino a sazietà.

Esempio 2.

Una volpe che camminava lungo un sentiero vide un corvo che, dopo aver rubato un pezzo di formaggio, era volato su un ramo di un albero.

La volpe, volendo per sé il formaggio, si mise a lodare il corvo per la sua eleganza, la sua bellezza e gli disse che avrebbe potuto diventare il Re degli uccelli se solo avesse avuto una bella voce.

Allora il corvo decise di far sentire la propria voce, ma spalancando il becco per fare cracrà lasciò cadere il pezzo di formaggio.

Subito la volpe si precipitò sul formaggio caduto a terra e lo mangiò.

Fedro

Nel primo esempio, la storia esiste, ma non è per nulla interessante, mentre nel secondo caso lo è. La differenza tra le due fiabe risiede nel fatto che nella prima non c'è alcuna contesa, alcuna lotta per ottenere l'oggetto del desiderio (dato che questo è a disposizione di tutti), mentre nella seconda c'è solo un pezzo di formaggio e la volpe deve riuscire a toglierlo al corvo: l'interesse per la narrazione risiede tutto nel vedere quale stratagemma adotterà la volpe per raggiungere il suo oggetto del desiderio.

La contesa per l'oggetto del desiderio è quindi il motore di tutte le narrazioni letterarie.

Adesso chiediamoci: la fiaba della volpe e del corvo nella versione di Fedro è a lieto fine? Istintivamente rispondiamo di sì, ma questo significa che, altrettanto istintivamente, abbiamo scelto di parteggiare per la volpe, dal momento che, dal punto di vista del corvo, il finale è tutt'altro che lieto. Constatiamo dunque che le narrazioni ci inducono (attraverso meccanismi testuali e psicologici che sarebbe troppo complesso esaminare qui) a individuare un Eroe per il quale parteggiare e un Antagonista che si oppone al successo del nostro Eroe.

Abbiamo così identificato i primi tre fondamentali ruoli narrativi:

- 1) il Soggetto (che corrisponde all'Eroe o al Protagonista)
- 2) l'Opponente (che corrisponde al Cattivo, all'Antagonista)
- 3) l'Oggetto del desiderio (conteso tra Eroe e Antagonista).

A prima vista potremmo pensare che Soggetto e Opponente siano i personaggi del racconto, ma non è così. Il personaggio, in una storia, ha un'identità ben definita, un nome, un aspetto, un carattere e così via. Volpe e Corvo, Abele e Caino, Dracula e il professor Van Helsing, questi sono personaggi. Quelli che abbiamo enumerato più sopra sono invece, come abbiamo detto, dei ruoli narrativi. I ruoli narrativi si definiscono così per la funzione che svolgono gli uni nei confronti degli altri. Esemplifichiamo il tutto con una metafora calcistica. Possiamo dire che i ruoli narrativi sono come i ruoli in campo: c'è il portiere, c'è il difensore, c'è il centrocampista, c'è l'attaccante; ogni singolo ruolo è definito dal rapporto con gli altri (il portiere sta davanti alla porta, i difensori stanno davanti al portiere e dietro ai centrocampisti, ecc.) e dalla funzione che svolge (il portiere para, il difensore si oppone all'avversario che si avvicina alla porta, ecc.), ma non da

chi lo interpreta (il portiere sta davanti alla porta indipendentemente dal fatto che sia Zoff o Buffon). Così come in squadre diverse troviamo gli stessi ruoli (portiere, attaccanti, ecc.) ricoperti da calciatori diversi, in narrazioni differenti troviamo gli stessi ruoli narrativi (Eroe, Antagonista, ecc.) interpretati da personaggi diversi. In un racconto vi sono sei ruoli:

1. il Soggetto
2. l'Opponente
3. l'Oggetto (del desiderio)
4. il Destinante
5. l'Aiutante del Protagonista
6. l'Aiutante dell'Antagonista.

Questi sei elementi, che abbiamo chiamato per chiarezza “Ruoli narrativi”, sono quelli che assumono il nome di Attanti nella teoria narratologica di Greimas; è infatti il semiologo lituano ad aver individuato, a cavallo tra gli anni Sessanta e Settanta, quella grammatica fondamentale del racconto che gli strutturalisti andavano cercando. Semplificando un poco, possiamo affermare che il suo lavoro poggia su quello di Propp (il quale aveva stabilito che tutte le fiabe di magia hanno la stessa struttura) e giunge a definire la struttura di base non solo della fiaba, ma di tutte le narrazioni<sup>8</sup>.

Il Soggetto è quell'entità che, nella narrazione, ha il favore del lettore e lotta per conseguire l'Oggetto. L'Opponente è quell'entità che non ha il favore del lettore e lotta per conseguire l'Oggetto o per impedire che il Protagonista lo consegua. I primi tre ruoli narrativi si definiscono reciprocamente attraverso il desiderio: l'Oggetto del desiderio diventa tale nel momento in cui ci sono un Soggetto e un Opponente che lo desiderano. Ma perché vi sia desiderio talvolta è necessario che vi sia qualcuno che lo fa nascere: questo qualcuno è il Destinante. Nel mito del Paradiso Terrestre, Adamo ed Eva (Eroe) mangiano la mela (Oggetto) perché il serpente (Destinante) l'ha mostrata a loro come qualcosa di desiderabile. Quasi sempre però il ruolo del Destinante è assente (o, per meglio dire, è rappresentato, in astratto, dalla natura o dalla società): se il personaggio che assume il ruolo di Soggetto sta camminando da quattro giorni nel deserto, non c'è bisogno che qualcuno gli faccia desiderare dell'acqua.

Infine, tra i ruoli narrativi, abbiamo gli Aiutanti, che faciliteranno l'uno il compito del Soggetto, l'altro quello dell'Opponente.

Conviene infine notare che i ruoli narrativi possono essere interpretati da personaggi in carne ed ossa oppure da entità collettive (la società) o astratte (il destino, un aspetto del carattere, ecc.).

Interagendo gli uni con gli altri nella contesa per l'Oggetto del desiderio, i vari ruoli narrativi danno vita ad eventi che sono diversi da storia a storia

(ad es. la volpe fa cantare il corvo, Caino uccide Abele, ecc.), ma che, a ben vedere, danno luogo a una successione di fatti uguale per tutte le narrazioni. Ridotta alla sua formulazione più semplice, questa successione è riconducibile a un programma articolato in tre fasi:

- INIZIO: vi è un Soggetto che desidera un Oggetto del desiderio e un Opponente che vuole per sé quell'Oggetto o che vuole impedire al Soggetto di ottenerlo (la volpe cammina sul sentiero e desidera il formaggio del corvo);
- SVILUPPO: il Soggetto lotta contro l'Opponente per conquistare l'Oggetto del desiderio (la volpe lusinga il corvo e lo induce a cantare);
- FINE: il Soggetto ottiene l'oggetto del desiderio (lieto fine) oppure l'Opponente riesce a far fallire il progetto del Protagonista (il corvo gracchia, perde il formaggio e la volpe lo mangia).

Questo programma, estremamente semplice, viene chiamato Programma narrativo principale ed è la struttura di qualsiasi storia. Non c'è racconto, romanzo, commedia o fiaba in cui non possa essere individuato un programma narrativo principale di questo tipo e proprio per questo il modello di analisi basato sui programmi narrativi è più adattabile di altri allo studio della letteratura contemporanea.

Ma soltanto le narrazioni molto semplici e brevi (come *La volpe e il corvo*) possono ridursi al solo programma narrativo principale. Normalmente le storie sono molto più complicate di quanto non lo sia il loro programma narrativo principale (e meno male, altrimenti finirebbero subito e sarebbero noiosissime). A complicarle sono i vari Programmi narrativi intermedi, cioè quei programmi che servono all'Eroe per ottenere altrettanti Oggetti del desiderio intermedi, grazie ai quali si congiungerà all'Oggetto del desiderio finale.

Scegliamo, tra mille, un esempio concreto che illustra come funziona il meccanismo dei programmi narrativi intermedi; lo traiamo dal film *Cast Away*, diretto nel 2000 da Robert Zemeckis e interpretato da Tom Hanks nel ruolo di Chuck, un manager del colosso delle spedizioni FedEx che, in seguito a un incidente aereo di cui è il solo sopravvissuto, si trova a rivivere in prima persona la vicenda di Robinson Crusoe.

Naufragato su un'isola deserta, Chuck (Soggetto) cerca a tutti i costi di tornare a casa (Oggetto di valore finale), ma per riuscirci deve riuscire a dominare l'oceano (Opponente) che lo separa dalla terraferma. Per dominare l'oceano deve riuscire a costruirsi una zattera (Oggetto intermedio 1). Per costruirsi la zattera, Chuck deve riuscire ad ottenere dei tronchi d'albero (Oggetto intermedio 2). Per abbattere gli alberi dai quali ottenere i tronchi, deve fabbricarsi un'ascia di pietra (Oggetto intermedio 3). E così via...

In molti videogiochi, il ruolo degli oggetti del desiderio intermedi nello sviluppo della narrazione è particolarmente evidente ed esplicito: per poter

aprire la tale porta devi prima aver scoperto una certa chiave, per scoprire quella certa chiave devi prima aver conquistato a suon di pugni virtuali la mappa del luogo e così via.

In conclusione è però utile notare che un racconto non è fatto di soli programmi narrativi, cioè non è fatto di sola struttura, altrimenti, poiché tutti i racconti hanno strutture simili, tutte le narrazioni sarebbero simili. Possiamo immaginare che la struttura sia il livello più profondo e più generale della storia e che sopra vi siano le specificità che rendono unica ogni opera: le specificità dei personaggi, degli avvenimenti e della scrittura, ovvero il lavoro creativo di chi la scrive.

## 2.6. “Show, don’t tell”: la figurativizzazione

«Don’t tell me the moon is shining; show me the glint of light on broken glass»

(Non dirmi che la luna splende, mostrami il riflesso della sua luce nel vetro infranto)

Anton Čechov

In realtà, Čechov non ha mai scritto questa frase, essa è il frutto di vari rimaneggiamenti apocrifi che mettono insieme concetti che lo scrittore russo esprime in testi diversi; scopo di questa rielaborazione è quello di trovare la citazione perfetta per illustrare uno dei principi cardine dello storytelling, quello dello “Show, don’t tell”: mostra, non raccontare. Nel par. 1.5 abbiamo visto come lo storytelling possa trasformare l’astratto in concreto, cerchiamo adesso di comprendere come questo processo si manifesti sotto il profilo semiotico.

Nel paragrafo precedente abbiamo affermato, sulla scorta di Greimas, che tutte le storie si basano su un identico programma narrativo: un Soggetto è inizialmente disgiunto da un Oggetto di valore, il Soggetto opera per congiungersi con tale Oggetto, il Soggetto è finalmente congiunto con l’Oggetto di valore (lieto fine), oppure ne è definitivamente disgiunto (finale tragico). Eppure, lo sappiamo bene, le storie ci appaiono tutte diverse; Greimas ha forse torto? No. Il fatto è che il programma narrativo uguale in tutte le narrazioni si colloca a un livello profondo; su quel livello profondo ogni storia costruisce almeno altri due livelli, quello tematico e quello figurativo.

In semantica discorsiva la *tematizzazione* è una procedura [...] che, facendosi carico dei valori (della semantica fondamentale) [...] li dissemina [...] sotto forma di temi, nei programmi e nei percorsi narrativi, aprendo così la strada alla loro figurativizzazione<sup>9</sup>.

Vediamo, in pratica, cosa significa tutto questo. Il motore di ogni storia è la lotta per un Oggetto di valore, ma, a seconda della storia, questo valore può essere molto diverso: immaginiamo di voler raccontare la storia di un

crimine e del modo in cui è stato scoperto il colpevole (dedicheremo nella seconda parte di questo volume un capitolo a questo tipo di narrazioni); in questo caso il valore a cui il Soggetto vuole congiungersi è quello della Verità. Diremo quindi che la Verità è il tema di quel racconto, ovvero che la nozione estremamente generica di Valore (nozione che appartiene alla semantica fondamentale della narrazione) si è tematizzata e si è specificata nel concetto di Verità.

Ed è a questo punto che torna in gioco la citazione dello pseudo-Čechov: un bravo scrittore può mostrare il riflesso della luna sul vetro infranto, ma può mostrare la Verità? Sì, se effettua il passaggio, più o meno difficile, dal tema alla figurativizzazione di quel tema. Noi non potremo mai mostrare la verità, ma potremo mostrarne gli effetti, potremo parlare, rimanendo nell'esempio del mistero criminale svelato, del sollievo dei parenti della vittima alla scoperta del colpevole, oppure della sua condanna; potremo persino mostrare, in un film americano, l'iconica immagine del giudice che batte il martello di legno sul banco dopo aver pronunciato la sentenza.

In ogni singolo racconto, le strutture profonde della narrazione, altamente generiche e astratte, divengono via via concrete e specifiche grazie alla tematizzazione e alla figurativizzazione; questo processo dall'astratto al concreto è, come dicevamo, una delle forze dello storytelling.

### *2.7. Vero, falso e verosimile: il contratto di veridizione*

Questo paragrafo riprende, sul versante teorico, alcuni dei temi affrontati nel par. 1.3 (*Realtà, invenzione, menzogna*). C'è una cosa che accomuna le storie vere (non-fiction), quelle false (fiction) e quelle che sono false, ma vogliono proporsi come vere (para-fiction): la necessità di essere credute, la necessità di disseminare la narrazione di elementi che ne rafforzino la credibilità. Si potrebbe obiettare che la non-fiction deve essere creduta a priori dal momento che essa non è che rappresentazione della realtà; il problema è quello di comprendere qual è la sequenza temporale attraverso la quale accediamo alla realtà, qual è l'ordinamento degli eventi che ci permettono di accertare che si tratta veramente di non-fiction: l'esperienza del reale precede il suo racconto o, viceversa, noi leggiamo (o ascoltiamo, o vediamo) il racconto e poi lo giudichiamo reale? Esaminiamo le due alternative. Io, il 1° agosto 1980, ho cambiato treno alla stazione di Bologna per andare in vacanza sulla riviera romagnola; il 2 agosto, com'è noto, una bomba ha distrutto una parte della stazione e io, quindici giorni dopo, nel viaggio di ritorno, ho visto con i miei occhi la stazione distrutta, ho fatto esperienza di quell'evento. Dunque, se oggi vedo un documentario sulla strage di Bolo-

gna non ho alcuna difficoltà a stabilire che si tratta di non-fiction<sup>10</sup> perché, per me, l'esperienza della realtà ha preceduto la sua conoscenza testuale. Passiamo ora a un evento che ha marcato la storia del mondo nel Novecento, lo sbarco sulla luna del 1969. In questo caso, per la stragrande maggioranza dell'umanità, la rappresentazione testuale non solo precede l'esperienza, ma la sostituisce del tutto: noi definiamo vero il racconto dello sbarco sulla luna grazie a un grande atto di fiducia; solo Armstrong, Aldrin e Collins, i tre astronauti dell'Apollo 11 hanno avuto il privilegio della testimonianza diretta, agli altri, a quelli che hanno assistito all'evento attraverso uno schermo (posto nella sala di controllo di Houston o nel salotto della loro casa, non fa troppa differenza), non rimane che credere nella veridicità della rappresentazione mediata, cioè, in qualche misura, nel racconto dei fatti. Non sono necessarie troppe dimostrazioni per comprendere come, nella società contemporanea, le storie che "crediamo" essere vere sono molto più numerose di quelle che "sappiamo" essere vere.

A ben vedere, quindi, quasi sempre il nostro approccio alla non-fiction è, dal punto di vista cognitivo e semiotico, perfettamente identico a quello che adottiamo di fronte alla fiction: noi mettiamo in atto quella che in narrazione si chiama "sospensione dell'incredulità". La differenza sta tutta nella durata di quella sospensione: nella non-fiction o nella para-fiction si tratta di una sospensione permanente, valida fino a prova contraria, fino a un'eventuale smentita; nella fiction si tratta invece di una sospensione momentanea, che dura fino alla fine del racconto, fino a che sentiamo le parole "e vissero tutti felici e contenti" o fino a che sullo schermo compare la scritta "The End", dopo, chiuso il libro di fiabe o abbandonata la sala cinematografica, quegli incantesimi o quei supereroi che fino a un attimo prima ci sembravano così reali (altrimenti non ci saremmo lasciati coinvolgere dalla storia) tornano a popolare il mondo dell'incredibile.

Ma cos'è che ci fa sospendere l'incredulità? È il "contratto di veridizione" o "patto finzionale". Il contratto di veridizione è quell'accordo che si stabilisce tra chi racconta e chi ascolta (in senso lato) per definire cos'è credibile e cosa non lo è, cioè cosa è verosimile. In una narrazione di fiction, verosimile significa soprattutto coerente: il fatto che Harry Potter voli a cavallo di una scopa è molto più verosimile del fatto che lo stesso Harry arrivi alla scuola di magia in sella a una Harley Davidson. La scopa volante è coerente con il mondo fantastico in cui si muove il maghetto, la Harley no. Eppure sono molti gli elementi che il mondo creato dalla Rowling condivide con il mondo reale: porte, finestre, suppellettili, alberi... E allora perché non possiamo avere anche una moto Harley Davidson o BMW? Perché collocare nella narrazione un oggetto, una persona (ad esempio una famosa attrice) o

un luogo riconoscibili come reali crea quello che Roland Barthes chiama “effetto di realtà”, qualcosa che fornisce un’informazione precostruita e che, proprio per questo, serve *ad autenticare la realtà del referente, a radicare l’invenzione nella realtà*<sup>11</sup>.

Gli effetti di realtà dilatano i confini del verosimile, li spostano oltre i limiti del testo e ci fanno dire che ciò che avviene dentro la storia non è diverso da ciò che accade nel mondo reale (fiction realistica e para-fiction riconosciuta come tale, cioè come menzogna ben architettata) o addirittura è realmente accaduto (non-fiction o para-fiction non riconosciuta, menzogna non svelata). In questo modo, il verosimile non solo deve garantire la coerenza all’interno della storia, ma deve garantire anche la coerenza tra le regole che vigono all’interno della narrazione e quelle del contesto storico e sociale nel quale la storia si colloca. A questo proposito Todorov parla di un verosimile fisico e sociale definito *dall’insieme delle conoscenze comuni che stabiliscono i limiti di ciò che è ritenuto (scientificamente) possibile in un dato momento storico* e di un verosimile culturale, *ovvero l’insieme delle norme e dei valori che determinano ciò che è conveniente per una società*<sup>12</sup>.

Le considerazioni sul contratto di veridizione e sugli effetti di realtà applicate alla creazione di fiction ci porterebbero molto lontano dagli intenti di questo saggio ed è quindi meglio soffermarsi sull’applicazione di questi concetti nell’ambito della para-fiction e della non-fiction.

Come abbiamo già accennato nel par. 1.3, il para-fiction storytelling, nella sua strategia testuale, fa un ampio uso di effetti di realtà; ad esempio, la fake news circa l’immaginario attentato in preparazione a Roma citava, proprio a titolo di effetto di realtà, luoghi (Ponte Milvio, Lepanto) e istituzioni (il ministero degli Interni) realmente presenti nella capitale e la precisione maniacale nei riferimenti è una delle caratteristiche ricorrenti nella costruzione dei falsi. Vediamo a questo proposito un esempio molto più antico, un caso “di scuola”. Siamo nel pieno della prima guerra mondiale, il 17 aprile del 1917. Da due settimane il Congresso americano ha votato l’entrata in guerra degli Stati Uniti e i britannici sentono la necessità di continuare l’opera di demonizzazione del comune nemico tedesco; per questo motivo, quel giorno il «Times» pubblica un dettagliato resoconto sulla cosiddetta “Corpse factory”, la fabbrica di saponi, olii e grassi che “i crucchi” alimenterebbero con i cadaveri dei propri soldati morti.

Secondo questo articolo, i treni pieni di cadaveri arrivavano in una grande fabbrica dove i corpi venivano appesi a ganci collegati a una catena di trasporto. L’articolo descrive attentamente il confezionamento dei cadaveri all’interno della fabbrica: “I cadaveri sono trasportati su questa catena infinita in un lungo e stretto scomparto dove sono immersi in un bagno disinfettante. Passano poi attraverso una camera di essiccazione, prima di essere spostati automaticamente in una macchina che li stacca dalla catena e li fa cadere in un

digestore, un grande caldaia dove vengono lentamente mescolati, mentre cuociono a vapore per sei-otto ore, in modo che la carne si disgreghi in piccoli pezzi. Vengono fabbricati diversi prodotti: i grassi vengono trasformati in stearina, una forma di sego, e in olii, prodotti che devono essere ricondizionati prima di poter essere utilizzati. La distillazione avviene facendo bollire l'olio con soda; alcuni dei sottoprodotti derivanti da questo trattamento sono utilizzati dai produttori tedeschi di sapone. La distilleria e la raffineria si trovano nell'angolo sud-est dell'edificio. L'olio raffinato, che ha un colore giallo brunoastro, è distribuito in piccoli fusti”.

Ma quella storia era vera? No, certo che no! Era una storia “plausibile”, soprattutto per i dettagli, ma era impossibile per i tedeschi confutarla completamente nel bel mezzo della guerra<sup>13</sup>.

I dettagli diventano “effetti di realtà” così efficaci da impedire a un'intera nazione di smentire, almeno in tempo di guerra, quella che viene ormai definita la “madre di tutte le fake news”.

Ma il para-fiction storytelling non è certo limitato all'universo, pur rilevante, delle fake news; esso spazia dalle lacrimevoli storie che ognuno di noi, almeno una volta nella vita, ha inventato per giustificare un'impreparazione a scuola (storie in cui morivano, spesso più volte, avi, animali domestici, vicini di casa e via discorrendo) alla propaganda elettorale (dove, come abbiamo visto e vedremo, i dati, veri o falsi, fungono da effetto di realtà), alla semplice pubblicità commerciale. Scelgo a caso uno spot, quello di un'industria dolciaria, nel quale si vede un anziano e distinto signore nei panni del fondatore dell'azienda a bordo di un furgone d'epoca riconducibile agli anni Quaranta. Bastano questi semplici elementi, il nome del personaggio identico a quello che compare sul marchio e il furgone, per costruire una narrazione che, in virtù di un certo grado di verosimiglianza storica e culturale, può essere scambiata per veritiera e farci intendere che i prodotti dolciari reclamizzati discendano da una lunga tradizione, così come basta usare l'aggettivo “antico” («Antica Gelateria», «Antico Forno», ecc.) e un carattere con svolazzi nel marchio per raggiungere lo stesso scopo. Ovviamente, l'efficacia degli effetti di realtà nel para-fiction storytelling è inversamente proporzionale all'importanza che il destinatario attribuisce al messaggio: più riterrà rilevanti le informazioni in esso contenute e più cercherà di andare oltre le apparenze suggerite dalla strategia testuale. O, almeno, questo è ciò che fanno i destinatari responsabili.

Passiamo ora al non-fiction storytelling. Quante volte abbiamo sentito ripetere la frase “la realtà è più incredibile della fantasia”? Si tratta di una formula abusata, che però colpisce nel segno: i racconti del reale sono spesso più incredibili di quelli frutto di invenzione per la semplice ragione che quando inventiamo noi facciamo di tutto perché quella storia inventata sembri vera, mentre quando raccontiamo fatti reali spesso non ci mettiamo

così tanto impegno nel renderli credibili, nella convinzione che il loro statuto di verità sia immediatamente e universalmente accolto. L'attacco alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001 è qualcosa di altamente inverosimile e solo l'abbondanza di testimoni diretti ci permette di credere al racconto di quei fatti (o almeno a una parte di esso); tra cent'anni le condizioni di narrazione di quella vicenda saranno molto diverse. Consapevoli di questo, ogni volta che ci accingiamo a raccontare una storia vera dobbiamo ricordarci di utilizzare le medesime strategie di veridizione che impiegheremmo se quella vicenda fosse nata dalla nostra fantasia.

<sup>1</sup> <https://it.wikipedia.org/wiki/storytelling> (ultima visita: 3 giugno 2019).

<sup>2</sup> R. Barthes, *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, in AA.VV., *L'analisi strutturale del racconto*, Bompiani, Milano 1969, p. 8 (ed. or. 1966).

<sup>3</sup> Ivi, p. 9.

<sup>4</sup> A.N. Veselovskij, *Poetica storica*, edizioni e/o, Roma 1981, p. 200 (ed. or. 1940).

<sup>5</sup> Testimonianza autobiografica autentica raccolta da una studentessa come prova d'esame di un mio corso universitario nel 2015.

<sup>6</sup> Si veda a questo proposito: K. Trehan, G.S. Maan, *Teaser Campaigns: An Effective Advertising Execution for Varied Goods, Services and Ideas*, in «Journal of Mass Communication & Journalism», 2, 11, 2012.

<sup>7</sup> P. Brooks, *Trame*, Einaudi, Torino 1995, pp. 41-42 (ed. or. 1984).

<sup>8</sup> I più importanti scritti di Greimas intorno a questo argomento sono raccolti in A.J. Greimas, *Del senso*, Bompiani, Milano 1974 (ed. or. 1970).

<sup>9</sup> A.J. Greimas, J. Courtés, *Semiotica, dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, La casa Usher, Firenze 1986, p. 357 (ed. or. 1979).

<sup>10</sup> Sembrerebbe ovvio che un documentario faccia del non-fiction storytelling, ma non è così; esistono anche dei finti documentari, detti mokumentary, che, pur presentandosi con gli stilemi tipici del documentario, sono autentiche fiction. Esempio principe di mokumentary è il film *Zelig* diretto da Woody Allen nel 1983.

<sup>11</sup> Barthes, *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, cit., p. 21.

<sup>12</sup> T. Todorov, *Simbolismo e interpretazione*, Guida, Napoli 1986, p. 27 (ed. or. 1978).

<sup>13</sup> B.L. Bradberry, *The Myth of German Villainy*, AuthorHouse, Bloomington 2012, p. 26.

### 3.

## Lo storytelling tra cognitivismo e scienze sociali

### 3.1. Narrazione, comprensione, ragionamento

Scrivo questo capitolo, in primo luogo, per tutti gli scettici, i disincantati, coloro che collocano lo storytelling tra le mode passeggere o, come abbiamo visto all'inizio, tra i sistemi di persuasione occulta a disposizione dei "poteri forti"; lo scrivo per mostrare quanto il loro atteggiamento sia letteralmente superficiale, cioè colga soltanto la superficie dei fenomeni narrativi. Quello che gli scettici e i non scettici troveranno qui è una panoramica sugli studi che, nel corso degli ultimi decenni, hanno spostato il nucleo problematico dal "come si racconta" al "perché si racconta", scoprendo che, ben lungi dall'essere una semplice attività accessoria, il raccontare è una delle azioni che danno forma al nostro pensiero, al nostro "essere umani" e al nostro modo di aggregarci in organizzazioni sociali. Ovviamente, questa breve incursione nelle scienze cognitive, nelle neuroscienze e in quella che Stefano Calabrese chiama "neuronarratologia"<sup>1</sup> non ha alcuna pretesa di esaustività e, più che "fare il punto", intende fornire dei "punti di partenza" per ulteriori approfondimenti.

Cominciamo col concentrarci sul rapporto tra narrazioni e ragionamento quotidiano. Per introdurre questi concetti durante le mie lezioni, di solito, in maniera del tutto immotivata, dico agli studenti: «Ieri ho preparato una torta». L'affermazione estemporanea ha l'effetto di sorprendere la vasta platea e di far interrogare i presenti sulla mia sanità mentale. Una volta ottenuta l'attenzione con questo mezzuccio (che in realtà è una procedura chiamata "violazione delle aspettative") chiedo agli studenti se, nell'interpretare la mia frase, abbiano potuto fare a meno di immaginarmi dentro a una cucina; la loro risposta di solito è negativa: non solo l'interpretazione di "Ieri ho preparato una torta" li ha costretti a immaginarmi dentro uno spazio dotato di forno, fornelli, pensili, lavello, piano di lavoro, ecc., ma li ha anche obbligati a dare un colore e una forma a ciò che immaginavano. A quel punto dico loro che si sono sbagliati e che invece della cucina c'era un vero e pro-

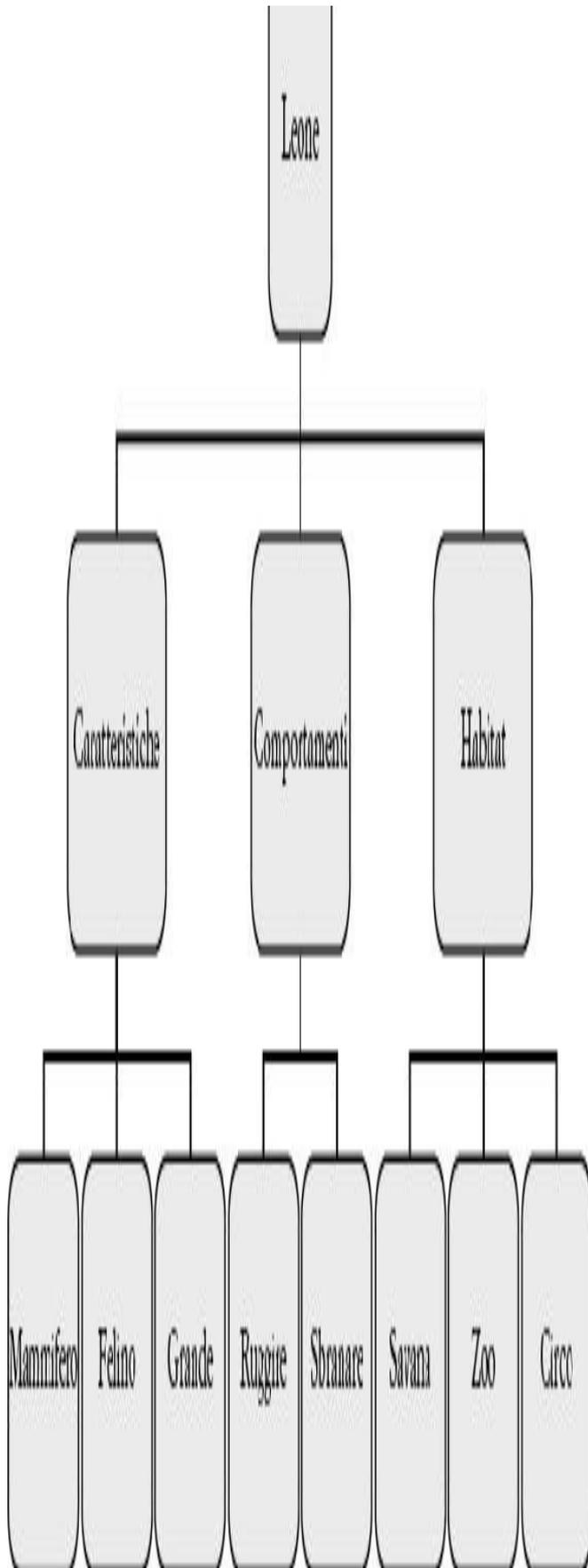
prio laboratorio perché io, di secondo lavoro, faccio il pasticciere. Normalmente non mi credono e fanno bene perché non c'è stata nessuna torta e nessuna pasticceria, però intanto sono caduti nel mio tranello cognitivo ed è questo che mi serve per dimostrare loro che, di fronte a una qualsiasi frase di senso compiuto, la nostra mente tende a “portarsi avanti con il lavoro”, a formulare ragionamenti sulla base di ipotesi che, magari, un istante dopo si rivelano sbagliate o superate. Ma un simile comportamento del nostro cervello non è estremamente dispendioso? Non è un inutile spreco di energie? Forse, ma ha salvato la vita a un buon numero di nostri antenati quando, al sentire un ruggito dietro a un cespuglio nella savana, non si sono limitati a registrare una sensazione sonora, ma si sono fatti un quadro della situazione e se la sono data a gambe, evitando di essere sbranati da qualche belva: poco importa se hanno immaginato che ci fosse un leone e invece era una tigre, o se lo hanno immaginato affamato e aggressivo e invece era sazio e bonario; spesso, chi ha cercato di verificare l'adeguatezza del suo quadro interpretativo non è vissuto abbastanza a lungo per raccontarlo.

Evocando i “quadri” intendo introdurre uno dei più noti modelli di rappresentazione, quello elaborato da Marvin Minsky e denominato *frame*:

Ed ecco in che consiste la teoria dei frame: quando ci si trova di fronte a una situazione nuova si seleziona dalla memoria una struttura chiamata frame. Si tratta di un quadro di riferimento memorizzato che va adattato alla realtà cambiando i particolari fin dove è necessario. Un frame è una struttura di dati per rappresentare una situazione stereotipata come il trovarsi in un certo tipo di soggiorno o l'andare a una festa di compleanno per bambini<sup>2</sup>.

Alla base della teoria dei frame e, più in generale, della modellizzazione della conoscenza c'è l'intuizione secondo la quale i concetti che fanno parte del nostro bagaglio di conoscenza non vengono immagazzinati in forma isolata, come tante monadi, ma sono memorizzati in “grappoli”, in insiemi tenuti insieme da relazioni. Così il concetto di “torta” è associato a quello di “cucina” e, cosa molto più importante, il concetto di “ruggito” è associato a quello di “pericolo” (in realtà, queste associazioni sono un po' più complesse di come io le stia presentando, ma per la complessità ci sarà spazio più avanti). Questa aggregazione dei concetti ci permette di essere molto veloci nel prendere decisioni, perché quando ci troviamo di fronte a un elemento del frame (cioè della cornice) questo è in grado di richiamare immediatamente una serie di altri elementi utili. Nella figura vediamo come potrebbe presentarsi il frame “leone” per la maggior parte di coloro che, come me, non hanno particolari conoscenze zoologiche.





Se io sento un ruggito parto da una delle caselle più in basso (“ruggire”),

salgo di un livello arrivando a “comportamenti” e poi di un altro livello giungendo a “leone”, di qui ridiscendo per giungere a “sbranare”, il tutto con una velocità tale da rendermi possibile – almeno sono queste le intenzioni dei processi evolutivi del nostro cervello – la fuga.

Può però capitare che la situazione che ci troviamo di fronte non corrisponda perfettamente al frame che noi possediamo. Quando io dico ai miei studenti di aver fatto una torta la loro sorpresa è limitata al fatto che io mi metta a parlare della mia vita privata durante una lezione, perché la possibilità che un docente si dedichi alla preparazione di dolci domestici è comunque prevista dal frame “professore universitario”. Ben più grande è lo stupore quando invece dico (mentendo) di aver confezionato quella torta in un laboratorio di pasticceria, perché la casella “pasticciere” non è normalmente inclusa in quello stesso frame; non c’è, ma la si può aggiungere all’occorrenza adattando lo schema: questo adattamento, invero un po’ faticoso, è appunto ciò che noi chiamiamo “stupore”. Il frame deve quindi essere abbastanza flessibile e abbastanza adattabile per adeguarsi anche alle situazioni che presentano un carattere di parziale novità rispetto a quanto già immagazzinato nel nostro bagaglio di conoscenza.

Sostanzialmente, un *frame* è un *formato di rappresentazione*; è cioè qualcosa che è stato escogitato per rappresentare adeguatamente il modo in cui si collegano tra loro delle informazioni. Da questo punto di vista, il frame, prima ancora che un’entità di concettualizzazione semantica, è una particolare struttura formale caratterizzata dalle seguenti proprietà: (a) è costituita di caselle, fessure o posti vuoti *variabili* al cui interno sono alloggiati particolari informazioni; (b) è dotata di una flessibilità gerarchica (alcuni «posti» sono più astratti e generali, altri più dettagliati e particolari); (c) non è isolata, ma può a sua volta includere (o essere inclusa in) strutture ancora più generali; (d) ha il compito di rappresentare non tanto definizioni di oggetti o eventi, ma le conoscenze dirette che si hanno su oggetti ed eventi. [...] un frame è una struttura formale sensibile-al-contesto, perché basa la sua forza esplicativa non sul fatto che le persone sanno molte cose diverse, ma sul fatto che esse hanno relativamente pochi schemi (frame) funzionanti come base inferenziale per capire molte cose diverse. [...] Come osserva Minsky, noi comprendiamo soprattutto in base alle nostre «aspettative»: la conferma o la smentita delle aspettative è il motore che permette ai frame di collegarsi, trasformarsi o fallire nel tentativo<sup>3</sup>.

Per comprendere come la nostra mente attui processi di comprensione confrontando aspettative ed elementi che da quelle aspettative si discostano l’esempio più semplice è forse quello dell’automobile. Quando vediamo un’auto che procede verso di noi, attiviamo uno schema mentale nel quale il sedile anteriore sinistro è sempre occupato da una persona, cioè il nostro cervello assume “per default” che la macchina sia guidata da una persona e che quella sieda davanti a sinistra, quello stesso schema prevede che gli altri sedili possano essere occupati o meno; chiunque, nell’Europa continentale,

abbia incrociato una vettura inglese con il solo guidatore a bordo sa che, per un attimo, si viene colti da un piccolo smarrimento perché si ha l'impressione che quell'automobile trasporti un passeggero, ma non abbia autista, il che contrasta con il grappolo di concetti che, almeno fino ad oggi, sta sotto l'etichetta "automobile". Impieghiamo qualche istante per renderci conto che quella che ci sta venendo incontro è una macchina con guida a destra e quel "renderci conto" altro non è che l'adattamento dei livelli più bassi del frame.

La teoria dei frame presenta però alcuni limiti, poiché il frame è un formato di rappresentazione della conoscenza piuttosto statico che si adatta meglio all'archiviazione e al riuso di nozioni che all'immagazzinamento di procedure standard: noi possiamo memorizzare il frame "automobile" anche senza fare nulla se non guardare l'automobile stessa. Una parte molto importante delle nostre conoscenze non riguarda però oggetti o situazioni statiche, bensì processi dinamici, molti dei quali si ripetono un'infinità di volte nella nostra vita. Facciamo di nuovo degli esempi. Non so se l'infanzia di chi mi legge sia stata intrisa di timidezza quanto la mia, ma sono molti quelli che ricordano la voce della mamma o del papà pronunciare la faticosa frase: «Su, di' buongiorno alla signora, dille come ti chiami». Il bambino timido a quel punto avvampa, si nasconde dietro al genitore e si chiude nel più assoluto mutismo, eppure quella piccola tortura che, più o meno consciamente, resterà nella nostra memoria per tutta la vita rappresenta un metodo per l'apprendimento di un processo fondamentale per la convivenza civile, quello che ci permette di presentarci a un'altra persona.

Mentre le idee strutturate nello schema statico che associamo a "automobile" (volante, ruote, sedili, ecc.), "scarpa" (suola, lacci, linguetta...) o "albero" (tronco, foglie...) sono tenute insieme da rapporti essenzialmente spaziali, quelle legate al "presentarci a un'altra persona" sono aggregate da legami tanto spaziali quanto temporali: c'è un prima (in cui non ci conosciamo), un durante (mentre porgiamo la mano e pronunciamo il nostro nome) e un dopo (in cui possiamo dire di esserci conosciuti). La struttura ad albero del frame appare così inadeguata per rappresentare la temporalità e siamo costretti a sostituire il frame con un altro formato di rappresentazione della conoscenza, lo script.

Uno script [...] è una struttura che descrive un'appropriata successione di eventi in un contesto particolare. Uno script è costituito da caselle e da requisiti su quanto può riempire queste caselle. La struttura è un tutto interconnesso, e ciò che si trova su una casella ha influenza su ciò che si può trovare in un'altra. Gli script trattano situazioni quotidiane stereotipate. Essi non sono soggetti a grandi cambiamenti, né forniscono l'apparato necessario a trattare situazioni nuove. [...] uno script è una successione, stereotipata e pre-

determinata, di azioni che definiscono una situazione ben nota. Uno script è in realtà una breve storia molto noiosa<sup>4</sup>.

Eccolo il legame fondamentale tra conoscenza e narrazione: molte delle conoscenze che ri-utilizziamo ogni giorno per agire socialmente o individualmente sono depositate nella nostra memoria sotto forma di script, cioè di “brevi storie molto noiose”. Il nostro bagaglio di conoscenze è quindi un repertorio di racconti di diversa lunghezza e complessità.

L’individuo incorpora i racconti in un ampio apparato di pratiche, ricorrendo alla narrazione come a una strategia di problem-solving in numerosi contesti. In tal senso, il racconto diviene un efficace ed essenziale strumento di pensiero poiché permette a ogni fruitore della narrazione di produrre e interpretare testi letterari, di condurre conversazioni spontanee, di dare senso a relazioni di notizie basate su diverse tipologie di media, di creare e valutare anamnesi mediche e fornire testimonianza nell’ambito di procedimenti giudiziari<sup>5</sup>.

Ma come fanno questi racconti a “entrare” nella nostra mente e a rimanere? L’esempio del bambino timido ci dice che una parte delle narrazioni si deposita nel nostro cervello per via esperienziale: ciò che noi facciamo diventa, per la nostra mente, un racconto da custodire e da riutilizzare. Un’altra parte, però, giunge a noi non attraverso l’esperienza, ma attraverso la conoscenza: si tratta di storie che noi abbiamo ascoltato o alle quali abbiamo assistito, storie di altri che noi, grazie anche alla mediazione dei neuroni specchio, facciamo nostre e usiamo per interpretare la realtà e per regolare i nostri comportamenti esattamente come se fossero nostre: non occorre lanciare il telefonino dal decimo piano per sapere che con un simile salto nel vuoto l’apparecchio si distrugge, ci basta interiorizzare quella conoscenza memorizzando il racconto di quanto occorso ad altri. La memoria del racconto funge da esperienza anche quando non lo è; per rendersene conto basta pensare alla menzogna ripetuta. Tutti noi mentiamo<sup>6</sup>, talvolta la nostra menzogna prende le forme dell’invenzione e diciamo, ad esempio, di esser stati tra il pubblico di un famoso concerto che invece abbiamo visto solo in televisione; dopo anni che ripetiamo quell’ingenua storiella, noi stessi facciamo fatica a capire se davvero eravamo davanti al palco dove si esibivano gli U2 o se invece siamo stati spettatori a distanza. Le storie entrano di prepotenza dentro di noi, al punto che plasmiamo il nostro agire persino sulla base di racconti letterari, ci comportiamo facendo nostra l’esperienza di personaggi che non hanno mai abitato il mondo reale: ecco perché occuparsi di storytelling è così importante. Ma su questi meccanismi di interiorizzazione e memorizzazione delle storie vedremo qualcosa di più approfondito nei due paragrafi che seguono.

### 3.2. Narrazione, memoria individuale, costruzione del sé

Nel paragrafo precedente ho usato più volte espressioni del tipo “depositare in memoria”, “memorizzare”, “bagaglio di conoscenza”, qui è opportuno che si chiarisca meglio in che modo la memoria è coinvolta nel processo di acquisizione delle conoscenze e in che modo tale processo coinvolga la narrazione.

Si è potuta operare una distinzione tra due tipi di memoria permanente, quella *episodica* e quella *semantica* [...]

Con l'espressione memoria episodica ci si riferisce alla memoria che si ha per gli eventi datati temporalmente e per le relazioni tra questi eventi. Per esempio, se si chiede di rievocare qual era il vestito che si era indossato ieri, le informazioni relative vengono richiamate dalla memoria episodica. Analogamente, se si cerca di ricordare se lo scandalo Watergate avvenne prima o dopo il ritiro degli americani dal Vietnam, la ricerca viene fatta nella memoria episodica.

Di contro, per memoria semantica si intende la conoscenza organizzata che hanno le persone su parole, simboli, formule, concetti, regole. Essa comprende le conoscenze di base necessarie per la produzione e la comprensione del linguaggio. È il vasto compendio delle informazioni che l'individuo ha del suo mondo, e che non viene riferito a epoche determinate [...].

È utile distinguere tra memoria episodica e semantica, perché si sono così potute chiarire due funzioni importanti della memoria: registrare in modo accurato determinate esperienze e avere a disposizione le conoscenze generali di base che occorrono per svolgere molte funzioni cognitive<sup>7</sup>.

Come ricorda Calabrese<sup>8</sup>, fin dall'età di tre anni i bambini mettono in atto strategie di storytelling in cui assumono entrambi i ruoli, quello di narratore e quello di destinatario della narrazione: lo scopo di questa pratica è la classificazione mentale e la memorizzazione, sotto forma di storie, delle situazioni in cui si trovano. Questa memorizzazione distribuisce i dati tra la memoria episodica e quella semantica: nella prima vengono collocati gli elementi specifici e tendenzialmente irripetibili di ogni evento, mentre nella seconda, in una sorta di astrazione, tutto ciò che è generalizzabile e che può costituire un modello per interpretare in futuro situazioni analoghe. Ritorniamo al nostro esempio incentrato sul “presentarci a una persona”; la memoria episodica registrerà qualcosa del tipo: ho visto per la prima volta la prozia Magda, che vive a Miami, durante la cena di Natale a casa dei nonni l'anno in cui ho iniziato la scuola elementare. La memoria semantica, invece, di quell'incontro salverà, in forma di script, qualcosa di molto più generale, come: sorridere, dare un bacio sulla guancia, dire il proprio nome, non far notare che la vecchia zia ha l'alito pesante, ecc. Questa sequenza di azioni è sufficientemente astratta da poter essere impiegata, con qualche aggiustamento (non sempre le zie hanno l'alito pesante!), in molti altri casi ana-

loghi: ci sarà sufficiente ripescare dalla memoria semantica il giusto script e utilizzarlo come guida al comportamento. L'incontro registrato nella memoria episodica ci sarà invece utile per ricordarci che abbiamo una zia che si chiama Magda, che vive a Miami e che forse un giorno ci nominerà eredi universali.

Volendo essere un po' meno cinici, diremo che la memoria episodica contribuisce alla costruzione del Sé dando forma alla "storia della nostra vita", una storia che continuamente raccontiamo a noi stessi per capire chi siamo e che spesso raccontiamo agli altri per affermare, come vedremo nel paragrafo successivo, la nostra presenza e il nostro ruolo nella società: possiamo così parlare anche di una memoria autobiografica. Sul ruolo dell'auto-narrazione nella costruzione del Sé è interessante la posizione di Gallagher e Zahavi:

Un modo abbastanza diverso di concepire il Sé prende le mosse dal fatto che l'autocomprensione e l'autoconoscenza, invece di essere qualcosa di dato una volta per tutte, sono qualcosa di cui ci si deve appropriare e che si ottiene con successo in gradi diversi. Finché la vita scorre, non c'è alcuna autocomprensione finale. Lo stesso, tuttavia, si può dire di ciò che significa essere un Sé. Il Sé non è una cosa, non è un qualcosa di fissato e immutabile, bensì è qualcosa che evolve. È un risultato invece che un dato. È qualcosa che si realizza attraverso i propri progetti e le proprie azioni e non può quindi essere compreso indipendentemente dalla propria autointerpretazione. In poche parole, non si è un Sé nello stesso modo in cui si è un organismo vivente, e non si ha un Sé come si ha un cuore o un naso<sup>9</sup>.

Commentando questo passaggio, Michele Cometa<sup>10</sup> osserva che è proprio il flusso narrativo che noi produciamo a beneficio di noi stessi e degli altri a dare ordine alle esperienze. Quando ci volgiamo indietro e guardiamo la nostra esperienza attraverso lo schermo dei ricordi, non ci limitiamo a estrarre dalla memoria episodica questo o quell'evento, ma nel farlo, nel costruire sui ricordi la storia provvisoria della nostra vita, noi dotiamo ogni singolo evento di un significato che travalica i confini dell'episodio stesso e si inserisce in una sequenza di cause ed effetti che è identica a quella che abbiamo chiamato "fabula". Se, ad esempio, abbiamo perso un treno e, uscendo affranti dalla stazione, abbiamo incontrato per puro caso l'anima gemella, saremo portati a creare un nesso tra fatti (di solito diciamo "era destino...") che, di per sé, non hanno alcuna relazione tra loro se non quella che costruiamo noi a posteriori interpretandoli come parte di un plot narrativo:

Quel che ci tranquillizza è la successione semplice, il ridurre a una dimensione, come direbbe un matematico, l'opprimente varietà della vita; infilare un filo, quel famoso filo del racconto di cui è fatto anche il filo della vita, attraverso ciò che è avvenuto nel tempo e nello spazio<sup>11</sup>.

Poco sopra ho affermato che la memoria autobiografica produce delle storie che raccontiamo a noi stessi e agli altri, ma quali cambiamenti intervengono quando dal narrare a sé, interiormente, si passa al raccontare agli altri?

L'aspetto più evidente di questo cambio di destinatario è il ricorso a un linguaggio più articolato di quello che utilizziamo quando le storie sono indirizzate a noi stessi. Un motto di spirito abbastanza diffuso recita “Non so se mi sono capito” (trasformazione di “Non so se mi sono spiegato”); l'effetto umoristico scaturisce dal *nonsense*: mentre è facilissimo non spiegarsi adeguatamente, è praticamente impossibile non comprendere i propri pensieri e il linguaggio utilizzato dalla nostra mente per formularli e questo non perché tale linguaggio, che Vygotskij definisce “interno”, sia particolarmente elaborato, ma perché esso, con i suoi errori, la sua sintassi semplificata, i suoi salti logici è comunque la strategia linguistica che meglio si adatta al nostro cervello.

Quando però raccontiamo a qualcun altro dobbiamo davvero cercare di spiegarci con chiarezza e, in primo luogo, dobbiamo utilizzare un linguaggio che rispetti i codici condivisi; si può trattare di una lingua storico-naturale (italiano, francese, spagnolo, ecc.) o di un linguaggio per immagini, ma dobbiamo fare in modo che esso risulti comprensibile all'altro.

Nel linguaggio interiore [...] ogni parola viene ad assumere un “senso” molto più esteso che non in quello esteriore, tanto da poter essere considerato [...] un concentrato del “senso” che, se si volesse rendere esplicito sul piano del linguaggio esteriore, richiederebbe un intero gruppo di parole [...]. Queste caratteristiche della semantica del linguaggio interiore condizionano la “incomprensibilità” di quest'ultimo e quella del linguaggio egocentrico, osservate da tutti gli studiosi di questi fenomeni<sup>12</sup>.

Così facendo, noi passiamo dalla memoria autobiografica alla narrazione autobiografica e la differenza non è da poco: la narrazione autobiografica ci consente di portare le nostre storie di vita fuori da noi stessi, di renderle accessibili agli altri, di condividerle nello stesso modo in cui condividiamo fotografie, filmati e testi su Instagram o su Facebook. La narrazione del sé funziona come i social network, solo che è nata alcune migliaia di anni prima.

La condivisione di storie non avviene solo nella direzione Io > Altri, ma, ovviamente, anche in quella inversa e questo, come già abbiamo accennato, è uno dei più potenti sistemi di evoluzione del genere umano: mettendo reciprocamente a disposizione le esperienze sotto forma di narrazioni, gli esseri umani hanno potuto agire e prendere decisioni sulla base di esperienze non proprie, e questo specie quando la realtà esperita è pericolosa o addirittura mortale.

Non ho più bisogno di fare materialmente un'esperienza per sapere con discreta ap-

prossimazione se sarà o meno piacevole, per discriminare il miglior comportamento da tenere, o per imparare un trucco utile: mi basterà percorrerla narrativamente. Questo è uno dei motivi per cui, tra le altre cose, l'evoluzione ci ha condotto a provare delle intense sensazioni quando leggiamo un romanzo. [...]

L'esperienza corporea viene svincolata dal lato percettivo immediato, e viene trapiantata nell'orizzonte più vasto dove le sensazioni possono essere attivate anche dall'evocazione linguistica<sup>13</sup>.

Una tappa fondamentale nella comprensione dei meccanismi attraverso i quali gli esseri umani ottimizzano i loro comportamenti sulla base dello storytelling altrui (fiction o non-fiction poco importa) è stata la scoperta dei neuroni specchio. Per dirla un po' semplicisticamente, i neuroni specchio sono quelli che, nell'uomo e in alcuni primati, permettono i comportamenti imitativi. Partiamo dal termine "scimmiottare" (imitare maldestramente e con scopo di scherno), che nasce dall'abitudine di alcune scimmie di ricopiare gesti ed espressioni degli umani. Ed è studiando le scimmie che, quasi per caso, alcuni studiosi dell'Università di Parma hanno scoperto, tra gli anni Ottanta e Novanta, che alcune di esse attivavano lo stesso complesso neuronale sia quando afferravano degli oggetti, sia quando vedevano altri individui farlo: quei neuroni agivano dunque come uno specchio che rifletteva nel loro cervello quello che avveniva nel cervello di altri (anche degli umani). Lo sviluppo degli studi nel campo delle neuroscienze ha permesso di scoprire che, negli esseri umani, l'imitazione non è circoscritta alla sfera motoria, ma si estende anche alla sfera dell'astratto. Oltre che i gesti, noi possiamo imitare anche gli stati d'animo e questa è la base dell'empatia, è il principio attraverso il quale le storie degli altri (vere o inventate) suscitano una nostra adesione affettiva e influiscono sui nostri comportamenti. Si spiegano così la tachicardia che ci prende mentre guardiamo un film horror, l'eccitazione di fronte a una scena erotica, la malinconia da cui veniamo colti quando l'eroina di un romanzo di Jane Austen subisce un'ingiustizia e la rabbia sorda che ci scuote leggendo il *Diario* di Anne Frank.

Se per esempio osserviamo *La creazione di Adamo*, dipinta da Michelangelo sulla volta della Cappella Sistina, le posizioni plastiche delle figure di Dio e di Adamo sono talmente aderenti all'anatomia del corpo umano che è facile provare la sensazione di trovarsi in quelle stesse posizioni con il proprio corpo, com'è facile avere la percezione delle due dita che quasi si toccano. Sensazioni analoghe si possono provare anche leggendo un romanzo e immedesimandosi nelle azioni ed emozioni dei diversi personaggi. Le conoscenze sui neuroni specchio potrebbero essere utilizzate nella formazione di artisti e scrittori, i quali potrebbero creare opere d'arte e dell'ingegno ancora più capaci di suscitare empatia, emozioni e immedesimazione<sup>14</sup>.

Personaggi immaginari come la Madame Bovary di Flaubert o come il

Don Chisciotte di Cervantes, entrambi imitatori acritici dei loro eroi letterari, altro non sarebbero se non vittime dei loro iper-efficaci neuroni specchio. I loro eccessi ci confermano però che il nostro Sé non si nutre solo delle auto-narrazioni che attingiamo dalla nostra memoria, ma si compone anche delle narrazioni che, nelle forme più diverse (confessioni, chiacchiere, racconti informali, racconti e romanzi letterari, film, opere d'arte, ecc.), gli altri ci forniscono. Noi siamo anche ciò che leggiamo, ciò che ascoltiamo, ciò che guardiamo, siamo un complesso sistema di narrazioni.

### 3.3. Narrazione, memoria collettiva, costruzione sociale

Malgrado la scansione dei paragrafi di questo capitolo separi la costruzione del Sé dalla costruzione sociale, è piuttosto difficile, per non dire impossibile, distinguere i comportamenti narrativi che attengono esclusivamente alla sfera del Sé da quelli che riguardano la collettività. Paolo Jedlowski mette l'accento, giustamente, sul processo narrativo e sulla dimensione eminentemente collettiva e sociale della narrazione: *la narrazione è dunque la pratica sociale in cui due o più persone mettono in comune una storia*<sup>15</sup>.

Se la narrazione è una pratica sociale ci si attenderebbe che la sociologia e le altre scienze sociali si occupassero più intensamente di narrazione, ma non è così e, soprattutto, quando la sociologia incontra la narrazione, raramente accetta di farlo incrociando i suoi metodi con quelli di altre discipline (ma la cosa è speculare per le altre discipline). Un esempio di questa convergenza priva di trasversalità è fornito da un'opera che si pone tra le più importanti nel panorama sociologico; sto parlando di *La realtà come costruzione sociale* di Peter Ludwig Berger e Thomas Luckmann. Nella parte introduttiva del loro saggio (che è del 1969), i due autori dichiarano di volersi occupare in modo nuovo di sociologia della conoscenza:

qui è ovvio che non ci siamo proposti di presentare un panorama completo della storia della sociologia della conoscenza. Inoltre abbiamo fin qui trascurato sviluppi che potrebbero essere teoricamente importanti per questa disciplina, ma che non sono stati considerati tali dai loro stessi protagonisti. In altri termini, ci siamo limitati a parlare degli studi che rientrano ufficialmente, per così dire, nella categoria «sociologia della conoscenza» (considerando la teoria dell'ideologia come parte di quest'ultima). Questo ha reso molto chiaro un fatto: a parte la preoccupazione epistemologica di alcuni sociologi della conoscenza, il centro empirico dell'attenzione è stato posto quasi esclusivamente nella sfera delle idee, cioè del pensiero teoretico<sup>16</sup>.

La “conoscenza” che intendono mettere alla base della costruzione sociale della realtà non è dunque esclusivamente quella degli intellettuali, non è quella che va sotto il nome di “erudizione”, ma è soprattutto quella di senso comune, la conoscenza che ci permette di svolgere i compiti quotidiani.

Il bagaglio sociale di conoscenze inoltre mi mette a disposizione gli schemi di tipizzazione richiesti per le principali routines della vita quotidiana [...]. Il mio mondo è strutturato in routines che sono valide col buono o col cattivo tempo<sup>17</sup>.

Quando, una decina d'anni dopo la pubblicazione di *La realtà come costruzione sociale*, vedono la luce le teorie di Shank sugli script, noi scopriamo che quelle routine altro non sono se non storie e siamo quindi autorizzati ad affermare che le narrazioni non solo costruiscono il Sé individuale, ma creano addirittura ciò che noi chiamiamo realtà, e questo non è certo cosa da poco. Passa ancora qualche anno e Serge Moscovici avanza la sua teoria delle rappresentazioni sociali, teoria che, pur non confrontandosi troppo con le due che ho appena richiamato, ha con esse molti punti in comune:

Se, in senso classico, le rappresentazioni collettive (quelle proprie designate da Durkheim) sono un termine esplicativo, e si riferiscono alla classe generale di idee e credenze (scienza, mito, religione, ecc.), per noi esse sono [...] fenomeni specifici correlati ad un modo particolare di comprendere e comunicare, un modo che crea sia la realtà, sia il senso comune. È per porre enfasi su tale distinzione che io uso il termine "sociale" invece del termine "collettivo"<sup>18</sup>.

Nelle righe che seguono è poi facile riconoscere in filigrana tanto le routine di Berger e Luckmann quanto i modelli di rappresentazione dei cognitivisti:

lo scopo di tutte le rappresentazioni è quello di rendere qualcosa di inconsueto o l'ignoto stesso familiare. [...] Nel suo complesso, la dinamica delle relazioni è una dinamica di familiarizzazione dove oggetti, individui ed eventi sono percepiti e intesi in relazione a incontri o paradigmi precedenti. Ne risulta che la memoria prevale sulla deduzione, il passato sul presente, la risposta sullo stimolo e l'immagine sulla realtà<sup>19</sup>.

E, come i cognitivisti stabiliranno un legame tra narrazione individuale e memoria, Berger e Luckmann ne istituiscono uno simile tra conoscenza socialmente condivisa e memoria collettiva.

L'universo simbolico crea anche un ordine nella storia. Esso colloca tutti gli avvenimenti collettivi in un'unità coerente che include passato, presente e futuro. Nei confronti del passato, esso instaura una «memoria» che è condivisa da tutti gli individui socializzati nella collettività; per quel che riguarda il futuro, esso stabilisce una comune struttura di riferimento per la proiezione delle azioni individuali. Così l'universo simbolico lega gli uomini ai loro predecessori e ai loro successori in una totalità significativa che serve a trascendere la limitatezza dell'esistenza umana e a dare un significato alla morte dell'individuo. Tutti i membri di una società possono ora considerarsi appartenenti a un universo di valori, che esisteva prima che essi nascessero e continuerà a esistere dopo la loro morte. La comunità empirica viene così trasposta su un piano cosmico e resa maestosamente indipendente dalle vicissitudini dell'esistenza individuale<sup>20</sup>.

La narrazione autobiografica dava linearità e consequenzialità alla memo-

ria biografica, l'insieme delle narrazioni che costituiscono l'universo simbolico con cui l'umanità identifica il reale danno linearità e consequenzialità alla memoria collettiva. Ma cos'è la memoria collettiva? Per provare a spiegarlo passiamo prima dalla nozione di "coscienza".

In modo intuitivo possiamo affermare che il concetto di *coscienza* (nella sua accezione fisiologica più che in quella morale) ha numerosi punti di contatto con quello di *memoria*. Anche dal punto di vista semantico i due termini ricoprono aree parzialmente comuni: la frase "non ho coscienza di quei momenti" può essere tradotta perfettamente con "non ho memoria di quei momenti". Questa parziale sovrapposizione tra *memoria* e *coscienza* è tanto più vera se passiamo dall'ambito individuale a quello collettivo. Partiamo dalla definizione di *coscienza collettiva* che Durkheim elabora in *La divisione sociale del lavoro*. La coscienza collettiva è

L'insieme delle credenze e dei sentimenti comuni alla media dei membri di una società [...]. Senza dubbio, essa non ha per substrato un organo unico; è, per definizione, diffusa nella società per tutta la sua estensione; tuttavia possiede caratteri specifici che ne fanno una realtà distinta. Infatti, è indipendente dalle condizioni particolari in cui gli individui si trovano a essere posti; essi passano ed essa resta. È la stessa al nord e al sud, nelle grandi città e nelle piccole, nelle diverse professioni. Parimenti, non muta a ogni generazione, collega anzi tra loro le generazioni successive. È dunque qualcosa di completamente diverso dalle coscienze particolari, sebbene si realizzi soltanto negli individui<sup>21</sup>.

Se la coscienza collettiva *non ha per substrato un organo unico* dove ha dunque la sua sede? Si realizza *soltanto negli individui*, ci dice Durkheim, ma al tempo stesso, per la sua capacità di passare di generazione in generazione, essa trascende la dimensione dell'individuo, ma in che modo? Tutto ciò che passa di generazione in generazione o è genetico o è culturale, o viene trasmesso attraverso una memoria biologica depositata dentro l'individuo (il DNA) o viene trasmesso attraverso testi (linguistici, musicali, visivi, ecc.) e manufatti che, in quanto "opere", stanno fuori dall'individuo. È evidente che una parte dei *sentimenti comuni alla media degli uomini* ha una base genetica (ad esempio gli innatismi legati alla paura), ma è altrettanto chiaro che un'altra parte della coscienza collettiva è di origine culturale. È soprattutto in questa seconda parte della *coscienza* collettiva che noi possiamo riconoscere il ruolo della *memoria* collettiva: ogni individuo della comunità genera al di fuori di sé un archivio fatto di testi (anche semplicemente orali) ai quali affida la conservazione delle proprie esperienze al fine di renderle riutilizzabili, sotto forma di istruzioni, da parte delle generazioni future. La necessità di veicolare i ricordi al di là della propria persona conferisce inevitabilmente una caratteristica interazionista alla memoria collettiva: la dimensione collettiva non è più il risultato della semplice somma di tante memorie individuali

(somma che non si capisce bene in che luogo stia), bensì è il risultato dell'interazione, del confronto tra queste memorie. Attraverso l'interazione degli individui, una società costruisce una memoria di sé e la conserva, più o meno volontariamente, fissandola su supporti materiali di varia natura: dalle pitture rupestri agli utensili per cacciare o per lavorare, dai libri ai dischi, alle fotografie, al cinema e al video.

In altri termini la memoria non è solo un bagaglio di conoscenze interno a ciascun individuo; essa si proietta all'esterno (esteriorizzazione), diviene collettiva perché condivisa, intersoggettiva, accessibile oltre l'*hic et nunc* (oggettivazione)<sup>22</sup>.

Ma, proprio in un'ottica interazionista, qualsiasi operazione di storytelling non è che una parte della memoria collettiva, la quale non diventerebbe tale se non tenesse in considerazione anche il modo in cui ogni individuo si rapporta all'insieme delle storie e alle loro manifestazioni (libri, dischi, registrazioni, fotografie, ecc.). A questo proposito sono illuminanti le parole di Halbwachs:

La memoria collettiva trae la propria forza e la propria durata dal fatto che ha per supporto un insieme di uomini; d'altra parte sono gli individui, in quanto membri di un gruppo, che ricordano [...]. Ciascuna memoria individuale è un punto di vista sulla memoria collettiva; questo punto di vista cambia a seconda del posto che occupa al suo interno e a sua volta questo posto cambia a seconda delle relazioni che io intrattengo con altre cerchie sociali. Non deve stupire dunque che dallo strumento comune ciascuno non tragga lo stesso spartito<sup>23</sup>.

Per quanto riguarda la memoria, il rapporto individuale-collettivo è dunque un rapporto fatto di una complementarità dialettica, di un equilibrio sempre imperfetto, sempre oscillante tra standardizzazione del ricordo privato e personalizzazione del ricordo comune. Di questo continuo oscillare tra pubblico e privato è prova il nostro rapporto memoriale con i mass media. Una notizia sul giornale, una canzone di successo, un programma televisivo o radiofonico di grande ascolto sono per loro natura affidati alla memoria collettiva, ma quando rievochiamo quei messaggi a distanza di anni lo facciamo passando attraverso il ricordo della nostra posizione individuale dell'epoca rispetto a quegli eventi di massa: domande del tipo "Dov'eri quando l'Italia ha vinto i Mondiali dell'82?", o "Come hai passato la notte dello sbarco sulla luna?", ricorrenti in ogni operazione pubblica o privata sulla nostalgia, gettano un ponte tra il mondo collettivo, in cui quei testi si inscrivono sotto forma di elementi di un archivio, e il mondo individuale, dove assumono il sapore del ricordo unico.

Queste interazioni tra privato e pubblico, tra individuale e collettivo hanno indirizzato la ricerca sulle narrazioni memoriali in una direzione molto

interessante e il risultato è stata la *Flashbulb Memory Theory*. In un saggio del 1977<sup>24</sup>, Brown e Kulik constatano che alcuni eventi di cronaca di grande rilevanza (citano quale esempio principe l'assassinio di John Fitzgerald Kennedy, ma oggi quello più calzante è l'attentato alle Torri Gemelle del 2001) hanno il potere di fissare nella nostra memoria individuale non solo l'evento in sé, ma soprattutto il momento in cui ne siamo venuti a conoscenza. La metafora del *flashbulb*, cioè del flash fotografico, spiega bene questo effetto: è come se il sopraggiungere di una notizia importante e/o inattesa scattasse un'istantanea della situazione di ricezione di quella stessa notizia o, se si preferisce, è come se la luce violenta e rapidissima del flash, spegnendosi, lasciasse impressa la scena sulla nostra retina. La lampada del flash non rischiara solo la scena principale, ma illumina, congelandolo per sempre, tutto ciò che sta intorno: non ci ricordiamo il crollo delle Torri Gemelle; ciò che è scolpito nella nostra personale memoria è il momento in cui abbiamo appreso la notizia del crollo, le *flashbulb memories* siamo noi più le torri, ciò che ricordiamo veramente è quello che stavamo facendo quando abbiamo appreso dell'attentato. Ci sono *flashbulb memories* di portata mondiale, l'11 settembre appunto, o Neil Armstrong che cammina sulla luna, e ce ne sono di dimensione nazionale: la bomba di Piazza Fontana, il rapimento di Moro, l'Italia che vince i mondiali. E infine ci sono *flashbulb memories* locali (un'alluvione, una grande nevicata, un vasto incendio), che investono una comunità più o meno circoscritta, che ti fanno sentire parte di quella comunità.

L'aspetto più importante è che la luce del metaforico flash salda per sempre memoria collettiva e memoria individuale e che poi, in forma ricorsiva, il racconto continuo dei ricordi individuali così fissati crea una memoria collettiva, per così dire, di secondo grado, in cui un gruppo o una generazione si riconosce tanto nell'evento che ha messo in funzione il flash quanto nella somma delle singole memorie individuali.

<sup>1</sup> S. Calabrese (a cura di), *Neuronarratologia: il futuro dell'analisi del racconto*, Archetipo libri, Bologna 2012.

<sup>2</sup> M. Minsky, *Teoria dei sistemi a frame*, a cura di D. Corno, in «Quaderni di Ricerche Semiotiche», I, 1, 1987, p. 81 (ed. or. 1974).

<sup>3</sup> D. Corno, *Nota a «Frame-system Theory»*, in «Quaderni di Ricerche Semiotiche», I, 1, 1987, p. 78.

<sup>4</sup> R.C. Shank, R.P. Abelson, *Script, piani e conoscenza*, in D. Corno, G. Pozzo (a cura di), *Mente, linguaggio, apprendimento*, La Nuova Italia Editrice, Firenze 1991, p. 3 (ed. or. 1977, p. 421).

- <sup>5</sup> D. Herman, *Il racconto come strumento di pensiero*, in Calabrese (a cura di), *Neuronarratologia*, cit., p. 99.
- <sup>6</sup> Chi vuole può trovare i fondamenti scientifici di questa mia affermazione apodittica in L. Anolli, *Mentire: tutti lo fanno, anche gli animali*, il Mulino, Bologna 2003, oppure in I. Leslie, *Bugiardi nati: perché non possiamo vivere senza mentire*, Bollati Boringhieri, Torino 2014 (ed. or. 2011).
- <sup>7</sup> D.R. Moates, G.M. Schumacher, *Psicologia dei processi cognitivi*, il Mulino, Bologna 1983, pp. 124-125 (ed. or. 1980).
- <sup>8</sup> S. Calabrese, *Retorica e scienze neurocognitive*, Carocci, Roma 2013, p. 32.
- <sup>9</sup> S. Gallagher, D. Zahavi, *La mente fenomenologica: filosofia della mente e scienze cognitive*, Raffaello Cortina, Milano 2009, p. 306.
- <sup>10</sup> M. Cometa, *Perché le storie ci aiutano a vivere*, Raffaello Cortina, Milano 2017, p. 120.
- <sup>11</sup> Smorti, *Narrazioni*, cit., p. 69.
- <sup>12</sup> L. Vygotskij, *Pensiero e linguaggio*, Barbèra, Firenze 1966, p. 217 (ed. or. 1934).
- <sup>13</sup> L. Berta, *Narrazione e neuroni specchio*, in Calabrese (a cura di), *Neuronarratologia*, cit., pp. 193-194.
- <sup>14</sup> G. Rizzolatti, L. Voza, *Nella mente degli altri. Neuroni specchio e comportamento sociale*, Zanichelli, Bologna 2008, p. 104.
- <sup>15</sup> P. Jedlowski, *Storie comuni: la narrazione nella vita quotidiana*, Bruno Mondadori, Milano 2000, p. 6.
- <sup>16</sup> P.L. Berger, T. Luckmann, *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna 1969, p. 29 (ed. or. 1966).
- <sup>17</sup> Ivi, p. 67.
- <sup>18</sup> S. Moscovici, *Il fenomeno delle rappresentazioni sociali*, in R. Farr, S. Moscovici, *Rappresentazioni sociali*, il Mulino, Bologna 1989, p. 41 (ed. or. 1984).
- <sup>19</sup> Ivi, p. 46.
- <sup>20</sup> Berger, Luckmann, *La realtà come costruzione sociale*, cit., pp. 145-146.
- <sup>21</sup> É. Durkheim, *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano 1962, p. 46 (ed. or. 1893).
- <sup>22</sup> P. Montesperelli, *Sociologia della memoria*, Laterza, Roma-Bari 2005, p. 7.
- <sup>23</sup> M. Halbwachs, *La memoria collettiva*, Unicopli, Milano 1996, p. 61 (ed. or. 1949).
- <sup>24</sup> R. Brown, J. Kulik, *Flashbulb Memories*, in «Cognition», 5, 1, 1977, pp. 73-99.

Parte seconda.  
Esempi e strategie

## 4.

# Storytelling nelle organizzazioni<sup>1</sup>

### 4.1. *Il bisogno di rappresentazione sociale*

Partiamo da un'insegna. Siamo nel 1935, in una piccola città italiana; la via è proprio in centro e, sui due lati, ha portici ricchi di negozi. Su una di quelle botteghe, due operai sono intenti a collocare un'insegna dipinta a mano: "Amilcare Gallo. Tessuti pregiati". Passano alcuni anni e, nel dopoguerra, una piccola correzione trasforma la scritta in "Amilcare Gallo e Figlio. Tessuti pregiati". Verso la fine degli anni Settanta arriva una seconda modifica: "Eredi di Amilcare Gallo. Tessuti pregiati". Infine, ai nostri giorni, sopra le vetrine di quel negozio leggiamo: "Eredi di Amilcare Gallo. Tessuti pregiati dal 1935".

Le poche parole in oro vergate sul fondo nero costituiscono, con i loro successivi rimaneggiamenti, il nucleo per una storia elementare di una organizzazione altrettanto elementare. Basta poco per raccontare un negozio, qualche nome e una data, il resto lo fanno i prodotti esposti in vetrina. Cionondimeno, anche una organizzazione semplice come quella di un negozio a conduzione familiare ha sentito, nel tempo, la necessità di raccontarsi e di farlo, come ci ricorda Petrucci, attraverso il racconto minimo dell'insegna:

Tre furono i terreni nei quali la borghesia impose il suo uso di scrittura esposta in forme d'apparato come simbolo di stato sociale personalizzato: innanzi tutto l'insegna del negozio, dell'impresa commerciale e finanziaria che non recò più soltanto un'indicazione generica di servizio o di produzione (fabbrica di mobili, banca, mesticheria, e così via), ma il nome del gestore e del proprietario esposto all'aperto in grandi caratteri; a segnare [...] la funzione celebrativa della nuova classe<sup>2</sup>.

Nell'insegna, così come nelle fotografie scattate davanti alla propria bottega e poi esposte all'interno, il commerciante borghese non cercava solo uno strumento che consentisse ai clienti di localizzare la propria impresa, ma, soprattutto, un mezzo per giungere a una rappresentazione sociale dell'organizzazione di cui era il centro, cioè per transitare dal prodotto alle persone che vi stavano dietro.

Passiamo ora ad altre insegne, immaginiamo quella dell'INPS, quella del-

l'Agencia delle Entrate o la scritta che sovrasta il municipio di una grande città: quale sarà la capacità di quelle insegne di rappresentare la natura e la storia dell'organizzazione che individuano? La risposta è ovvia: mentre l'insegna del negozio costituiva un racconto sufficientemente dettagliato, l'insegna di una grande organizzazione svolge funzione di logo, di elemento distintivo, di richiamo memoriale, ma certamente non di narrazione o, quantomeno, non di narrazione adeguata alla complessità di ciò che deve essere raccontato.

E tuttavia, proprio come il negozio e ancor più del negozio, una grande organizzazione necessita non solo di loghi, ma di racconti, perché i racconti sono la garanzia del suo esistere sociale e del suo perdurare nel tempo.

Contrariamente all'organizzazione elementare del negozio, l'organizzazione complessa palesa al pubblico solo una minima parte di sé e, sempre contrariamente al negozio, può svolgere una molteplicità di funzioni non tutte facilmente riconducibili alla *mission* principale. Pensiamo, come organizzazione, alla "macchina comunale" di una metropoli. Potremmo affermare, con superficialità, che la *mission* di un Comune è l'amministrazione del comune stesso, ma quali compiti, quali relazioni si celano dietro la parola "amministrazione"? Dalle contravvenzioni per divieto di sosta al sostegno ai disabili, dai "viali e alberate" alle ludoteche, dalle biblioteche alle scuole per l'infanzia: la macchina comunale è un organismo difficilmente circoscrivibile a un'identità ben definita, è un'entità multiforme di cui il cittadino percepisce, come una sorta di rivestimento esterno, l'elemento unificante (quel "Comune di..." che precede l'intitolazione dei vari settori), ma che, sempre al cittadino, rimane sostanzialmente inconoscibile nelle sue molteplici declinazioni, anche quando queste si presentano al pubblico. Atteso dunque che qualsiasi organizzazione ha necessità di una propria rappresentazione sociale, quella complessa, per le ragioni che vedremo di seguito, deve riuscire a non ignorare, in questo processo di auto-rappresentazione, le proprie parti meno visibili o meno legate alla *mission* e/o al *core business*. In sostanza, contrariamente alla comunicazione pubblicitaria, che può limitarsi a mettere in luce gli aspetti più immediatamente legati alla fruizione del prodotto venduto al cliente o del servizio fruito dall'utente, l'auto-rappresentazione istituzionale deve tener conto di tutti gli elementi che compongono l'organizzazione, senza fare distinzioni tra palesi e nascosti o, per meglio dire, senza consentire che quelli nascosti rimangano tali.

#### 4.2. Auto-rappresentazioni esterne e interne

L'idea che l'organizzazione dia di sé una rappresentazione destinata a chi di

essa non fa parte è quella più tradizionalmente legata alla logica della comunicazione istituzionale ed è già presente in quella storia minimale che è l'insegna: mi racconto perché gli altri scoprono chi sono. Dall'insegna al logo, dalla carta intestata al biglietto da visita, dallo spot pubblicitario ai redazionali sulla carta stampata, un enorme apparato è al servizio dell'immagine esterna; eppure, malgrado la forza di tale apparato, il rischio che più frequentemente si corre è quello di fornire un'immagine parziale, un'immagine che, come abbiamo visto, privilegia il palese e penalizza ciò che è nascosto. Ma perché questo è un rischio? Perché rendere visibili all'esterno le funzioni di *back office*? Due le possibili risposte. La prima concerne il rapporto empatico che l'organizzazione deve istituire con i propri clienti e con i propri utenti; se il tardo Ottocento e il Novecento hanno visto il trionfo della "Società Anonima" come promotrice del consumo massificato, l'inizio del nuovo millennio marca, in Italia come all'estero, una rivalutazione della figura dell'imprenditore nel ruolo di garante della qualità del prodotto e del patto fiduciario con il pubblico. I titolari delle aziende (Giovanni Rana, Francesco Amadori, Ennio Doris solo per citare tre casi famosi) compaiono nei filmati pubblicitari per dare un volto ai loro prodotti; ma in tempo di crisi anche l'amichevole presenza padronale può non bastare a creare empatia, ed ecco spuntare nel panorama pubblicitario i racconti delle maestranze (Giovanni Rana, Star, Poltrone e sofa): il principio di fondo di queste narrazioni pseudo-autentiche, di questo para-fiction storytelling, è quello di fornire l'immagine di un'impresa che non solo si assume responsabilità verso il prodotto e il cliente, ma che fa sua, attraverso l'impegno occupazionale e il rispetto dei lavoratori, una precisa responsabilità sociale e, in questo modo, costruisce intorno a sé consenso.

Si definisce irresponsabile un'impresa che al di là degli elementari obblighi di legge suppone di non dover rispondere ad alcuna autorità pubblica e privata, né all'opinione pubblica, in merito alle conseguenze in campo economico, sociale e ambientale delle sue attività. Tra queste vanno considerate: le strategie industriali e finanziarie; le condizioni di lavoro offerte ai dipendenti nel paese e all'estero; le politiche dell'occupazione; il rapporto dei prodotti e dei processi produttivi con l'ambiente; l'impiego dei fondi che le sono stati affidati dai risparmiatori in forma di azioni o obbligazioni; la redazione dei bilanci; la qualità conferita ai prodotti; i rapporti con le comunità in cui opera; le localizzazioni o delocalizzazioni delle attività produttive; il comportamento fiscale<sup>3</sup>.

L'impresa che voglia provare a fugare i sospetti di irresponsabilità può dunque ricorrere alla rappresentazione (positiva, s'intende) delle condizioni dei lavoratori, può cercare di rendere palesi le strutture di produzione, quelle che normalmente rimangono celate al consumatore (si pensi alle

pubblicità delle automobili e alla cura che essa pone nel non mostrare mai stabilimenti o catene di montaggio).

Dal momento che, nelle righe precedenti, ho chiamato più volte in causa la pubblicità, mi vedo costretto a chiarire una scelta di campo: va da sé che la pubblicità e il marketing sono ambiti nei quali lo storytelling è da sempre protagonista (quasi tutti gli italiani nati, come me, negli anni Sessanta serbano tra i loro più cari ricordi infantili quello degli ingenui raccontini pubblicitari di Carosello), ma, proprio perché allo storytelling in pubblicità andrebbero dedicate decine di volumi, qui mi asterrò (o quasi) dal parlarne. Tuttavia, prima di riprendere il discorso sulle organizzazioni, vorrei presentare una distinzione che nello storytelling pubblicitario è estremamente importante, quella tra storytelling d'impresa e storytelling di prodotto. Non occorre essere esperti di processi comunicativi per constatare che in alcuni casi la pubblicità (non importa se affissionale, radiofonica, televisiva o altro) "racconta" un'impresa o un marchio, mentre in altri si concentra su un singolo prodotto. Una narrazione d'impresa privilegerà i valori dell'impresa stessa (responsabilità, qualità, continuità nel tempo, affidabilità, disponibilità verso il cliente, ecc.) e, nel fare questo, non differirà troppo dall'auto-rappresentazione esterna di qualsiasi organizzazione. Una narrazione di prodotto mirerà invece a raccontare una storia (fiction, para-fiction e, molto più raramente, non-fiction) intorno al prodotto e non necessariamente la storia (nel senso di genesi) del prodotto, come invece avveniva nell'esempio a proposito della t-shirt posturale. Intuitivamente potremmo pensare che, in questa storia, il prodotto (o il servizio) rivesta, nel programma narrativo, il ruolo attanziale di Oggetto di valore, ma sbaglieremmo: in una narrazione di prodotto, l'acquirente è il Soggetto che vuole raggiungere un Oggetto di valore rappresentato, normalmente, da qualcosa che non è immediatamente in vendita (l'amore, il successo, la felicità, ecc.); il prodotto (quello sì in vendita) è, narratologicamente, l'Aiutante che permette al soggetto di conquistare l'Oggetto di valore. Un esempio per tutti. In alcune pubblicità di profumi per uomo si vede una mano femminile che apre, a uno a uno, i bottoni della camicia indossata da un uomo; naturalmente lo fa perché la donna che comanda quella mano non può resistere al profumo di lui: l'uomo che indossa la camicia è il Soggetto, l'amplesso (o, a essere più romantici, la seduzione) è l'Oggetto di valore, il profumo è l'Aiutante, mentre l'Opponente è rappresentato da tutti quelli che potrebbero sedurre la donna al posto del Soggetto.

Chiusa la parentesi sulla pubblicità torniamo a occuparci delle organizzazioni e dei loro valori, perché la necessità di incarnare una responsabilità sociale non investe solo il comparto industriale o solo quello privato; né si

tratta soltanto di esibire un corretto trattamento delle maestranze; l'auto-rappresentazione pubblica del *back office* serve, più in generale, a fornire un "volto umano" all'organizzazione. *Persone oltre le cose*, questo è lo slogan di una società della grande distribuzione italiana; una sorta di manifesto (sul quale torneremo ancora in seguito) di umanità nel business che ben può adattarsi anche ai settori dove il business non c'è: "Persone oltre le tasse" per l'Agenzia delle Entrate, "Persone oltre le cure" per gli ospedali, "Persone oltre i treni" per Trenitalia... La pubblica amministrazione, le partecipate, la scuola, la sanità e, più in generale, le organizzazioni pubbliche hanno più che mai bisogno di liberarsi dallo stigma kafkiano che le vorrebbe (spesso con ragione) ottuse e disumane, hanno necessità, ben più delle imprese private, di raccontare le storie di chi le anima.

Rendere visibile all'esterno il *back office* ha però anche una funzione interna all'organizzazione, quella di gratificare il personale e di rendere più coesa l'organizzazione stessa; l'auto-rappresentazione è come la fotografia di una squadra: possono comparirvi giocatori, tecnici, persino magazzinieri e guardarobieri, ma chi non vi compare si sente necessariamente escluso e il suo grado di motivazione scende.

Infine, l'auto-rappresentazione verso l'esterno può avere valore funzionale nei casi in cui, come abbiamo visto nell'esempio del Comune, l'organizzazione persegue finalità eterogenee e svolge attività poco note alla massa dei potenziali utenti: raccogliere e rendere fruibili le narrazioni intorno a come si lavora in una ludoteca o in un servizio per la disabilità significa, banalmente, ricordare ai cittadini che la pubblica amministrazione non è fatta solo di tasse e di norme, ma anche di persone che lavorano per altre persone, spesso con dedizione ed entusiasmo.

Passiamo ora alle auto-rappresentazioni interne. Se il negoziante o l'impresa familiare non hanno bisogno di spendere troppe energie per descrivere a loro stessi come è composta l'organizzazione, è evidente che, al crescere delle dimensioni e della complessità, l'esigenza di auto-rappresentarsi al proprio interno si fa pressante. A questo scopo nascono gli organigrammi, ma gli organigrammi non sono che schemi aridi e, quando sono realizzati su un supporto fisico (cartaceo o di materiale plastico) prevedono delle fessure o delle finestrelle che permettono di inserire e di rendere intercambiabili i nomi delle persone; sì, perché gli organigrammi non parlano di persone, ma di ruoli, cioè della negazione di fatto della persona, la quale si annulla a beneficio della funzione che svolge. Gli organigrammi forniscono informazioni sulla struttura, sul contenitore, ma rivelano assai poco del contenuto e questa, per un'organizzazione, è un'auto-rappresentazione insufficiente non solo sotto il profilo etico e umano, ma anche e soprattutto

sotto il profilo funzionale: un'organizzazione in cui le varie parti non si conoscono, in cui le persone non si rendono conto di avere a che fare con altre persone (e quindi con potenzialità, ma anche con debolezze, stress, rivalità, affettività, ecc.), è un'organizzazione i cui membri sono destinati a non collaborare e a non supportarsi vicendevolmente.

Non ci è difficile, all'interno di una grande impresa o di un grande servizio pubblico, immaginare i vari settori come entità separate, bisognose ognuna di visibilità all'interno dell'organizzazione esattamente come il piccolo imprenditore commerciale ha bisogno di rappresentazione sociale verso l'esterno. Certo, la necessità di visibilità risponde ad esigenze di riconoscimento sociale dell'individuo e della piccola collettività di reparto, ma ancor di più risponde ai criteri di un buon funzionamento, perché le relazioni, i verbali e i documenti possono non essere sufficienti a garantire l'armonizzazione del lavoro collettivo.

A questo proposito è paradigmatico un racconto di Primo Levi, dal titolo *Cromo*, contenuto nella raccolta *Il sistema periodico*; eccone un passaggio:

Bruni ci raccontò un fatto in cui era stato lui stesso implicato, ed a misura che raccontava, io mi sentivo invadere da sensazioni dolci e tenui che cercherò poi di chiarire: devo premettere che Bruni ha lavorato dal 1955 al 1965 in una grande fabbrica in riva a un lago, la stessa dove io ho imparato i rudimenti del mestiere verniciario negli anni 1946-47. Raccontò dunque che, quando era laggiù responsabile del reparto Vernici Sintetiche, gli era capitata per mano una formulazione di un'antiruggine ai cromati che conteneva un componente assurdo: nulla meno del cloruro d'ammonio, il vecchio ed alchimistico Sale Ammoniacco del tempio di Ammone, assai propenso a corrodere il ferro piuttosto che a preservarlo dalla ruggine. Aveva chiesto ai suoi superiori ed ai vecchi del reparto: sorpresi ed un po' scandalizzati, gli avevano risposto che in quella formulazione, che corrispondeva a venti o trenta tonnellate almeno di prodotto al mese ed esisteva da almeno dieci anni, quel sale «c'era sempre stato», e che lui era un bel tipo, così giovane d'anni e di impiego, a criticare l'esperienza di fabbrica, ed a cercarsi rogne domandando il perché e il percome. Se il cloruro d'ammonio era in formula, era segno che serviva a qualcosa; a cosa servisse, nessuno sapeva più, ma che si guardasse bene dal toglierlo, perché «non si sa mai». Bruni è un razionalista, e c'era rimasto male; ma è anche un uomo prudente, e perciò aveva accettato il consiglio, per cui in quella formulazione, ed in quella fabbrica in riva al lago, a meno di ulteriori sviluppi, il cloruro d'ammonio si mette tuttora; eppure esso è oggi totalmente inutile, come posso affermare con piena coscienza di causa, perché nella formulazione l'ho introdotto io<sup>4</sup>.

Il narratore, alter ego dell'autore, racconta poi come il cloruro d'ammonio, così strano per quella formulazione, fosse stato introdotto per correggere i difetti di una partita di materia prima che si era esaurita probabilmente dieci anni prima. Cos'era dunque successo per far sì che una soluzione temporanea divenisse permanente senza ragione? Era accaduto che Primo Levi si era licenziato poco dopo aver escogitato l'espedito del cloruro

d'ammonio e che quelli che lo avevano rimpiazzato (tra cui il Bruni del racconto) non avevano mai ricevuto alcun passaggio di consegne a quel proposito. La morale della favola (o, per meglio dire, del racconto) è che senza auto-rappresentazioni interne l'organizzazione rischia di lasciar fuggire, come da una grossa falla, uno dei suoi beni più preziosi: la conoscenza.

Ma Primo Levi ci svela anche un'altra verità. La storia della conservazione di quell'inutile prassi aziendale (e di altre ancora) non emerge durante una riunione o durante una discussione tecnica, bensì nel corso di una cena tra colleghi, ed emerge in forma di racconto orale; dunque, non sono necessariamente i verbali e le relazioni tecniche a consolidare il sapere collettivo dell'organizzazione: molto di più, in questo senso, possono fare gli scambi informali e soprattutto le narrazioni.

La principale modalità con cui ogni individuo organizza la propria comprensione del mondo (e di sé) è, come abbiamo visto, rappresentata dalla narrazione. L'atto di raccontare è alla base non solo della possibilità di esprimere e rendere noto agli altri (e a se stessi) quel sapere sul mondo (e su di sé) che ciascuno custodisce al proprio interno, un sapere magari ancora implicito, inconsapevole, inespresso: ma anche della stessa strutturazione del pensiero (e dell'identità individuale), ovvero della peculiare possibilità di attribuire significati all'esperienza (e all'esperienza di sé) che è propria della nostra specie<sup>5</sup>.

#### 4.3. Perché utilizzare lo storytelling nelle organizzazioni?

Se torniamo per un attimo alle definizioni di “storia” viste nel primo capitolo e all'idea di programma narrativo esposta nel secondo, riusciamo a mettere in evidenza alcuni elementi fondamentali per motivare l'uso del racconto nell'organizzazione.

Ogni storia origina da un *soggetto*; senza soggetto non può esservi storia (possono esserci, come abbiamo visto, dati, informazioni, statistiche, schemi, ma non storia). Quando la storia è “vera” (non-fiction storytelling) e non semplicemente “verosimile” (fiction, para-fiction), il soggetto è una persona; per questo motivo, all'interno dell'organizzazione, le storie sono i testi che meglio rispondono all'esigenza di parlare delle “persone oltre le cose”.

Le storie, essendo percorsi diretti al conseguimento di un *oggetto di valore* da assumersi come obiettivo da raggiungere, dichiarano con chiarezza le motivazioni delle persone. Come l'esempio del racconto di Primo Levi ha mostrato, non sempre, all'interno dell'organizzazione, i motivi per i quali i membri agiscono sono esplicitati, sono codificati o anche solo rientrano nei

criteri di razionalità. L'intera opera di Herbert A. Simon, e, in particolare, il famosissimo *Il comportamento amministrativo*<sup>6</sup>, ci mostra come, per studiare il comportamento umano nelle organizzazioni, non si debba partire dagli organigrammi, ma dalle decisioni e dalle motivazioni di quelle decisioni; ma soprattutto ci mostra che quelle decisioni sono assunte in base a una "razionalità limitata". Possiamo dunque individuare nelle motivazioni una componente razionale e una irrazionale e se la prima, per la sua natura, è rilevabile, a priori o a posteriori, in base a una documentazione non necessariamente narrativa (ordini di servizio, formule, processi di lavorazione, verbali, procedure codificate), la seconda può essere esplicitata solo a posteriori e solo attraverso il racconto. In sostanza, quando si chiede a qualcuno di narrare una storia relativa al suo agire all'interno dell'organizzazione, è molto probabile che emergano ragioni che vanno al di là degli ordini ricevuti o dei compiti istituzionali di quella persona, ragioni che hanno a che vedere con i desideri personali, con le passioni, con gli elementi di contesto e con tutti gli aspetti perturbativi dovuti alla soggettività.

Se il termine *obiettivo* mette l'accento sull'intenzionalità e sui motivi dell'azione, *raggiungere* si focalizza sulla valenza dinamica della narrazione: una storia è sempre un "movimento". Mentre l'organigramma è statico, è l'immagine di una cristallizzazione, il racconto rappresenta un divenire, un'evoluzione. L'organizzazione che si racconta dà conto delle proprie trasformazioni, fa memoria di sé. E, proprio come in fisica, "movimento" introduce una variabile tempo, dà alla rappresentazione una temporalità, un presente e un passato.

Ma il percorso per il raggiungimento dell'obiettivo deve prevedere l'ostacolo rappresentato dall'agire dell'Antagonista (o Opponente): nell'esperienza lavorativa, aggregativa, nella vita in generale, ben pochi sono i risultati che si possono ottenere seguendo un cammino piano e privo di asperità e quei pochi non ci interessano o, meglio, non interessano la narrazione, neppure quella più spontanea. Raramente, anche in un flusso narrativo orale e informale, ciò che non ha creato problemi assume rilevanza; nella narrazione spontanea, così come in quella letteraria, prevale il principio che Tolstoj enuncia nell'incipit di *Anna Karenina*: «Tutte le famiglie felici si somigliano; ogni famiglia infelice è invece disgraziata a modo suo». Il racconto della felicità permanente, oltre ad essere tremendamente noioso, è una sorta di ossimoro, perché, come spiega Bremond nel suo *Logica del racconto*<sup>7</sup>, il racconto stesso è una catena di miglioramenti e peggioramenti, di successi e di capitolazioni. Le storie dentro l'organizzazione hanno dunque lo straordinario pregio di ruotare intorno alle difficoltà, intorno agli ostacoli che rendono difficile, se non impossibile, l'adempimento dei compiti; le

storie ci possono parlare di stress, mettendo in primo piano le persone, ma anche di inadeguatezza delle procedure rispetto al raggiungimento degli obiettivi, spostando l'attenzione sul processo o sui mezzi per la produzione del risultato (prodotto o servizio). Emblematico, in questo senso, il progetto "Qualità totale" introdotto da Vittorio Ghidella e da Cesare Romiti alla Fiat tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio del decennio successivo; cuore del progetto sono i "Circoli di qualità" composti da gruppi di dipendenti che restano in fabbrica dopo l'orario di lavoro e discutono insieme del prodotto e delle possibili modifiche sia all'organizzazione sia alle tecniche di produzione. E quelle discussioni partono da racconti di fabbrica, da aneddoti di catena di montaggio, da autentiche narrazioni per approdare a un diverso stile di gestione dell'organizzazione.

La qualità totale costituì il punto di partenza di profondi cambiamenti dei sistemi organizzativi, del sistema produttivo, dei metodi gestionali. Queste innovazioni organizzative richiesero ai dirigenti e ai quadri aziendali di assumere nuove responsabilità, di sviluppare competenze e comportamenti necessari per l'implementazione. Lo stile basato sul comando e controllo si rivelava sempre meno adatto a gestire una crescente complessità all'interno e all'esterno delle imprese<sup>8</sup>.

Lo schema attanziale di Greimas (vedi par. 2.5) prevede, oltre a quello di Opponente, anche il ruolo di Aiutante. Aiutanti e Antagonisti sono personaggi secondari solo all'apparenza: dei secondi l'eroe non può fare a meno e, quasi sempre, non può rinunciare neppure ai primi. Difficilmente una storia di organizzazione diventa un'epopea individuale; al contrario, proprio attraverso il gioco degli Aiutanti e degli Opponenti, spesso essa descrive logiche di cooperazione e di ostilità, di aiuto e di ostacolo, descrive cioè, nel bene e nel male, la rete di relazioni che è il vero scheletro dell'organizzazione.

Guidando un lavoro di storytelling aziendale per una grande impresa multinazionale con base nel Nord-Italia, mi sono imbattuto in due storie di stabilimento particolarmente emblematiche per ciò che attiene ai rapporti di cooperazione. Un primo gruppo aveva messo a fuoco i tre giorni più brutti nella storia della fabbrica, quelli in cui le acque di un vicino torrente, ingrossato dalle piogge autunnali, avevano invaso i capannoni e messo a rischio tanto i macchinari quanto le scorte di materie prime e gli stock di prodotto pronti per la consegna. Ne era emerso un racconto circolare in cui ogni personaggio intervenuto volontariamente (l'allagamento si era verificato di domenica) per salvare lo stabilimento narrava il modo in cui era stato coinvolto dai colleghi e il modo in cui lui, a sua volta, aveva chiamato nuove forze; un racconto sulla potenza delle relazioni interpersonali. Di tale potenza rendeva conto anche la seconda storia, quella che raccontava di

come una segretaria si fosse presa cura di una nuova collega non udente al punto da seguire, supportata dall'azienda, un corso di linguaggio dei segni.

#### 4.4. *I racconti si ricordano meglio*

Direttamente connessa al processo di figurativizzazione (vedi par. 2.6), ma non solo a quello, è la forte memorabilità dei racconti. Come abbiamo visto nella definizione di *memoria episodica* (vedi par. 3.2), gli aneddoti creano dei punti memorabili attorno ai quali il gruppo trova la propria identità e la manifesta ai nuovi arrivati, a chi sta o stava fuori. La stessa cosa accade nelle organizzazioni più complesse dove, come ci ricorda Gian Piero Quaglino, gli aneddoti diventano

Storie. Episodi e casi, avvenimenti ed eventi, vicende e vicissitudini, accidenti e incidenti: tessere infinite delle nostre vite organizzative, frammenti di vita vera, pezzi di vita vissuta che divengono narrazione, che si fanno, appunto, storia. Ogni giorno ci proviamo a raccontare della nostra vita organizzativa. Ne abbiamo evidentemente un gran bisogno. Abbiamo bisogno di raccontare perché sappiamo bene che ciò di cui stiamo parlando ne guadagna così in espressività e in suggestione, in evocazione e in risonanza, in vicinanza e in complicità<sup>9</sup>.

Soprattutto, ciò di cui stiamo parlando ne guadagna in concretezza e in memorabilità, ne guadagna in rilevanza e in capacità di diventare elemento identitario. Nel paragrafo precedente ho fatto cenno alla storia dei dipendenti che, durante un'alluvione, accorrono in fabbrica per salvare il salvabile; nel raccontarla, i protagonisti avevano aggiunto un particolare curioso, un aneddoto appunto, che, più o meno, recitava: "il lunedì successivo all'allagamento, la fabbrica era in grado di riprendere il lavoro, avevamo ripulito tutto e asciugato tutto, ma quando Gino si avvicinò al distributore automatico di merendine vide che il vano in basso, quello in cui cadono i prodotti, era ancora pieno d'acqua e dentro era rimasta intrappolata una carpa; era ancora viva, la prendemmo e la gettammo nel torrente, anche se più d'uno propose di mangiarla". Ecco, l'aneddoto della carpa non è funzionale all'azione svolta dai personaggi, il racconto di come i dipendenti salvarono lo stabilimento sarebbe efficace anche senza il particolare del pesce nel distributore automatico, ma l'immagine della carpa nella vaschetta delle merendine, per quell'azienda, rimarrà sempre l'icona della ripresa dopo la tempesta e i vecchi operai la proporranno ai nuovi assunti fino a che anche quel racconto assumerà le caratteristiche e le funzioni del mito. Sviluppare le narrazioni organizzative significa allora prestare molta attenzione agli aneddoti, i quali, tra l'altro, fungono da effetti di realtà (vedi par. 2.7).

#### 4.5. *Qualche suggerimento per narrare nelle organizzazioni*

Prima di passare alle indicazioni concrete, prendiamoci un piccolo spazio per fare una sintesi di quanto detto in questo capitolo.

*I racconti sull'organizzazione:*

- Un'organizzazione può narrare se stessa all'esterno per
  - comunicare la propria “missione” ai suoi utenti;
  - rendersi evidente nel contesto sociale;
  - promuoversi.
- Perché questi obiettivi vengono raggiunti più facilmente attraverso le storie?
  - perché le storie sono “amichevoli” e ognuno vi si può riconoscere;
  - perché le storie si ricordano facilmente.

*I racconti dentro l'organizzazione:*

- Un'organizzazione può narrarsi al proprio interno per:
  - rendere noti al gruppo i propri valori;
  - condividere e trasferire esperienza;
  - comprendere le proprie dinamiche;
  - perché è fatta di persone e le persone si rappresentano attraverso la loro storia.
- Perché questi obiettivi vengono raggiunti più facilmente attraverso le storie?
  - perché le narrazioni calano i valori e le esperienze in una dimensione concreta, reale, umana e memorabile;
  - perché le autobiografie sono storie “vicine” e accessibili.

All'interno dell'organizzazione quindi lo storytelling funziona bene a diversi livelli, ma il suo impiego deve tenere conto del fatto che la naturalità del raccontare è apparente e ingannevole. L'aver detto e ribadito che la comunicazione narrativa è una forma archetipica di interazione umana non deve infatti indurci a credere che il raccontare sia sempre facile e spontaneo; può esserlo, in forma orale e in contesti informali (un resoconto della giornata ai familiari, un aneddoto narrato agli amici), ma di norma non lo è quando il contesto si caratterizza per una certa ufficialità e quando il narrare richiede il rispetto di un codice linguistico più complesso del parlato standard (si pensi alla difficoltà che abbiamo oggi nello scrivere una semplice lettera a un familiare). Se è vero che nelle organizzazioni noi troviamo anche un circuito comunicativo che favorisce la narrazione informale (chiacchierate in sala mensa, al bar, tra colleghi...) è altresì vero che questo circuito produce racconti non registrabili e non utilizzabili ad alcun fine. Detto altrimenti, se noi vogliamo raggiungere anche uno solo degli obiettivi appena enumerati, i racconti informali, così spontanei, ma anche così privati e così volatili, non ci sono di alcuna utilità. Dunque, affinché i racconti “sull'organizzazione” e i racconti “nell'organizzazione” possano essere utili all'organizzazione stessa è necessario operare ad un livello formale, cioè a un livello nel quale il raccontare diventa un “compito assegnato”. In alcuni

casi è ovvio che la natura di “compito” non pone alcun problema a chi deve realizzare la narrazione: non pone problema, ad esempio, al pubblicitario che deve creare uno spot narrativo o a un esperto di comunicazione che deve realizzare uno storytelling su un’azienda; al contrario, quando l’operazione di raccontare è richiesta a qualcuno che non è preposto a questo compito, di fronte all’obbligo o anche solo all’invito alla narrazione possono nascere alcune difficoltà, alcuni “effetti distortenti”.

1. *Effetto “compito in classe”*. In un’organizzazione con struttura gerarchica, qualunque attività richiesta o proposta “dall’alto” viene percepita come una *performance* e come un test. “Se mi chiedono di raccontare qualcosa – si dice il dipendente di un’azienda o di un ente pubblico – vuol dire che sarò valutato su quel racconto”. Di fronte all’eventualità di una valutazione, il soggetto perde ogni spontaneità, non narra ciò che gli sta a cuore o ciò che lo ha colpito, ma ciò che ritiene la direzione, o chi per essa, voglia farsi raccontare. A prevalere è quindi una logica binaria del tipo *rivelare vs. compiacere*. La persona incaricata di narrare si domanderà se le sia lecito e se sia conveniente narrare qualcosa che i vertici non conoscono, correndo il rischio di scontentarli, di deluderli e di irritarli (ad esempio rivelando la presenza di un malcontento diffuso o di errori organizzativi) o se, viceversa, sia più produttivo, a titolo individuale, dare l’impressione che tutto funzioni bene, offrire conferme anziché dubbi. È evidente che il valore conoscitivo della compiacenza è praticamente nullo, mentre massimo è quello della rivelazione, ma la rivelazione può comportare pericoli che non sempre il soggetto è disposto ad affrontare. Vi è poi una seconda dicotomia legata all’idea di valutazione, quella che oppone *giusto a sbagliato*. Quand’anche il lavoro di narrazione non comportasse scelte di opportunità o quando questo tipo di valutazioni fosse superato, il narratore si troverebbe comunque confrontato al dubbio su una possibile valutazione qualitativa. “Il mio racconto è abbastanza interessante?”; “Ho fatto qualche errore di grammatica?”; “Se trovano degli errori nella mia scrittura, mi penalizzano sul lavoro?”; queste le domande che, più o meno consciamente, un dipendente si pone quando la direzione gli chiede di scrivere. L’effetto “compito in classe” si contrasta con un lavoro preparatorio che illustri le ragioni per le quali l’organizzazione chiede ai suoi membri di narrare e di narrarsi. Queste ragioni devono essere tali per cui chi narra sia portato ad escludere, da parte dei vertici, qualsiasi intento valutativo o, ancor peggio, penalizzante. In taluni casi, come ad esempio nei progetti di qualità cui si è fatto cenno in precedenza, si potrebbe introdurre un criterio valutativo determinato non dalla qualità del racconto, ma dalla sincerità e dall’originalità del punto di vista che il racconto stesso porta

sull'organizzazione. Un ulteriore contributo alla creazione di un clima di narrazione disteso e collaborativo potrebbe essere offerto facendo comprendere che si privilegia il processo anziché il prodotto (vedi par. 4.6). Infine, lo scoglio della scrittura potrebbe essere aggirato attraverso forme di narrazione multimediale (vedi par. 1.6).

2. *Effetto "Grande Fratello"*. Un'altra forma di diffidenza che di solito si riscontra all'interno delle organizzazioni rispetto al racconto è quella che chiama in causa lo spettro di un controllo globale, la paura che i livelli superiori utilizzino il pretesto della narrazione per farsi confidare dai sottoposti particolari rilevanti della loro vita privata, o, addirittura, per trasformare i dipendenti in delatori. Può sembrare un atteggiamento paranoico, ma la cultura d'impresa non è aliena a questo tipo di indagine: il 5 agosto del 1971, il pretore Raffaele Guariniello fa irruzione nell'ufficio Servizi Generali della Fiat e scopre un archivio di più di 350.000 schede che parlano delle opinioni politiche e religiose, della vita privata e della condotta sessuale di migliaia di lavoratori Fiat e dei loro familiari, un archivio costruito in vent'anni di spionaggio<sup>10</sup>. Anche se sono passati diversi decenni da quella scoperta, o forse proprio perché il passare del tempo ha fatto abbassare la guardia su alcune derive delle condotte aziendali, è assolutamente necessario che chi narra percepisca, in chi gli chiede di narrare, un atteggiamento leale, è necessario cioè che egli non si senta "usato". Certo, talvolta la soluzione più semplice è quella di rendere anonima la narrazione, ma non sempre il risultato è confortante. In primo luogo, l'offerta di anonimato può suonare come *excusatio non petita*, cioè come *accusatio manifesta* del fatto che qualcosa di quei racconti potrà trasformarsi in strumento di controllo se non di ricatto. In secondo luogo, per alcune forme di narrazione come il *digital storytelling*, la chiara identificabilità di chi racconta è condizione necessaria per la buona riuscita dell'operazione.
3. *Effetto "tema libero"*. Se il primo errore che si può commettere nell'approccio narrativo è quello di considerare facile il narrare, il secondo, discendente dal primo, è quello di credere che la totale libertà di ispirazione sia un elemento di semplificazione. Niente di più falso e per capirlo basta pensare ai mille tentennamenti che suscitavano nei più i temi "liberi" a scuola. Alle precedenti definizioni di racconto aggiungiamo ora questa: "Il racconto è una lente di ingrandimento su un particolare aspetto della realtà". Non è sempre vero, ma nella maggior parte dei casi lo è e soprattutto lo è quasi sempre nell'uso che si fa della narrazione in ambito organizzativo. Quando usiamo il racconto dentro l'organizzazione (e, talvolta, anche quando lo usiamo verso l'esterno), noi vogliamo mettere a fuoco

un particolare aspetto della vita all'interno di essa; può essere il senso di appartenenza o il disagio, la voglia di collaborare o il desiderio di un lavoro individualistico, la gratificazione di veder riconosciuto il proprio operato o la sensazione di "invisibilità", ma un focus deve essere sempre presente nelle indicazioni che accompagnano l'invito a raccontare. La focalizzazione su un determinato aspetto rende la narrazione funzionale al raggiungimento di un altrettanto determinato obiettivo: nelle organizzazioni, a meno che non si tratti delle attività del circolo ricreativo, non si fanno concorsi letterari, non si premia il testo per il testo e per questo non ha senso lasciare come consegna "racconta ciò che vuoi". E oltre a non essere utile a fini conoscitivi, la completa libertà di ispirazione e sviluppo determina, in chi deve creare il racconto, un senso di smarrimento: da dove cominciare? cosa raccontare? con quale stile? Un modo quasi certo per far fallire un progetto narrativo è quello di non considerare che la stragrande maggioranza delle persone non è affatto abituata a narrare in modo formalizzato. Il possesso del codice linguistico della lingua storico-naturale (italiano, francese, inglese, ecc.) non garantisce per nulla il possesso di quel meta-linguaggio che è il codice narrativo, saper scrivere in lingua italiana (o francese, o inglese...) non significa automaticamente saper narrare in quella lingua. Questi "narratori inesperti" devono quindi essere facilitati nel loro lavoro attraverso chiare consegne e attraverso una precisa delimitazione del campo di osservazione; non il tema libero, ma un tema ben definito. Così come ben definita dev'essere anche la lunghezza del prodotto narrativo che si vuole ottenere: che si tratti di racconto scritto o di digital storytelling, deve essere specificato fin dall'inizio il numero massimo e il numero minimo di battute richieste o il minutaggio auspicato. Per fare storytelling bisogna comprendere che i vincoli, anziché d'ostacolo, sono d'immenso aiuto.

4. *Effetto "superlavoro"*. Se il progetto che prevede un approccio narrativo si realizza in un ambito professionale e ancor più in un ambito di lavoro subordinato, non è inusuale che quella che ai dirigenti pare una "bella iniziativa rilassante" venga percepita come un appesantimento di compiti già di per sé gravosi. Di sicuro è del tutto controproducente proporre di svolgere l'attività di narrazione nel tempo libero, ma anche prevedendo di dedicare ad essa alcune ore in orario lavorativo è possibile che l'idea di un onere aggiuntivo non si allontani; non basta ritagliare un "tempo per narrare", bisogna anche fare in modo che le persone coinvolte nel progetto vengano alleggerite di parte del loro abituale carico di lavoro, perché il terzo errore che di solito si commette è quello di pensare che il raccontare non costi alcuna fatica.

#### 4.6. *Facilitare lo storytelling nelle organizzazioni*

Se, come abbiamo appena visto, l'applicazione delle tecniche narrative in un'organizzazione non è affatto semplice come sembrerebbe, va da sé che uno dei ruoli di un professionista della comunicazione potrebbe essere quello di facilitare lo storytelling, ma, nel cominciare a tratteggiare questo ruolo, dobbiamo in primo luogo chiederci se privilegiare il processo o il prodotto della narrazione.

Nel mio lavoro di consulente, mi è capitato spesso di confrontarmi con dirigenti (privati o pubblici non fa differenza) che mi chiedevano di vigilare sulla buona riuscita del prodotto narrativo e di sovrintendere al confezionamento di “bei racconti”. In quelle occasioni mi è toccato far riflettere quegli stessi dirigenti sul significato che volevano dare al loro approccio narrativo, cioè dire loro che talvolta un brutto racconto nato da un interessante cammino di osservazione e di interiorizzazione è molto più utile di un bel racconto ottenuto con pesanti rimaneggiamenti da parte degli esperti. In altre parole, ho dovuto portare l'attenzione sulla differenza tra processo di narrazione e prodotto narrativo. È fuor di dubbio che se qualcuno commissiona uno spot televisivo desidera che quel breve racconto pubblicitario sia innanzitutto piacevole da guardare e che lo standard qualitativo sia il più possibile elevato, ma quando la narrazione è destinata al circuito interno, gli aspetti estetici ed artistici possono non essere quelli preminenti. Se, ad esempio, il progetto narrativo ruota intorno al tema della sicurezza sul lavoro, più che un racconto di grande valore letterario auspicherò un processo narrativo che obblighi il soggetto a partire dalle vere problematiche della sicurezza, a focalizzarsi sulle possibili cause di incidente: se poi il prodotto finale sarà anche gradevole tanto di guadagnato, ma il risultato più importante verrà raggiunto nel processo, nell'uso della narrazione come strumento di focalizzazione. E se si decide di privilegiare il processo è opportuno che questo venga chiarito nella fase preparatoria del progetto; è cioè utile che – anche per evitare l'effetto “compito in classe” analizzato prima – chi narra sappia che gli si richiede non di realizzare un capolavoro, ma di impegnarsi in ogni tappa del cammino che porterà al racconto finito.

In ogni caso, poiché la narrazione formalizzata richiede competenze e attitudini che la maggior parte delle persone non possiede, chi racconta deve sempre poter contare sul contributo di esperti della narrazione che colmino questo vuoto di competenze. Il ruolo dell'esperto può essere quello di “facilitatore del processo narrativo” o di “garante della qualità del prodotto”. Naturalmente, “facilitatore” e “garante” sono i due estremi di un *continuum* all'interno del quale è possibile trovare infinite posizioni intermedie; altret-

tanto naturalmente, l'uno e l'altro ruolo possono essere interpretati dalla stessa persona o da persone diverse.

Compito del facilitatore di processi narrativi è quello di mettere in atto una sorta di maieutica del racconto che potrebbe sostanziarsi nei passaggi seguenti:

1. rapportarsi con la dirigenza dell'organizzazione per dare forma all'attività narrativa analizzando gli obiettivi del progetto, le tipologie di persone coinvolte e il loro ruolo nell'organizzazione, i tempi e i modi di attuazione, la forma (scritta o multimediale) e la destinazione (interna, esterna, mista, ecc.) del prodotto narrativo finale;
2. definire, in accordo con la dirigenza, il focus dei racconti e i vincoli dimensionali e stilistici;
3. presentare il progetto ai futuri narratori;
4. fornire ai narratori le competenze di base per svolgere il loro compito;
5. far riflettere i partecipanti sulle implicazioni di ogni tappa del cammino di narrazione;
6. aiutare i partecipanti a trovare, nei focus definiti in precedenza, l'ispirazione per il loro lavoro narrativo;
7. effettuare un editing "leggero" (individuale o collettivo a seconda del numero di persone coinvolte e del tempo previsto per il suo incarico) dei lavori in corso di realizzazione e delle versioni finali. Con editing "leggero" si intende una serie di interventi sul testo che non cancellino in alcun modo le marche d'autore, che non alterino la voce e lo stile di colui che narra, che non modifichino i contenuti, ma che si limitino a migliorare l'intelligibilità del racconto e a eliminare gli errori più grossolani, mantenendo però eventuali gergalismi, dialettismi e registri informali;
8. riordinare i risultati curandone la presentazione ai destinatari finali e ai committenti.

Quando più che al processo si bada al prodotto, il garante della qualità del prodotto stesso può porsi come un mediatore tra coloro che hanno qualcosa da narrare e il testo finale; in pratica, egli potrà adottare una o più d'una tra le seguenti soluzioni, dando per scontato che i punti 1, 2, e 3 del suo lavoro saranno identici a quelli visti qui sopra:

4. intervistare i narratori in forma orale (e registrare l'intervista) ponendo loro una serie di domande destinate, più che a ottenere risposte puntuali, a stimolare il racconto e a focalizzare l'attenzione sui temi e sui passaggi previsti dal progetto. Per un'operazione di questo tipo, la metodologia

più idonea sembra essere quella dei “racconti di vita” sviluppata da Daniel Bertaux<sup>11</sup> e ripresa in Italia, con qualche adattamento, da Rita Bichi<sup>12</sup> (vedi par. 8.4). Una volta raccolte le interviste, l’esperto dovrà limitare al minimo i propri interventi e, semplicemente, dare ordine all’archivio così ottenuto, evidenziando le parole chiave che emergono trasversalmente dall’insieme delle narrazioni. Questa soluzione permette ancora di prestare una certa attenzione al processo e, al tempo stesso, consente di superare le difficoltà legate alla scrittura e alla formalizzazione del racconto;

5. stimolare, direttamente o attraverso l’aiuto di un facilitatore di processo, la produzione di storie scritte seguendo i passaggi da 1 a 6 del precedente elenco e poi effettuando un “editing pesante”, cioè una riscrittura che, salvando i contenuti, dia alla forma quelle caratteristiche di gradevolezza, di eleganza e di letterarietà che l’organizzazione talvolta si attende;
6. raccogliere, attraverso dialoghi e interviste informali, il materiale di base per poi scrivere, con la libertà dell’autore letterario, una sorta di *non-fiction novel* sull’organizzazione.

<sup>1</sup> Una parte consistente di questo capitolo è tratta dal mio *L’approccio narrativo alle organizzazioni*, in B. Bruschi, *Ludodigitalstories*, FrancoAngeli, Milano 2017, pp. 11-35. Ho ritenuto opportuno riprenderla qui perché il riferimento alle organizzazioni mi sembrava imprescindibile.

<sup>2</sup> A. Petrucci, *La scrittura*, Einaudi, Torino 1986, pp. 94-95.

<sup>3</sup> L. Gallino, *L’impresa irresponsabile*, Einaudi, Torino 2005, p. vii.

<sup>4</sup> P. Levi, *Il sistema periodico*, Einaudi, Torino 1995, p. 154 (ed. or. 1979).

<sup>5</sup> C.G. Cortese, *L’organizzazione si racconta*, Guerini e Associati, Milano 1999, p. 3.

<sup>6</sup> H.A. Simon, *Il comportamento amministrativo*, il Mulino, Bologna 1967 (ed. or. 1961).

<sup>7</sup> C. Bremond, *Logica del racconto*, Bompiani, Milano 1977 (ed. or. 1973).

<sup>8</sup> S. Garbellano, *40 anni di formazione manageriale: ruolo e contributo di ASFOR*, FrancoAngeli, Milano 2013, p. 72.

<sup>9</sup> G.P. Quaglino, *Di ciò di cui si narra nelle organizzazioni*, in Cortese, *L’organizzazione si racconta*, cit., p. x.

<sup>10</sup> Per una documentazione completa su questo episodio si veda B. Guidetti Serra, *Le schedature Fiat: cronaca di un processo e altre cronache*, Rosenberg & Sellier, Torino 1984.

<sup>11</sup> D. Bertaux, *Racconti di vita. La prospettiva etnosociologica*, FrancoAngeli, Milano 1999 (ed. or. 1998).

<sup>12</sup> R. Bichi, *Intervista biografica: una proposta metodologica*, Vita e Pensiero, Milano 2002.

## 5.

# Raccontare il territorio: da Detroit a Matera

### 5.1. Detroit: il primo “Department of storytelling” di una metropoli

Questa storia ha come protagonista una città che verso il 2010 scala la classifica delle metropoli più violente fino a giungere al secondo posto: nel 2013 Detroit è la seconda città americana per numero di crimini violenti rapportato alla popolazione. Questo non invidiabile risultato entra di prepotenza nelle *narratives* sulla città affiancando temi come la povertà, la de-industrializzazione, l'abbandono delle case e così via. Gli sguardi dei media si concentrano sui quartieri fantasma ormai svuotati di operai e famiglie, sulle fabbriche chiuse, sui senza fissa dimora che vivono ai margini delle strade e l'immagine di Detroit si degrada: da capitale dell'automobile a capitale della crisi.

E allora diventa cruciale una domanda: questa narrazione corrisponde alla realtà? La risposta è necessariamente ambigua. Come abbiamo detto (vedi par. 1.3), ogni racconto del reale ritaglia una porzione di realtà all'interno di un *continuum*; per questo motivo, il racconto sul degrado di Detroit è vero, dal momento che le immagini di abbandono materiale e morale sono indiscutibilmente reali, ma, al tempo stesso, è falso nel momento in cui pretende di presentarsi come unica rappresentazione del luogo. A quel punto, nella sua parzialità, diventa uno specchio della città nel quale gli abitanti faticano a riflettersi e questo, come in un circolo vizioso, determina altro disagio. È un'esperienza che, in alcuni periodi, è stata condivisa anche da alcune città italiane, entrate da involontarie protagoniste nel racconto sulla mafia fatto, non senza un certo gusto macabro per la spettacolarizzazione del crimine (vedi par. 6.3), da alcune televisioni straniere.

A fare le spese di una *narrative* negativa non è solo l'amor proprio dei cittadini, ma anche l'economia nel suo complesso. Lo sa bene, ad esempio, la città di Perugia che, dopo l'assassinio della studentessa Meredith Kercher nel 2007, passò, per i media, da gioiosa città universitaria a luogo di crimine e perversione. Il risultato fu che dal 2008-2009 al 2015-2016 le iscrizio-

ni nelle università del capoluogo umbro diminuirono costantemente e tutto l'indotto (appartamenti per studenti, servizi per i giovani, bar e ristoranti, commercio in genere) vide un calo vertiginoso del giro d'affari.

Il caso di Detroit è sicuramente più complesso, ma anche nella metropoli americana la narrazione mediatica ha contribuito pesantemente a far crollare il valore degli immobili e a minare il senso di appartenenza della popolazione. E proprio a Detroit il sindaco Mike Duggan adotta una strategia esemplare: opporre alla narrazione che giunge da fuori una narrazione prodotta dall'interno della città, dai suoi abitanti; una narrazione che non confuta quella dei giornali e delle televisioni (sarebbe impossibile), ma che la affianca, raccontando storie di successo, di redenzione, di buon vicinato, di un'economia che riparte e di giovani famiglie che scelgono di stanziarsi lì.

Per portare avanti la missione di "contro-narrare" la città, l'amministrazione comunale, nel 2017, nomina Aaron Foley "chief storyteller", una posizione professionale assolutamente inedita nel panorama del pubblico impiego statunitense (e mondiale). Foley, di formazione giornalistica, organizza un "Department of storytelling" composto da due scrittori, un fotografo e due videomaker, in modo da poter portare la narrazione anche sul piano visivo. Prima di varare nuovi progetti, questo ufficio analizza il flusso narrativo in cui la città è già inserita e giunge alla conclusione che su Detroit esistono due narrazioni di segno opposto: l'una è quella che, come abbiamo detto, insiste su crimine e disagio, l'altra è quella che esalta il ritorno dei trenta-quarantenni abbienti nel centro della città e che mostra il lato glamour della *downtown*; né l'una, né l'altra sono però in grado di rendere conto della realtà composita dei quartieri periferici e dei sobborghi. Ecco cosa afferma Foley a questo proposito:

C'è un'idea che chiamiamo "gentrificazione psicologica". È l'idea che se vivo a Detroit, ho una casa, le cose mi vanno bene, o quantomeno riesco a cavarmela, e non mi vedo rappresentato nei media, allora comincio a chiedermi se sono parte della narrazione di Detroit in corso. Quindi stiamo cercando di dare alle persone una piattaforma dove possano vedersi e iniziare a colmare queste lacune<sup>1</sup>.

La piattaforma creata da Foley e dal suo staff si chiama significativamente *The Neighborhoods* (i quartieri) ed altrettanto significativo è il sottotitolo: *The spirit of Detroit*. Molto semplice e diretto anche il messaggio di benvenuto sul sito:

Benvenuti su The Neighborhoods, siamo lo spirito di Detroit. Siamo qui per raccontare le vostre storie, storie che vengono da tutta la città, e per condividerle con tutti. Zona est, zona ovest, sud-ovest – è nostra convinzione che tutti qui abbiano una storia da raccontare<sup>2</sup>.

In queste poche righe è contenuto tutto lo spirito non solo di Detroit, ma anche dello urban storytelling: le città non sono fatte solo di immobili, di strutture, di strade e di parchi, ma sono anche il frutto di quella continua narrazione che ne costituisce il patrimonio immateriale. Della periferia come produttrice di storie aveva già parlato Dino Buzzati in un suo racconto:

Vorrei con te passeggiare, un giorno di primavera, col cielo di color grigio e ancora qualche vecchia foglia dell'anno prima trascinata per le strade dal vento, nei quartieri della periferia; e che fosse domenica. In tali contrade sorgono spesso pensieri malinconici e grandi; e in date ore vaga la poesia, congiungendo i cuori di quelli che si vogliono bene. Nascono inoltre speranze che non si sanno dire, favorite dagli orizzonti sterminati dietro le case, dai treni fuggenti, dalle nuvole del settentrione. Ci terremo semplicemente per mano e andremo con passo leggero, dicendo cose insensate, stupide e care. Fino a che si accenderanno i lampioni e dai casamenti squallidi usciranno le storie sinistre della città, le avventure, i vagheggiati romanzi. E allora noi taceremo sempre tenendoci per mano, poiché le anime si parleranno senza parola<sup>3</sup>.

Un progetto di urban storytelling ha allora lo scopo principale di rendere fruibile e tangibile il patrimonio immateriale, di rendere evidenti e leggibili «le storie sinistre della città, le avventure, i vagheggiati romanzi». Attraverso questo passaggio dall'immateriale al supporto materiale (o almeno elettronico), dal tangibile al non tangibile, le storie iniziano a svolgere il loro lavoro di salvaguardia del territorio e si trasformano in uno strumento di costruzione identitaria: le storie danno forma allo spirito del luogo, danno senso al paesaggio. E, nell'epoca della globalizzazione informatica, le storie possono veicolare quello spirito del luogo al di là di ogni confine. Chi non abbia mai messo piede a Detroit può comunque esplorarne il patrimonio narrativo a distanza; la piattaforma *The Neighborhoods* offre infatti un database interattivo con un'interfaccia grafica costituita da una mappa dei quartieri (dalla quale, significativamente, è esclusa la *downtown* elegante) sulla quale sono evidenziati i punti oggetto di racconti da parte della popolazione: con un click si accede al luogo e si scopre il racconto.

## 5.2. Riqualificazione territoriale e storytelling

Pur essendo stata la prima città ad avere un dipartimento pubblico di storytelling, Detroit non è certo la prima metropoli a fare ricorso alle strategie narrative per la riqualificazione del territorio urbano. Città per molti versi gemella di Detroit (come lei ex capitale dell'auto), Torino ha avviato, fin dal 2011, piani di urban storytelling per dare un volto nuovo a zone in corso di trasformazione. Si è cominciato dal quartiere “Barriera di Milano”, quello dove, negli ultimi due decenni, ha trovato casa la maggior parte de-

gli immigrati giunti nel capoluogo piemontese, e lì è nato il progetto “La storia continua. Urban Storytelling, incursioni di scrittura urbana”.

La comparazione tra Torino e Detroit in questo caso è particolarmente interessante perché permette di mostrare come, di fronte a problemi sostanzialmente analoghi, gli approcci allo storytelling possano essere diversi. Se Aaron Foley ha privilegiato un raccontare “dall’interno” e “dalla gente”, Alberto Robiati, ideatore di “La storia continua”, ha scelto di far narrare l’evoluzione del quartiere da scrittori professionisti che non abitavano la zona, ma che, appunto, vi facevano delle incursioni:

Abbiamo coinvolto oltre 20 scrittori torinesi, cui abbiamo chiesto di compiere delle “incursioni” nel quartiere, incontrando persone del posto, soprattutto imprenditori e commercianti, e visitando luoghi, strade, piazze, parchi, con l’obiettivo di farsi ispirare per scrivere delle storie brevissime ambientate in Barriera di Milano. [...] Abbiamo affidato alla letteratura il compito di interpretare le trasformazioni future del quartiere oggetto di importanti cambiamenti. Gli artisti, dotati di speciale sensibilità nel “leggere i luoghi urbani”, ne hanno anche “ri-scritto” i destini, immaginando ambientazioni piacevoli, accoglienti, intriganti, attrattive<sup>4</sup>.

Ci troviamo quindi di fronte a uno urban storytelling letterario che è cosa diversa ma non meno efficace rispetto a quello più spontaneo di cui abbiamo parlato a proposito dell’esempio americano. Anzi, nel caso di operazioni di riqualificazione urbana, uno sguardo esterno ha due punti di forza: una visione più prospettica, capace di individuare “i destini” del territorio e una capacità di lettura del paesaggio urbano non condizionata dall’immersione quotidiana in esso.

E con questo abbiamo introdotto un concetto fondamentale per questo tipo di storytelling, quello della lettura del paesaggio: prima di produrre storie sul paesaggio, occorre imparare a leggerlo, a interpretarlo come qualsiasi altro testo.

Ma cos’è il paesaggio?

Molto spesso, nella pratica quotidiana, accennare al paesaggio significa riferirsi ad una realtà oggettivamente rilevabile: case, città e montagne, ma anche comportamenti umani, sono lì, in tutta la loro evidente fisicità, come inequivocabili segni, tracciati “nero su bianco”. Nei testi scritti, lo si sa, talvolta l’impronta d’inchiostro sul foglio, il “nero su bianco”, è l’unico elemento realmente oggettivo, il resto è comprensione, interpretazione o, più generalmente, traduzione. Anche nel paesaggio può capitare che la consistenza fisica segni il limite massimo dell’oggettività, oltre il quale si entra nel campo della percezione e dell’interpretazione. Ma se esiste il paesaggio al di là della sua materialità come si rivela la sua componente non fisica? La risposta, a questo punto del volume, è piuttosto scontata: l’immaterialità

del paesaggio si rivela attraverso il racconto, attraverso una narrazione che può essere linguistica, visuale o addirittura musicale (si pensi alla *Trilogia romana*, nella quale Ottorino Respighi racconta la Capitale in tre brani sinfonici dedicati rispettivamente alle *Fontane di Roma*, alle *Feste di Roma* e ai *Pini di Roma*), ma sempre e in ogni caso testuale.

Il paesaggio diventa testo attraverso la percezione e l'interpretazione.

Secondo le indicazioni dei geografi, il concetto di paesaggio deve includere la natura, l'uomo e le reciproche interazioni, o, in altre parole, deve rifarsi ad un concetto di natura umanizzata. La definizione più generale di questo paesaggio è dunque la seguente: il paesaggio è l'immagine da noi percepita di un tratto della superficie terrestre. Tale definizione è generale in quanto l'idea di paesaggio come natura umanizzata rimane in questo modo applicabile a tutte le porzioni della superficie terrestre, siano esse città, deserti, o ghiacci dell'Antartide. L'umanizzazione prescinde dalle realizzazioni umane attuate sul territorio ed è invece riferibile all'atto della percezione. L'azione del percepire, cioè del prendere coscienza di una realtà attraverso le sensazioni, introduce nel contesto paesaggistico un elemento soggettivo, che è, inevitabilmente, il fattore umano. In questo senso, anche il paesaggio che un ipotetico Adamo avrebbe avuto negli occhi nel suo primo istante di vita sarebbe stato una natura umanizzata. Il paesaggio e l'ambiente non sono dunque la stessa cosa: il paesaggio è l'ambiente percepito, cioè qualcosa che nell'esperienza *sta per* l'ambiente.

Dal punto di vista semiotico possiamo concepire il paesaggio come un insieme strutturato di segni, quindi come un testo. Saranno di volta in volta segni del paesaggio le case, gli stabilimenti, le linee di confine, i campi, le strade, ecc., cioè tutte le modificazioni prodotte dagli strumenti di cui una cultura si avvale nella sua affermazione e nella sua umanizzazione della natura. Ma se, per quanto detto, la percezione e l'interpretazione dello spazio sono già processi di umanizzazione di esso, saranno segni del paesaggio e suoi elementi costitutivi anche le rappresentazioni che ogni cultura dà dello spazio medesimo: dalle incisioni rupestri ai rilevamenti del satellite, ogni strumento che l'uomo adotta per "appropriarsi dello spazio" e trasformarlo in paesaggio diviene segno di quest'ultimo. Eugenio Turri, che propone su questo tema un approccio semiotico e geografico al tempo stesso, scrive: «tutto l'insieme dei segni visibili ha un estremo valore significante: consente di risalire alla società, alle sue componenti fondamentali»<sup>5</sup>.

Il paesaggio è realmente un testo, e come tale gode di un particolare statuto semiotico che prevede: un momento di produzione e un momento di fruizione, un mittente e un destinatario, polisemia a seconda dei codici impiegati e traducibilità.

Da un lato il paesaggio è dunque tramite e strumento del rapporto uomo/ambiente, dall'altro è testimone delle modificazioni avvenute e parla dell'uomo e del suo operare. Dal punto di vista del paesaggio-testo, di questi due momenti, il secondo può essere attribuito alla fase di "lettura", mentre il primo concerne la "scrittura". Il lavoro di scrittura spesso non è effettuato a livello consapevole, ma nasce dallo svolgimento di altre attività culturali. Abbiamo pertanto una componente funzionale, che rende conto di motivazioni definibili come "pratiche" (ad esempio costruire una chiesa per raccogliere i fedeli), e una componente simbolica, legata alla consapevolezza degli effetti spaziali che quel segno produrrà (come la ripartizione dello spazio in sacro e profano). Le due componenti muteranno di importanza reciproca non solo da segno a segno, ma anche di epoca in epoca e di cultura in cultura, a seconda del possesso o meno di determinati codici di lettura del paesaggio. La casa colonica, ad esempio, avrà prevalentemente funzione di insediamento agricolo e solo in modo secondario assumerà il ruolo di segno di antropizzazione del territorio o di punto di riferimento. Non così la torre nel comune medievale, il cui compito è quello di essere indice dello status del casato cui appartiene: qui l'intenzionalità nel produrre segni è evidentissima e determinante nella costruzione della torre stessa, per contro la funzionalità del segno si riduce al minimo.

Raccontare il paesaggio in vista di una sua possibile riqualificazione significa pertanto rendersi conto che stiamo narrando non di una "cosa", ma di una narrazione scritta attraverso le "cose", ed è un po' come se facessimo un riassunto, cogliendo di quel paesaggio gli aspetti che il nostro intento comunicativo ritiene pertinenti per il rilancio di quell'area.

### *5.3. Storytelling e valorizzazione culturale e turistica: Torino 2006, Milano 2015, Matera 2019*

Nel paragrafo precedente abbiamo introdotto il concetto di paesaggio e ne abbiamo illustrato la componente immateriale; con termine ormai molto in voga possiamo dire di aver spostato la nostra attenzione sulla costruzione narrativa del Cultural Landscape. Negli ultimi decenni, circa mille aree del pianeta hanno tratto benefici, anche sul piano economico, dalla loro valorizzazione come Cultural Landscape ed eventualmente dalla loro successiva inclusione nel novero dei *World Heritage Cultural Landscapes* dell'Unesco. In talune circostanze le ricadute di questa valorizzazione hanno determinato l'uscita da una dimensione di sottosviluppo; è il caso, ad esempio, di Berat in Albania, che ha potuto salvaguardare il proprio patrimonio architettonico ed avviare attività commerciali legate al turismo. In altre situazioni,

l'inclusione nel *World Heritage* ha invece permesso di superare condizioni di crisi dovute al mutato contesto economico e commerciale a livello globale: Bordeaux, in Francia, dopo aver subito i contraccolpi della perdita di rilevanza del proprio porto commerciale, risorge come città d'arte e di cultura. La rivalutazione del Cultural Landscape determina sempre:

1) aumento dei flussi turistici e quindi dei flussi economici da questi indotti;

2) miglioramento della percezione collettiva della qualità del territorio e dei suoi prodotti;

3) aumento della visibilità mediatica del territorio e crescita della sua capacità di attrarre eventi di forte interesse economico (convegni, concerti, manifestazioni sportive), nonché produzioni cinematografiche e televisive;

4) salvaguardia del patrimonio culturale sia materiale, sia immateriale.

Di conseguenza, l'attenzione al Cultural Landscape ha sempre effetti positivi sull'occupazione, sulla crescita del prodotto, sul benessere dei cittadini e sull'integrazione internazionale e questo anche nei luoghi che, pur non avendo le caratteristiche di eccellenza (Outstanding Universal Value) richieste per far parte del *World Heritage*, mostrano tratti di indubbio interesse e chiare potenzialità per ciò che attiene ai quattro punti esposti sopra (flussi turistici, percezione di qualità, visibilità mediatica, patrimonio culturale). Tra questi luoghi, le periferie delle grandi città industriali, colpite dalla crisi e dalla delocalizzazione produttiva degli ultimi vent'anni, sembrano essere tra i più significativi Cultural Landscape del Novecento. Ma se altri paesaggi hanno nella realizzazione architettonica o ingegneristica la loro forma visibile (si pensi ai sistemi di terrazzamento protetti dall'Unesco in varie parti del mondo o agli "infernotti" che hanno garantito l'accesso dell'area vinicola Langhe-Monferrato al *World Heritage*), le periferie urbane posseggono un patrimonio prevalentemente immateriale: la vera ricchezza dei quartieri popolari è costituita dalle storie di chi li ha abitati, storie che sono il condensato della interazione tra uomo e territorio che sta alla base del concetto di Cultural Landscape.

Una rivalutazione del Cultural Landscape è stata promossa ancora una volta dalla città di Torino in occasione dei Giochi Olimpici invernali del 2006 e poi da Milano in occasione dell'Expo 2015<sup>6</sup>. Il racconto della città si rivela dunque utile per la promozione del *city brand* in occasione dei grandi eventi, ma può diventare addirittura essenziale per l'aggiudicazione di alcuni di questi grandi eventi. È il caso, ad esempio, delle città che vogliono concorrere per il titolo di Capitale europea della cultura.

Istituite per la prima volta nel 1985, le Capitali europee della cultura sono città che, per un anno, ospitando manifestazioni, concerti e mostre, diven-

tano testimoni temporanee della vitalità culturale europea. Essere capitale della cultura significa intercettare finanziamenti europei, investimenti pubblici e privati e soprattutto grandi flussi turistici e se nei primi tempi l'Unione Europea aveva una certa tendenza ad individuare quali capitali le città che già possedevano una fama mondiale quanto a patrimonio artistico (Atene, Firenze, ecc.), più recentemente ha preferito assegnare il titolo a centri urbani che, in questo modo, potessero mostrare e valorizzare i loro tesori nascosti, e tra questi tesori le storie hanno avuto un ruolo di crescente importanza.

Ecco cosa era scritto nel dossier di candidatura di Matera, che è stata Capitale europea della cultura nel 2019:

L'esempio attuale di Matera è quello di incoraggiare l'adozione da parte della società civile e delle istituzioni di un'etica all'interno della quale i cittadini disegnano, producono e co-creano insieme le loro città, in un continuo processo evolutivo<sup>7</sup>.

E ancora:

Matera si offre ed è interessante in quanto sorprendente e magnetica, abitata da giovani che non attendono altro che occasioni di confronto ma anche da europei che già l'hanno scelta perché attratti dalla città e dalle storie che la abitano<sup>8</sup>.

Quelle storie, una volta divenuta capitale, Matera le ha raccolte e, proprio come Detroit, le ha rese fruibili a futura memoria. Matera si è "fatta raccontare" da cittadini e turisti, poi ha dato forma a questa sua nuova identità narrativa:

Matera 2019 storytelling è in sintesi un'iniziativa finalizzata a coinvolgere sia i visitatori che gli abitanti di Matera nel narrare in prima persona l'evento. Con un approccio che consentirà di attivare attraverso il sito [www.leggoscrivo.com](http://www.leggoscrivo.com) e [www.matera2019storytelling.it](http://www.matera2019storytelling.it) un riscontro immediato, efficace ed efficiente in grado di rendere protagonista ogni soggetto che osserva oppure interagisce e partecipa alle attività, sia i turisti che i residenti, per essere tutti insieme a loro volta protagonisti e promotori di ulteriori messaggi turistici e culturali.

Invogliando chi viene a conoscenza di questa esperienza a ripeterne il percorso e a raccontarlo a sua volta incentivando così il racconto collettivo e corale. Un meccanismo innovativo di promozione culturale circolare. Per raccontare il percorso di Matera Capitale europea della cultura, e quindi i luoghi, le storie, le tradizioni, l'identità, ma anche per avere una traccia dal basso dei mutamenti sociali e della percezione collettiva che l'evento determinerà<sup>9</sup>.

Basta questo passaggio per ribadire le analogie con quanto fatto a Detroit, ma anche per cogliere la valenza democratica e trasformativa dello urban storytelling.

#### 5.4. *Storytelling finzionale come "Future studies"*

Parlando di metodi narrativi per la riqualificazione territoriale abbiamo visto che nell'intervento messo in atto a Torino il racconto è stato affidato agli scrittori per la loro capacità di prefigurare, attraverso le storie, l'assetto futuro del territorio. Questa prefigurazione può ricordare, da un lato, le utopie urbane del Rinascimento, ma dall'altro può richiamare, con uguale profitto, le distopie fantascientifiche degli ultimi centocinquant'anni.

Raccontare il territorio in prospettiva può significare, ad esempio, mettere in atto un processo di educazione ambientale e il primo elemento per fare ciò è la proiezione verso un futuro che non è quello dell'esistenza individuale, bensì quello dell'esistenza di una società, se non dell'intera umanità. In altre parole, per essere veramente consapevoli dei danni ambientali dobbiamo guardare oltre l'orizzonte costituito dalle due generazioni successive alla nostra e per farlo dobbiamo usare gli strumenti dell'immaginazione, della fiction o, per meglio dire, della science fiction. Fin dalla sua origine, la science fiction ha diviso la critica in due fazioni ben distinte: coloro che ritenevano questo genere letterario un genere di puro intrattenimento e, in fondo, di corruzione della realtà; e quelli che invece sostenevano che la "letteratura di anticipazione" avesse la capacità di metterci in guardia contro pericoli destinati a manifestarsi nel futuro, ma generati da atteggiamenti del presente. Nasce così, all'interno della science fiction, un sottogenere molto importante che oggi, generalmente, chiamiamo "distopia". Le narrazioni distopiche sono quelle che ambientano l'azione in un mondo possibile (passato, presente, ma quasi sempre futuro) in cui le condizioni politiche o ambientali risultano nettamente peggiori di quelle del mondo reale in cui la narrazione stessa viene concepita.

Un buon esempio di distopia politica è offerto da *1984* di Orwell, mentre l'immaginario distopico ambientale di fine millennio è sicuramente marcato dal film *The Matrix*. La funzione della fiction distopica è, per la nostra società, molto simile a quella di alcuni testi di contenuto teleologico e, in particolare, è molto simile alla funzione che ha, in ambito cristiano, l'*Apocalisse di Giovanni*: le distopie, proprio come il libro dell'*Apocalisse*, sono minacce ed avvertimenti al tempo stesso, sono l'immagine di un futuro molto lontano dal tempo attuale, ma la cui costruzione inizia nel presente o, forse, è già iniziata nel passato: una costruzione basata sul peccato, peccato contro Dio per i credenti, peccato contro la natura in una concezione materialista. In duemila anni dunque, cioè nel tempo trascorso tra la redazione dell'ultimo libro del Nuovo Testamento e l'uscita di *The Matrix*, l'umanità ha sempre avuto bisogno di regolare il proprio comportamento in base alla prefigurazione narrativa di un mondo distrutto dal Male. Si tratta di una necessità antropologica che non possiamo ignorare nella progettazione di inter-

venti di riqualificazione urbana e, più in generale, di pianificazione territoriale. La fiction distopica dice con molta chiarezza come sarà il mondo di domani se non modifichiamo oggi i nostri comportamenti ambientali.

Ed ecco che, nel 1973, Italo Calvino, che pure non era mai stato in Cina, prova a immaginare le città cinesi di un futuro senza tempo. Tra queste «città invisibili»<sup>10</sup> c'è Leonia, la città che rifà se stessa ogni giorno, gettando nella spazzatura tutti i prodotti che appena il giorno prima erano nuovi, la città del consumismo sfrenato. Descrivendone le immense discariche, le altissime montagne di rifiuti che la circondano da ogni lato, Calvino si avvicina in maniera sorprendente alla realtà del mondo contemporaneo.

Parlando di distopia narrativa abbiamo detto che essa è generalmente di due tipi: politica e ambientale. Ma si tratta davvero di due categorie diverse? Quello che ci propone Calvino è sicuramente uno scenario apocalittico dal punto di vista ambientale, ma questo scenario è reso possibile da scelte politiche. Nascono da scelte politiche le città-discarica di Agbogbloshie, in Ghana, o di Guiyu in Cina. Nella discarica di Agbogbloshie lavorano circa 40.000 persone, per la maggior parte giovani: trascorrono la loro vita tra i rifiuti, bevono acqua inquinata e respirano i fumi di combustione degli isolanti elettrici; la percentuale di incidenza del cancro è infinitamente superiore a quella di ogni altra parte del mondo. Molto simile è la situazione a Guiyu, dove, come a Agbogbloshie, si accumulano e-waste provenienti da tutto il mondo: milioni di vecchi monitor a tubo catodico, milioni di *motherboards*, di hard disk, di televisori. Il mondo tecnologicamente avanzato è la città di Leonia e le regioni dimenticate sono i suoi confini.

Eppure esiste il rischio che questi luoghi, queste terre desolate, vengano percepiti come una naturale conseguenza dello sviluppo, come una semplice pattumiera un po' puzzolente: non è piacevole averla vicino a casa, ma se la si allontana un po' è più che tollerabile. Un serio urban storytelling non ha dunque solo il compito di mostrare in forma narrativa le bellezze dei territori da valorizzare, ma anche quello di dare consistenza all'orrore delle terre desolate, delle aree da salvare, così come la letteratura d'anticipazione, dal canto suo, ha il dovere di raccontare mondi anche e soprattutto quando questi sono disturbanti.

<sup>1</sup> *How Detroit's 'Chief Storyteller' Is Crafting a New Narrative for His City*, in «Bloomberg Cities», 25 aprile 2018, <https://medium.com/@BloombergCities/how-detroits-chief-storyteller-is-crafting-a-new-narrative-for-his-city-3c14d0fa559c>.

<sup>2</sup> <http://theneighborhoods.org/about> (ultima visita: 16 ottobre 2019).

<sup>3</sup> D. Buzzati, *Inviti superflui*, in *La boutique del mistero*, Mondadori, Milano 1991, p. 71

(ed. or. 1968).

<sup>4</sup> <http://www.soluzionialternative.it/urban-storytelling-incursioni-di-scrittura-urbana-citta-di-torino-2012/>.

<sup>5</sup> E. Turri, *Antropologia del paesaggio*, Edizioni di Comunità, Milano 1974, p. 50.

<sup>6</sup> Si vedano in proposito: S. Rolando, *Citytelling*, Egea, Milano 2014, pp. 78-88, nonché l'intero volume di A. Martina, *Comunicare la città. Il caso di Torino olimpica*, Bruno Mondadori, Milano 2006.

<sup>7</sup> Dossier di candidatura di Matera Capitale europea della cultura, p. 7 ([https://www.-matera-basilicata2019.it/images/2019/allegati/dossier\\_mt2019-candidatura\\_ita.pdf](https://www.-matera-basilicata2019.it/images/2019/allegati/dossier_mt2019-candidatura_ita.pdf)).

<sup>8</sup> Ivi, p. 29.

<sup>9</sup> <https://www.leggoscrivo.com/materastorytelling/il-progetto/>.

<sup>10</sup> I. Calvino, *Le città invisibili*, Einaudi, Torino 1973.

## 6. Storytelling e cronaca nera: da Gide a “Crimes”

### 6.1. Raccontare la cronaca nera: una storia attuale e antica

C'è qualcosa di tautologico nel titolo di questo paragrafo: raccontare la cronaca; ma la cronaca non è, per definizione, una narrazione di fatti in relazione al tempo del loro svolgimento? Non è un po' ridondante l'idea raccontare il racconto? Può darsi, ma se c'è una branca dello storytelling che negli ultimi vent'anni ha conosciuto una straordinaria fortuna è proprio quella che si occupa di raccontare le vicende giudiziarie e i casi di cronaca nera che in precedenza (settimane, mesi o addirittura anni prima) erano stati raccontati dai giornali. Ecco allora che la tautologia diventa solo apparente: non parliamo qui di racconto dei fatti, ma del racconto della cronaca di quei fatti, perché questo è il non-fiction storytelling che sta alla base di molti libri, di alcuni rotocalchi, di svariati film e di un numero piuttosto ampio di trasmissioni televisive.

Il pubblico italiano ha imparato a conoscere questo tipo di programmi dopo il successo di *Telefono giallo* (1987-1992), condotto su Rai3 da Corrado Augias, e di *Blu notte* (Rai2-Rai3, 1998-2012), affidato allo scrittore Carlo Lucarelli, ma, ovviamente, si tratta di un genere televisivo diffuso in tutto il mondo. Può essere definito *true crime show*, nel caso preveda la presenza di un conduttore in studio, di ospiti o perfino di telefonate in diretta da parte degli spettatori; se invece si basa esclusivamente su ricostruzioni filmate del crimine e delle indagini parleremo preferibilmente di *crime docu-fiction* (cinematografica o televisiva); chiaramente, i vari format possono collocarsi in un punto intermedio tra queste due polarità.

Torneremo più avanti sul racconto del crimine in televisione e ci soffermeremo sul caso francese, perché la Francia è forse il paese con il maggior numero di trasmissioni di questo tipo; adesso però vorrei, come di consueto, dare profondità storica a questo discorso e vedere come la *crime docu-fiction*, prima di approdare al cinema e alla televisione, abbia avuto esempi letterari illustri, soprattutto (e forse non è un caso) in Francia.

Sicuramente il grande romanzo francese dell'Ottocento (nella sua versione più colta, ma anche in quella popolare del *feuilleton*) spesso ha attinto alla cronaca giudiziaria per dare forma ai suoi personaggi e alle sue trame, ma preferirei accantonare la fiction per concentrarmi sulla non-fiction e sul Novecento.

Tra i grandi autori francesi della prima metà del XX secolo, quello che maggiormente si dedica al racconto del crimine reale è André Gide (1869-1951). In questo tipo di narrazione, lo scrittore, che riceverà il premio Nobel per la letteratura nel 1947, mette alla prova la dimensione etica del racconto. L'idea che la scrittura abbia un ruolo nella comprensione e nella prevenzione del crimine si fa chiara in lui quando, nel 1912, viene nominato giurato alla corte d'assise di Rouen: colpito dal valore umano e sociale di quell'esperienza, egli pubblica due anni dopo le sue *Memorie della corte d'assise*. Ma il suo interesse per la cronaca e per le sue contraddizioni non si spegne: Gide è continuamente interpellato dal problema del rapporto tra giustizia (in senso assoluto), giustizia giudiziaria e verità. Nel 1930 fonda quindi una collana editoriale dal titolo emblematico: "Ne jugez pas" ("Non giudicate"). In realtà il titolo è quasi antifrastico: Gide non chiede al suo lettore di sospendere ogni giudizio sui fatti criminali e sui loro protagonisti; al contrario gli domanda di giudicare in maniera avveduta e documentata, approfondendo le vicende senza accontentarsi dei frettolosi resoconti giornalistici. Per consentire questo approfondimento egli ritiene che gli strumenti più adatti siano quelli del racconto lungo, della narrazione che, partendo dagli atti processuali, affronti temi quali la psicologia dei protagonisti e la condizione socio-economica in cui essi hanno agito. Pur senza davvero teorizzarlo, Gide sa che il coinvolgimento emozionale e la suspense che si generano in un testo che ha le forme del romanzo e i contenuti del documento sono una specie di antidoto contro la superficialità del giudizio.

A trovare posto nella collana "Ne jugez pas" sono essenzialmente due volumi che Gide dedica a due episodi che sconvolsero l'opinione pubblica francese all'inizio del Novecento. Il primo è dedicato all'*Affaire Redureau*<sup>1</sup>. Il 13 settembre 1913, Marcel Redureau, un quindicenne al servizio dei coniugi Mabit, agricoltori della Charente-Inférieure, uccide l'intera famiglia Mabit e un altro loro servitore: in tutto sette persone. Perché questo ragazzino, sano di corpo e di mente, di indole docile e gentile, lascia che esploda in lui una simile furia assassina? Come se scrivesse un poliziesco, Gide alterna il racconto della strage in cascina a quello del processo, provando a dare risposte agli interrogativi che il procedimento stesso ha lasciato aperti.

La stessa strategia narrativa è poi applicata a un caso molto diverso, quello della «séquestrée de Poitiers» che è al centro del secondo volume della col-

lana<sup>2</sup>. Occupandosi di Blanche Monnier, la sequestrata di Poitiers, Gide si spinge ancora più indietro nel tempo e arriva al 1901; sono dunque quasi trenta gli anni che separano la cronaca dal suo racconto e la narrazione si fa carico di un dovere sociale molto avvertito da chi si occupa di non-fiction, il dovere della memoria. Blanche Monnier (che nel testo Gide chiama Mélanie Bastian) fu segregata per venticinque anni dai propri familiari in una stanza buia della loro casa e lasciata in uno stato di semi-abbandono, denutrita, nuda, privata dei più elementari confort igienici. Gide indaga sulle ragioni di tanto accanimento e sui motivi per cui i due principali responsabili del sequestro, la madre e il fratello di Blanche, siano stati sostanzialmente assolti dal tribunale.

Spostiamoci ora dall'inizio alla fine del Novecento, ma rimaniamo nell'ambito dei drammi familiari. Ad occuparsene, nel 2000, è Emmanuel Carrère, con il libro *L'Avversario*<sup>3</sup>. L'avversario si chiama Jean-Claude Romand ed è un Avversario con la A maiuscola, non solo uno sfidante, un antagonista, un rivale, ma l'Avversario per antonomasia, il nemico del genere umano, il Diavolo. Un diavolo laico, che non agisce in uno spazio ultraterreno, né si assume il compito, tremendo e grandioso al tempo stesso, di sfidare Dio: un diavolo vile che uccide a sangue freddo coloro che più lo hanno amato e condisce il tutto con la menzogna. Ed è la menzogna il punto di partenza. Nel 1972 si iscrive a Medicina. È uno studente schivo, ma molto concentrato; niente goliardia, pochi svaghi e una sequenza di ottimi risultati: il fatto che si laurei a pieni voti e che ottenga rapidamente un posto da ricercatore all'Organizzazione mondiale della sanità non sorprende nessuno della sua cerchia. Nel 1980 si sposa e, con la moglie, va a vivere a Prévessin-Moëns, un paese sul confine tra la Francia e la Svizzera, a pochi chilometri da Ginevra dove ha sede, appunto, l'OMS e dove lui si reca ogni giorno. Peccato che quasi niente di tutto questo sia vero. Dopo il primo esame superato, Romand ha un blocco, si incaglia sullo scoglio del secondo esame e non ne viene più fuori. È in quel momento che inizia a mentire, a festeggiare, sobriamente, i buoni voti che non ha mai preso e la laurea che non ha mai conseguito. Nessuno intorno a lui sospetta alcunché e pare davvero esserci qualcosa di demoniaco nella facilità con cui riesce a costruirsi un'esistenza fittizia. Per mantenere la famiglia ha escogitato un perfetto schema Ponzi. Millantando conoscenze negli ambienti della finanza ginevrina e parlando dei favolosi tassi d'interesse che sarebbero riservati, in Svizzera, ai funzionari OMS, convince parenti e conoscenti ad affidargli i loro risparmi e a portare altre persone nel paese di Bengodi. Con i soldi delle nuove vittime paga gli interessi ai primi investitori, ma a tutti dice che è meglio non riscuotere nulla e lasciare che il deposito si gonfi, come un

buon pane che lievita. Ovviamente non c'è alcun investimento né alcun deposito: i soldi servono per sostenere il suo stile di vita che si fa sempre più dispendioso. Romand non lavora e sperpera; ogni mattina esce di casa, attraversa la frontiera e raggiunge l'Organizzazione mondiale della sanità, dove passa la giornata leggendo riviste scientifiche in caffetteria o assistendo alle conferenze aperte al pubblico. Si fonde così bene con la sua stessa menzogna che quando parla con dei veri medici questi rimangono sbalorditi; uno di loro, un cardiologo di lunga esperienza, dopo aver trascorso una serata con lui se ne esce con una frase che rimarrà nei verbali della polizia: «Vicini a persone così ci si sente piccoli piccoli». Aggiungendo bugie a bugie, Jean-Claude Romand inizia una relazione segreta con una dentista, la quale, dopo aver venduto il suo studio parigino, gli affida il ricavato della vendita. Ed è qui, nel 1992, dopo due decenni di menzogne, che il mondo possibile del falso medico inizia a crollare: l'amante chiede indietro dopo pochi mesi i suoi soldi e Romand, ovviamente, non li ha. Prende tempo, fino a che non trova la soluzione. Il 9 gennaio del 1993, mentre i due figli dormono ancora, uccide la moglie con un mattarello. Afferra una carabina calibro 22 e sale nelle camere dei figli; spara, li ammazza nel sonno, uno dopo l'altro, poi trascorre la giornata tranquillamente, comprando giornali e guardando la televisione, come se i cadaveri dei suoi cari non fossero lì. Ma la strage è appena iniziata. Il 10 gennaio sale in macchina e raggiunge la casa dei genitori, tra le montagne del Jura. E sono nuovi spari: la madre, il padre, persino il cane di famiglia; non sopravvive nessuno. Da lì, la sua strada continua verso Parigi, verso una nuova vittima designata: l'amante. Ed è per un puro caso che questa non viene uccisa. Tornato alla sua villa di Prévessin-Moëns, Romand ingerisce diverse compresse di sonnifero, che però sono scadute da dieci anni, poi cosparge di combustibile le scale, appicca il fuoco e si corica accanto alla moglie. Per mandare in scena il suo suicidio ha scelto l'orario giusto, quello in cui gli addetti alla raccolta rifiuti fanno, come ogni giorno, il loro giro. Sono loro a scorgere il fumo dell'incendio appena iniziato e a chiamare i soccorsi; le barelle porteranno fuori dalla casa tre cadaveri e un ferito lieve: l'Avversario, il Diavolo, Jean-Claude Romand, è riuscito a farla franca. Nel 1996 il tribunale lo condanna all'ergastolo, ma nel 2019 un diverso tribunale ne decreta la messa in libertà vigilata.

È questa la vicenda narrata, ma più che i fatti in sé a noi importano, in questa sede, le scelte narrative e stilistiche di Carrère, il suo passaggio, sofferto e consapevole, alla *non-fiction novel*, a uno storytelling che mantiene inalterata la realtà degli accadimenti, ma che, al tempo stesso, si concede la libertà romanzesca di inventare dialoghi e particolari di contorno, di adot-

tare quelle tecniche (dalla creazione di un intreccio a quella di un gran numero di effetti di realtà, fino, come vedremo, a una suspense in stile thriller) che lo distaccano dal resoconto e lo trasportano in una dimensione autenticamente letteraria. Fino al 1995, la produzione di Carrère spazia dalla saggistica alla narrativa di genere e proprio del 1995 è *La settimana bianca*<sup>4</sup>, storia di un pedofilo assassino che l'autore inventa collazionando diversi fatti di cronaca. Ma dopo quel volume, che pure ottiene un notevole successo, Carrère sente la necessità di un contatto più diretto tra i fatti e il racconto. Nel 1996, lo scrittore segue il processo a Romand e inizia un carteggio con l'imputato, parallelamente effettua una specie di indagine, parlando con i conoscenti e con l'avvocato di Romand. Da questa "presa diretta" con la realtà nasce un'opera esemplare per la non-fiction, un romanzo che segna nella letteratura europea un punto di svolta importante almeno quanto quello segnato, negli Stati Uniti, da *A sangue freddo*<sup>5</sup> di Truman Capote.

E parliamo infine proprio di Truman Capote perché è al suo capolavoro che dobbiamo la nozione stessa di *non-fiction novel*. Più del titolo è il sottotitolo originale dell'opera a darci un'idea del tipo di lavoro condotto dallo scrittore: resoconto veridico di un omicidio multiplo e delle sue conseguenze. In realtà, proprio come farà qualche decennio dopo Carrère, Capote non si limita a un resoconto, perché il semplice resoconto è il suo punto di partenza e non quello di arrivo. Secondo le sue stesse dichiarazioni, l'idea dell'opera gli viene suggerita dalla lettura di un trafiletto che parlava dell'uccisione di un'intera famiglia in una fattoria del Kansas; quel breve articolo lo spinge a recarsi a Holcomb, la cittadina dove, il 15 novembre del 1959, aveva avuto luogo il crimine. Lì lo scrittore interroga le persone del posto, vive con loro per oltre un anno per comprendere il clima in cui la strage ha avuto luogo. Ma, soprattutto, Capote ricostruisce minuziosamente il percorso criminale e umano di Richard Hickock e di Perry Smith, i due uomini che, partiti con l'idea di una semplice rapina, per oltre un mese semineranno il terrore negli Stati Uniti. Con Perry Smith, intervistato lungamente in carcere, nascerà persino una sorta di amicizia.

Per quanto estremamente parziale, questa panoramica sulla *non-fiction novel* (anche su quella *ante litteram* di Gide) mostra in maniera inequivocabile che il racconto della cronaca ha una storia lunga e complessa, su cui poggia la dilagante presenza del *crime storytelling* televisivo.

## 6.2. "True crime" in televisione. Il caso francese

Iniziamo con le parole di un maestro della narrazione del crimine, Georges

Simenon:

La gente che si affollava nell'aula del tribunale nel giorno del processo, il 14 ottobre, così come i numerosi avvocati venuti ad assistere sembrarono sorpresi dal suo atteggiamento. I giornali parlarono di insensibilità e di cinismo.

Tony e Andrée erano seduti nello stesso banco, separati da un gendarme, e lei si era chinata un po' in avanti dicendogli:

«Ciao, Tony!». Lui non si era girato a guardarla, né aveva sussultato sentendo la sua voce.

Più in basso, su un altro banco, sedevano i difensori e i loro assistenti, tutti indaffarati a consultare le carte del processo. Oltre all'avvocato Capade, Andrée aveva assunto un principe del Foro di Parigi, l'avvocato Follier, e il pubblico lo divorava con gli occhi come se fosse un divo del cinema. [...]

Innanzitutto fu chiamata a testimoniare una donna anziana, quella soprannominata la Louchote [...]. Sfilarono poi altri testimoni, uomini e donne che Tony conosceva bene: molti li chiamava per nome, con qualcuno si dava anche del tu, perché erano stati compagni di scuola. Erano vestiti come per la messa della domenica, e a volte le loro risposte o l'involontaria comicità del loro atteggiamento provocavano le risate del pubblico. [...]

La battaglia dei periti ebbe inizio solo il terzo giorno. [...] Se ne stavano tutti là, per giornate intere, seduti allo stesso posto: magistrati, giurati, avvocati, gendarmi, giornalisti, semplici curiosi, che dovevano cercare di conservarsi la sedia. E a questi si univano a mano a mano i testimoni che avevano già deposto.

Ogni tanto uno degli avvocati che si accalcavano vicino alla porta secondaria sgusciava fuori per andare a difendere un cliente in un'altra sezione, e quando l'udienza veniva sospesa nell'aula si levava un intenso brusio, come a scuola durante la ricreazione<sup>6</sup>.

Questo passaggio, tratto da un autentico capolavoro, ci conferma, se ancora ce ne fosse stato bisogno, la valenza spettacolare dei processi penali: la corte d'assise come palcoscenico, il dibattimento come commedia o come tragedia. Fin dalla seconda metà dell'Ottocento, la cronaca giudiziaria, più ancora che la cronaca nera, conquista le pagine dei quotidiani e, ovviamente, da cronaca si trasforma rapidamente in racconto. Non sorprende quindi che la televisione si impadronisca in forma narrativa di questi argomenti e che lo faccia soprattutto quando divengono maturi i tempi per una reality television. Prima di fornire una panoramica e un'analisi delle trasmissioni dedicate al racconto dei fatti criminosi è bene dunque soffermarsi per un attimo sui passaggi che conducono all'ingresso e poi al trionfo della realtà nei palinsesti televisivi.

Si è soliti far risalire l'irruzione del reale quotidiano nei programmi televisivi alle *Candid Camera* dei primi anni Sessanta. Le *Candid Camera*, diventate famose in Italia con *Specchio segreto* di Nanni Loy e con *Scherzi a parte* di Fatma Ruffini, sono trasmissioni incentrate sui tranelli tesi da alcuni attori a persone ignare (che possono essere semplici passanti oppure personaggi famosi): la telecamera riprende le "vittime" e documenta le loro reazioni di fronte alle situazioni create ad arte dagli attori e da tutto lo staff del pro-

gramma. Com'è però facile comprendere, la componente di preparazione, e quindi di finzione, è un po' troppo consistente per poter parlare a qualche titolo di reality: nell'azione degli ignari protagonisti vi è sicuramente molto di reale, ma questa realtà non è che il prodotto di una finzione di contorno.

Per avere un programma definibile come reality show dobbiamo attendere il 1979, anno di messa in onda, da parte dell'emittente statunitense NBC, della prima stagione di *Real People*, uno show che ruotava intorno a filmati realizzati a casa di persone normali con hobby o abitudini particolari<sup>7</sup>. *Real People* è il primo programma a intercettare un fenomeno che, a partire dagli anni Ottanta, sarebbe andato sempre crescendo: quello del video domestico. Non che i filmati trasmessi dalla NBC fossero amatoriali, ma di quelli amatoriali avevano l'ambientazione e il sapore, e il successo da questi riscosso sul grande network nazionale alimentò i sogni di milioni di registi "fai da te" che, proprio in quegli anni, dopo essere stati soggetti ai vincoli delle cineprese Super 8, stavano scoprendo la semplicità e le gioie delle neonate videocamere domestiche. La reality tv nasce quindi quando la tecnologia rende possibile e relativamente economica la realizzazione casalinga di video e nasce come inseguimento verso il basso; le grandi emittenti capiscono che è possibile proporre una televisione a basso costo e di bassa qualità, ma di grande successo: basta rinunciare alla professionalità accumulata e copiare ciò che fanno i dilettanti quando cercano goffamente di copiare i professionisti.

Gli effetti di questo processo, nell'era di YouTube, sono noti a tutti: esistono oggi interi canali dedicati al reality nelle sue varie forme e il pubblico è sempre più attratto dalle "storie vere". E quali storie sono più vere di quelle a sfondo criminale? Il loro statuto di verità, di non-fiction, è garantito a priori dall'essere già state presentate al pubblico dai giornali e dai notiziari televisivi: quando un programma decide di riproporle non ha neppure bisogno di inserire, in stile *Fargo* (vedi par. 1.3), una sovraimpressione che dica "Tratto da una storia vera"; a convincere gli spettatori della veridicità del racconto basterà la memoria collettiva di quei fatti e l'avvertenza, quale sigillo di autenticità della violenza, "Sconsigliato ai minori di 10 anni".

Per renderci conto di quale ampiezza abbia preso in Francia il fenomeno del *true crime show* (o, a seconda dei casi, della *crime docu-fiction*), ci basta esaminare questo elenco, sicuramente incompleto, di trasmissioni:

1. *Accusé à tort* (Accusato a torto), in onda su M6;
2. *Affaires criminelles* (Casi criminali), in onda su NT1 e Crime District;
3. *Au coeur du crime* (Nel cuore del crimine), in onda su TF1;
4. *Chroniques criminelles* (Cronache criminali), in onda su NT1;
5. *Coupable ou non coupable?* (Colpevole o non colpevole?), in onda su

RMC Découverte;

6. *Crimes* (Crimini), in onda su NRJ 12;
7. *Dossiers criminels* (Dossier criminali), in onda su Numéro 23;
8. *Enlèvements* (Rapimenti), in onda su C8;
9. *Enquêtes criminelles: le magazine des faits divers* (Inchieste criminali: il magazine della cronaca nera), in onda su W9;
10. *Faites entrer l'accusé* (Fate entrare l'accusato), in onda su France 2;
11. *Faits divers: le mag* (Cronaca nera: il magazine), in onda su France 3;
12. *Indices* (Indizi), in onda su Numéro 23;
13. *Non élucidé* (Caso irrisolto), in onda su France 2 e su RMC Découverte;
14. *Portraits de criminels* (Ritratti di criminali), in onda su Numéro 23;
15. *Présumé innocent* (Presunto innocente), in onda su D8;
16. *Présumés coupables* (Presunto colpevole), in onda su 13e rue;
17. *Que justice soit faite* (Che giustizia sia fatta), in onda su C8;
18. *Snapped, les femmes tueuses* (Donne che uccidono), in onda su Chérie 25;
19. *Suspect numéro 1* (Sospettato numero 1), in onda su TMC;
20. *Tout l'accuse* (Tutto lo accusa), in onda su C8;
21. *Verdict* (Verdetto), in onda su France 5;
22. *Victimes: leur vie a basculé* (Vittime: la loro vita è stata sconvolta) in onda su RMC.

Si tratta di programmi iniziati in epoche diverse, la maggior parte dei quali era ancora in onda nel primo semestre del 2019. Malgrado ognuno di essi tenti di distinguersi dagli altri, non vi è praticamente differenza nelle strutture e negli “ingredienti”: breve presentazione dei casi in esame, filmati girati *ex novo* per presentare i luoghi del crimine, filmati d'archivio tratti eminentemente da servizi giornalistici, interviste ai protagonisti (parenti o amici delle vittime, vicini di casa, membri delle forze dell'ordine che avevano investigato sui fatti, sindaci e amministratori locali e così via), fotografie delle vittime, immagini di articoli di giornale, ma soprattutto ricostruzioni visive degli accadimenti dove alcuni attori impersonano i protagonisti del dramma reale. Lo scopo è quello di presentare una vicenda delittuosa utilizzando gli stessi schemi della fiction poliziesca e, in particolare, coinvolgendo lo spettatore nella ricostruzione dell'indagine o, eventualmente, della vicenda giudiziaria che ne segue: in sostanza, il *crime show*, attraverso i meccanismi narrativi che abbiamo illustrato nei primi tre capitoli, trasforma il cittadino qualunque in un detective e in un giudice.

Ma prima di tornare sulle forme di questo racconto, soffermiamoci sul-

l'impatto che una simile pletora di inchieste televisive può avere sulla società. Purtroppo, dal punto di vista sociologico il campo specifico del *true crime* è ancora poco esplorato, soprattutto dalla ricerca quantitativa. Esistono tuttavia alcuni testi (tra i quali mi permetto di includere il mio *La società dell'indagine*<sup>8</sup>) che riflettono sull'influenza che la *crime docu-fiction* esercita sulla percezione della realtà; particolarmente significativo mi pare il lavoro di Mark Seltzer<sup>9</sup> che, forse non a caso, affronta il problema dal punto di vista dello studioso di letteratura. Secondo questa linea di studi, il primo e più evidente effetto di una sovraesposizione alla narrazione di fatti di cronaca nera è quello di una sorta di "assedio criminale": il telespettatore ha la sensazione che il mondo intorno a lui sia popolato soltanto di pericolosi assassini e che tutto sia violenza.

Questo effetto sembra essere scientemente ricercato, ad esempio, dagli autori del settimanale televisivo *Crimes* (giunto nel 2019-2020 alla sua ottava stagione), che presenta tre casi a puntata, raggruppandoli per città, per dipartimento o per regione (e solo raramente per temi quali l'infanticidio, la rapina o il sequestro di persona). Ogni puntata inizia con una formula quasi rituale: «*Crimes s'installe ce soir a...*» (questa sera *Crimes* ha scelto...) e segue il nome della città o della zona. A questo esordio succedono immagini dei luoghi in situazioni di vita quotidiana, spesso girate tra la folla, scene di tranquilla normalità che fanno da contrasto all'orrore che la voce off inizia a narrare e l'insieme sembra dire: mentre tu vai al lavoro, mentre fai la spesa, persino adesso mentre ti stai godendo questa trasmissione pacificamente seduto nel salotto di casa tua, il crimine sta colpendo qualcuno e forse un giorno potrebbe colpire anche te, proprio nei territori che ti sono familiari, proprio là dove tu ti senti al sicuro. Quando poi la scena del crimine si localizza nella Francia profonda, in quei grossi borghi di campagna o di montagna dove sembra che nulla di male possa accadere e dove "nessuno chiude a chiave la porta di casa", il commento ai fatti si fa più dolente e scandalizzato, come se ad essere violata non fosse solo la vita delle vittime, ma anche la verginità dei paesaggi; proprio per questo i luoghi dei crimini più efferati diventano oggetto di macabri pellegrinaggi: *Crimes* non fa altro che rendere mediatici e di massa questi pellegrinaggi.

L'impressione di una pervasività del crimine è poi rafforzata dal fatto che una stessa puntata può essere replicata decine di volte, in anni successivi: talvolta il pubblico fatica a capire se si tratta di nuovi casi oppure di vicende già sentite, ma depositate in maniera imperfetta nella memoria e, a ogni riproposizione del racconto, si ha la sensazione che i delitti si moltiplichino.

E sempre nel senso dell'accumulazione agisce l'abolizione delle barriere temporali: contrariamente ai giornali e ai notiziari che espongono l'attualità

del crimine, le trasmissioni di *true crime* passano agevolmente da storie del dopoguerra a vicende dei nostri giorni e, ancora una volta, sembra che quegli omicidi, quegli stupri, quei sequestri, invece di essere uniformemente distribuiti nel corso degli ultimi settant'anni, si concentrino tutti nella più stretta contemporaneità, che avvengano tutti qui ed ora. In altri termini, ci accorgiamo che uno storytelling ipertrofico e monotematico, pur attingendo in maniera rigorosa alla realtà, rischia di alterare quella stessa realtà mutandone la percezione, confondendo, nella nostra mente, il mondo e il racconto del mondo, annullando la consapevolezza che una narrazione non è mai il suo oggetto, bensì uno sguardo su quell'oggetto.

Sociologicamente potremmo spiegare tutto questo anche in termini di *agenda setting* dicendo che quando un tema come quello della violenza trova un così ampio spazio mediatico esso diventa prioritario nella percezione del destinatario. A questa affermazione si potrebbe obiettare che l'esposizione alla *crime docu-fiction* non è diversa rispetto all'esposizione alla cronaca nera pura e semplice, ma la controreplica non è difficile: si tratta davvero di una questione di "spazio mediatico". Se infatti in un notiziario televisivo il tempo di un servizio dedicato a un fatto di cronaca può aggirarsi intorno ai 2/3 minuti, in una delle trasmissioni che stiamo prendendo in considerazione, quel tempo arriva a sfiorare l'ora; in una simile dilatazione del messaggio l'identificazione emotiva con i protagonisti, già di per sé favorita dalle strategie narrative ed enunciative, diventa massima: cresce lo sdegno e si fa strada, anche nelle menti più illuminate, un certo giustizialismo.

Quanto detto fino ad ora a proposito dello storytelling televisivo sul crimine sembrerebbe dare ragione agli apocalittici, a quanti vedono nelle pratiche narrative solo uno strumento di manipolazione; ancora una volta però i giudizi vanno sfumati perché, anche là dove il racconto oscilla tra lo scandalistico e il sensazionalistico, si scorgono, per il racconto stesso, funzioni inaspettatamente positive: una di queste, nel caso specifico del *true crime*, è la restituzione di protagonismo alle vittime. Per comprendere questo aspetto è bene fare una piccola incursione nella sociologia della devianza. Scrive Odillo Vidoni:

La sociologia della devianza, la criminologia, dalla teoria classica di matrice illuministica alle teorie radicali degli anni settanta del Novecento, hanno per molto tempo trascurato il tema delle vittime. Per anni hanno elaborato modelli interpretativi che spiegavano il comportamento trasgressivo e criminale di devianti o presunti tali o che al limite illustravano i modi, le forme e gli effetti del controllo sociale sul crimine, come se lo spazio criminale fosse occupato solo dai devianti, dallo Stato che attraverso le agenzie tradizionali di controllo sociale ha il compito di prevenire o reprimere la devianza e dai settori non devianti della società civile. Le vittime erano generalmente assenti dalla ricerca sociologica eccetto in quei pochi casi (come negli studi sugli omicidi e le violenze sessuali) nei

quali l'esame degli effetti del crimine sulle vittime non poteva essere eluso. Questa assenza è stata accompagnata per anni [...] da una marginalizzazione della vittima dal processo penale e in particolare da un'esclusione dal fondamentale diritto di essere informata del corso delle indagini, dalla possibilità di far valere la propria volontà durante il processo e di esprimere il proprio consenso sull'esito del procedimento<sup>10</sup>.

Merito riconosciuto a molti dei programmi elencati prima è dunque quello di aver ridato parola alle vittime o ai loro parenti; ma non solo, è anche quello di estendere il concetto di "vittimizzazione di secondo livello", definita come «la reazione che un soggetto manifesta dopo aver patito un reato, o più generalmente un danno, o dopo che il danno ha coinvolto una persona a lui/lei cara»<sup>11</sup>. L'immedesimazione di chi assiste al racconto crea, in queste trasmissioni, una solidarietà con la vittima, la quale da sconosciuta diventa quasi una "persona cara".

Sebbene, come sostiene Grillo<sup>12</sup>, la narrazione, con la sua necessità di legare cause ed effetti, sia di per sé un'indagine, la maggior parte delle *crime docu-fiction* francesi non produce un'inchiesta alternativa a quella ufficiale, né celebra un secondo processo, tuttavia, nel presentare i fatti, getta tanto sull'investigazione quanto sulla vicenda giudiziaria uno sguardo diverso da quello degli inquirenti e dei magistrati, uno sguardo che, a tratti, può essere lo stesso della vittima.

### 6.3. La spettacolarizzazione del non-fiction storytelling

L'analisi delle trasmissioni di *true crime* ci permette anche di trarre qualche conclusione più generale sul funzionamento, all'interno dei mass media, del non-fiction storytelling.

La prima considerazione, che porremo sotto forma di domanda, riguarda tanto i testi letterari (le non-fiction novel di cui abbiamo parlato al par. 6.1) quanto quelli audiovisivi: come si fa a rendere interessante la narrazione di una vicenda criminale reale e oramai conclusa? Come si fa a creare tensione narrativa su una storia di cui tutti potrebbero già conoscere il finale? La risposta è quella che abbiamo già dato a più riprese: anche per raccontare la realtà occorre saper padroneggiare gli strumenti dell'invenzione letteraria. Questo significa, nel caso specifico, che bisogna saper creare la suspense adeguata, quella tipica del poliziesco di finzione.

Con il termine suspense si intende l'effetto risultante dall'immersione temporale e affettiva del lettore in una narrazione, al punto da generare in lui il desiderio di conoscerne gli esiti. [...] La suspense rappresenta un'emozione o stato mentale che deriva dall'attesa circa lo svolgimento o l'esito di un'azione, specialmente se vi è coinvolto un personaggio positivo. Si ha ad esempio suspense quando un determinato esito è possibile ma non è

certo che esso si realizzi effettivamente, o quando un dato esito è noto ma non si sa come e quando sia accaduto ciò che l'ha determinato<sup>13</sup>.

Dunque, benché la forma di sospensione narrativa alla quale siamo più abituati riguardi ciò che deve ancora accadere e quindi pertenga al dominio dell'incertezza, noi siamo in grado di provare un'emozione forte anche quando la parola fine è già stata scritta e a noi mancano gli elementi per comprendere come mai il finale sia stato proprio quello e non un altro. Ed è esattamente questa la condizione in cui ci troviamo quando ci viene raccontato un caso di cronaca dove ormai tutto è chiarito: anche quando la nostra memoria ricorda i tratti fondamentali di quel caso (chi è la vittima, chi il colpevole, quale è stata la sentenza del processo), con il tempo tendiamo a perdere i particolari e faticiamo a ricostruire i nessi che hanno legato vittima e colpevole e hanno reso possibile il delitto; le trasmissioni di *true crime* hanno successo proprio perché colmano quel vuoto.

Nel testo citato<sup>14</sup>, Stefano Calabrese, riprendendo una classificazione della narratologa statunitense Marie-Laure Ryan, parla, tra l'altro, di una *suspense del cosa*, che genera attese circa ciò che deve ancora accadere, una *suspense del chi*, tipica del giallo classico e delle situazioni in cui ci si chiede chi sia il colpevole, e una *suspense del come e del perché* che ci fa interrogare appunto su modalità e cause: è proprio questa che ritroviamo nel non-fiction storytelling dedicato al crimine.

Perché la *suspense del come e del perché* possa realizzarsi è indispensabile agire non tanto sui contenuti della storia, i quali, peraltro, sono già determinati dai fatti, ma sulla loro organizzazione lungo la linea narrativa. In altre parole, poiché la *fabula* (vedi par. 2.4) è già stata forgiata dalla realtà, noi dobbiamo intervenire sull'*intreccio* e, in particolare, sulle disgiunzioni cognitive tra il narratore e i destinatari della narrazione. Proprio come un classico poliziesco di finzione, le trasmissioni di cui ci stiamo occupando iniziano con la presentazione del delitto (scoperta del cadavere, annuncio della sparizione, ecc.), poi, per presentare la vittima e gli altri personaggi del dramma, conducono lo spettatore in un tempo antecedente il crimine e infine lo portano a conoscere gli sviluppi successivi (indagine, sospetti, false piste, prove rivelatrici, testimonianze, confessioni, processi, sentenze); ma poiché indizi, prove e testimonianze rinviano ad eventi che precedono o accompagnano il fatto criminoso, lo spettatore si trova a compiere quei tipici movimenti di andata e ritorno nel tempo che rendono la non-fiction affascinante quanto la fiction.

Si aggiunga poi che, dato che molte trasmissioni vanno in onda su emittenti commerciali, le pause pubblicitarie sono frequenti e il racconto si segmenta in tante piccole puntate, proprio come se si trattasse di una narrazio-

ne popolare: lo spazio tra un segmento e un altro non è riempito solo da spot di auto, shampoo, telefoni e cibi per gatti, ma è saturo soprattutto di tensione, dal momento che, poco prima di lasciare il posto alla pubblicità, il programma ha avuto l'accortezza di inserire un *cliffhanger*, cioè un metaforico gancio che ancora lo spettatore al passaggio successivo suggerendogli che qualcosa di importante sta per accadere.

La spettacolarità è dunque appannaggio anche del non-fiction storytelling; una spettacolarità che non si limita a un'articolazione avvincente dei contenuti narrativi, ma che, in molte circostanze, ricorre a scenografie degne di un vero e proprio film poliziesco. È questo il caso, ad esempio, di *Faites entrer l'accusé*, uno dei primi *Crime show* francesi. Fin dalle prime puntate, condotte dal giornalista Christophe Hondelatte, il programma è stato girato in uno studio arredato come l'ufficio di un detective privato in una pellicola *hard boiled* degli anni Quaranta: una scrivania, una lampada da tavolo e, alle pareti, bacheche strabordanti di fotografie, ritagli di giornale e documenti.

Là dove dovesse mancare una scenografia ad effetto, la spettacolarità sarebbe comunque garantita dalle ricostruzioni del crimine effettuate grazie alla recitazione degli attori che interpretano i veri personaggi del dramma; è grazie a queste se lo spettatore può avere l'impressione di assistere in diretta al vero fatto di cronaca: in questo modo, cioè appoggiandosi alla strumentazione della fiction, il non-fiction storytelling si mostra infinitamente più potente, più persuasivo (e anche più manipolativo) della semplice cronaca, del semplice resoconto dei fatti.

<sup>1</sup> A. Gide, *L'affaire Redureau, suivi de Faits divers*, Gallimard, Paris 1930.

<sup>2</sup> A. Gide, *La séquestrée de Poitiers*, Gallimard, Paris 1930.

<sup>3</sup> E. Carrère, *L'Avversario*, Adelphi, Milano 2013 (ed. or. 2000).

<sup>4</sup> E. Carrère, *La settimana bianca*, Adelphi, Milano 2014 (ed. or. 1995).

<sup>5</sup> T. Capote, *A sangue freddo*, Garzanti, Milano 2005 (ed. or. 1965).

<sup>6</sup> G. Simenon, *La camera azzurra*, Adelphi 2012, pp. 265-275 (ed. or. 1964).

<sup>7</sup> Vedi M. McKenna, *Real People and the Rise of Reality Television*, Rowman & Littlefield, London-New York 2015.

<sup>8</sup> A. Perissinotto, *La società dell'indagine*, Bompiani, Milano 2008.

<sup>9</sup> M. Seltzer, *True Crime: Observations on Violence and Modernity*, Routledge, New York 2007.

<sup>10</sup> O. Vidoni Guidoni, *La criminalità*, Carocci, Roma 2004, p. 94.

<sup>11</sup> Ivi, p. 117.

<sup>12</sup> E. Grillo, *Semiotica dell'investigazione*, Carocci, Roma 2014, p. 56.

<sup>13</sup> S. Calabrese, *La suspense*, Carocci, Roma 2016, p. 7.

<sup>14</sup> Ivi, p. 10.

## 7.

# Storytelling e teatro

### 7.1. Il racconto del Vajont e l'epifania del teatro di narrazione

Anche questo capitolo inizia con un racconto, quello di una trasmissione televisiva. È il 9 ottobre del 1997, le guide ai programmi tv annunciano, per la prima serata di Raidue, una trasmissione dal titolo *Vajont. Storia di una tragedia annunciata*; contrariamente a quanto avviene di solito, l'indicazione del tipo di programma (film, varietà, attualità, ecc.) è omessa: quasi impossibile immaginare a priori di che cosa si tratti. Sul settimanale «Tutto Libri» (supplemento al quotidiano «La Stampa»), un breve articolo dà qualche notizia in più

Se questa sera vi sintonizzerete su Raidue, assisterete a una singolare rappresentazione teatrale. Dalla diga del Vajont, per tre ore, l'attore Marco Paolini reciterà il monologo *Racconto del Vajont*. Lo spettacolo è nato nel '93. Da allora è stato recitato per circa trecento volte e ogni volta con grande successo. Racconta il disastro immane che nel '63 provocò duemila morti e cancellò dalle carte geografiche Longarone e altri quattro paesi della valle del Piave. Dal monte Toc si staccò una frana che si tuffò nella diga. L'acqua che ne evase seppellì tutto. Il monologo di Paolini-Vacis racconta quella vicenda. Ma non è un docu-drama. È, invece, una narrazione poetica e umana, che nasce dalla storia, utilizza documenti e testimonianze, ma li trasforma in creazione poetica. È come se, per uno straordinario sortilegio, Paolini riuscisse ad ascoltare le voci dei contadini che abitavano quelle valli, ne rivedesse il profilo e, ascoltando e vedendo, facesse rivivere l'epoca degli affaristi e degli speculatori, quella delle proteste civili, delle resistenze frustrate dai tradimenti e l'epoca del lutto. Il monologo, non privo di spunti polemici, è divertente, ironico, bozzettistico. E naturalmente tragico. Il racconto del Vajont è stato appena pubblicato da Garzanti. Vedrete che lo si può apprezzare anche alla lettura<sup>1</sup>.

L'anomala segnalazione di una trasmissione televisiva su «Tutto Libri» si spiega con il riferimento finale al volume pubblicato da Garzanti<sup>2</sup>, ma, di certo, non sono soltanto i pochi (rispetto al vasto pubblico televisivo) lettori di quel giornale a sintonizzarsi quella sera su Raidue; a farlo sono perlopiù degli spettatori inconsapevoli capitati lì per caso attraverso uno zapping compulsivo. Fin qui nulla di strano; di strano c'è però il fatto che quelli che capitano su *Vajont* ci restano, non continuano il loro tour di canale in canale, è questo ciò che diranno il giorno dopo i dati di ascolto: tre milioni e

mezzo di spettatori, un record. Il *Racconto del Vajont*, interpretato da Marco Paolini per la regia di Gabriele Vacis, possiede una sorta di fluido magnetico che cattura gli spettatori; l'Italia scopre all'improvviso un genere che esiste da più di vent'anni: il teatro di narrazione. Era dal 22 aprile del 1977, dalla messa in onda di *Mistero buffo* di Dario Fo, che l'emittente di Stato non dava uno spazio così ampio a una rappresentazione teatrale; il pubblico, che già non è avvezzo a vedere la prosa sul teleschermo, in quella sera del 1997 è disorientato e si chiede cosa sia lo spettacolo al quale sta assistendo: è forse teatro? Ma dov'è il sipario? Dove sono le scenografie? Il sipario non c'è e nemmeno la sala: le telecamere stanno riprendendo in diretta una performance all'aperto in cui un attore parla a un centinaio di persone sedute davanti a lui su gradinate improvvisate; lo sfondo non è dipinto, è la vera diga del Vajont. Ma, pur ammettendo che si possa far teatro senza sipario, senza le quinte, senza una sala e senza una vera separazione tra chi è in scena e chi assiste (tutte cose note al pubblico teatrale, ma non a quello televisivo), rimane una questione irrisolta: quale personaggio sta interpretando l'attore? La risposta a questo interrogativo è la vera epifania del teatro di narrazione: Marco Paolini non sta interpretando nessuno; non indossa, quale costume di scena, gli abiti di qualcuno, non presta la sua voce a un personaggio. E non interpreta nemmeno se stesso in una sorta di monologo autobiografico: Marco Paolini, in quella circostanza, è una voce e un corpo (vedremo tra poco quanto siano importanti entrambi) messi al servizio di una storia da raccontare; è, in forma vivente, ciò che il narratore è nei libri.

Quello che Raidue offre agli italiani la sera del 9 ottobre 1997 è un teatro che racconta una storia senza "metterla in scena", un teatro che evoca fatti e personaggi senza mostrarli, un teatro in cui l'unica azione che viene mostrata è quella del parlare. Gli attori del teatro tradizionale parlano e agiscono (dove il nome "attore") interpretando personaggi che si guardano, si baciano, si sparano, si prendono a pugni o si sfiorano la mano (la lista delle azioni potrebbe essere lunghissima), quelli del teatro di narrazione, al contrario, parlano e, al più, alludono con il corpo alle azioni descritte dalla parola, ma, in questo modo, grazie alla simulazione simbolica che è propria del racconto, possono offrire al pubblico decine di personaggi diversi, possono ricreare, come fa Paolini in *Vajont*, interi paesi.

## 7.2. Marco Baliani: come tutto è cominciato

Abbiamo detto che *Vajont* ha rappresentato l'epifania del teatro di narrazione in Italia, ma un'epifania è la rivelazione pubblica di qualcosa che già esiste: come nasce dunque il teatro di narrazione nel nostro paese e come si

giunge allo spettacolo di Paolini? Senza voler entrare in questioni che riguardano più specificatamente la storia del teatro, possiamo dire (e lo ribadiremo nel paragrafo successivo) che l'approdo alla narrazione è parte di un processo di distacco dall'imitazione della realtà. Il teatro del Novecento si è progressivamente affrancato dal compito di ricostruire visivamente (e quindi scenicamente) il mondo che fa da contesto alla vicenda raccontata, lasciando che fosse il cinema ad assumersi questo compito. Se il teatro dei secoli precedenti, e in particolar modo quello dell'Ottocento, perseguiva, attraverso scenografie realistiche, costumi e stili recitativi, l'imitazione della realtà, quello del Novecento si concentra quasi esclusivamente sulla psicologia dei personaggi e sulla storia. Questo non significa solo una possibile rinuncia alle scenografie o al palcoscenico, ma anche ai dialoghi che imitano la comunicazione quotidiana tra le persone, alla normale interazione gestuale, persino al verosimile, come avviene, ad esempio, nel teatro dell'assurdo. Si tratta dunque di una metamorfosi che, pur in un'ottica di rinnovamento, non manca di guardare a forme teatrali del passato, come la commedia dell'Arte o la rappresentazione giullaresca. Ed è una "giullarata" quella che porta la sperimentazione teatrale fuori dai circuiti ristretti degli addetti ai lavori; stiamo parlando del *Mistero buffo*, scritto e interpretato da Dario Fo il quale, proprio per la sua ricerca nei linguaggi della narrazione, verrà insignito del premio Nobel per la letteratura nel 1997. *Mistero buffo* consiste in una serie di monologhi su episodi riferibili a vario titolo alla Bibbia e ai vangeli apocrifi e recitati in una lingua, il grammelot, che risulta dalla contaminazione di varie lingue e dialetti. A partire dal 1969, Dario Fo, portando il suo spettacolo tra la gente (la prova generale aperta si tenne all'Università di Milano e la prima ufficiale ebbe luogo nell'allora cittadina operaia di Sestri Levante), mostra in maniera chiara che la separazione netta tra attore e spettatore non è più un ingrediente del teatro: si potrebbe discutere a lungo se la parentela tra il teatro di Dario Fo e quello di narrazione sia più o meno stretta, ma è assodato che fu proprio la continuità tra attori e pubblico a dare avvio a una rappresentazione teatrale basata sul racconto. Ecco come affronta questo tema Marco Baliani:

Puoi anche avere un bellissimo testo, ma se lo dici 'attorialmente' (in quella maniera tradizionale, un po' roboante) è un fallimento. Perché rispetto alla recitazione la narrazione è una cosa più rozza e più raffinata allo stesso tempo. È qualcosa che ha a che fare con la vita di tutti i giorni: si deve sentire che il narratore è impastato della stessa materia degli spettatori; non è qualcuno che è più alto<sup>3</sup>.

È con Marco Baliani che, a metà degli anni Settanta, cominciamo a parlare in senso proprio di teatro di narrazione e l'influenza di Dario Fo è immediatamente esplicitata:

In quello stesso anno [1975] in facoltà erano venuti Dario Fo e Paolo Poli, facevano dei pezzi dei loro spettacoli ma anche delle chiacchierate, anche se non in forma di stage. Sono stati i primi momenti in cui ho potuto confrontarmi con il teatro vero e proprio<sup>4</sup>.

Da quell'esperienza universitaria nasce, per Baliani, l'intuizione del teatro come possibilità di intervento nel sociale, ma le forme da dare a quell'intervento non sono ancora chiare. A dare un primo orientamento alla sua ricerca è Carlo Formigoni, "inventore" del teatro per ragazzi italiano, ma sarà soprattutto il lavoro con i bambini a costituire il nucleo su cui Baliani costruirà i primi veri spettacoli di teatro di narrazione.

*È interessante vedere come è nato questo interesse per la narrazione.*

Sempre con i bambini. Mi fecero gestire un progetto per i bambini disadattati del centro storico di Genova; c'erano un artista visivo, un musicista eccetera, e ognuno andava lì con le sue competenze. [...]

Erano bambini normalissimi, che però provenivano da ambienti familiari molto a rischio. Uno dei problemi centrali era il cosiddetto "calo d'attenzione". I pedagogisti che ci seguivano dicevano: "Sono bambini che non riescono a concentrarsi su una cosa, anche la più bella del mondo, per più di sette minuti". Allora cominciammo a fare degli esperimenti: io mi sedevo e vedevo se arrivavo a dieci minuti, a dodici, a tredici... E alla fine, con questi bambini, sono arrivato a venticinque minuti: per i pedagogisti era un miracolo, dicevano: "Non è possibile...".

*Come sei riuscito a passare da sette minuti a venticinque?*

Non so... Giorno per giorno scoprivo qualcosa. Raccontavo loro le fiabe più popolari del mondo, come *Biancaneve*, cioè racconti che in qualche modo forse già conoscevano o di cui avevano sentito dire.

*E la prima volta Biancaneve durava sette minuti mentre l'ultima venticinque?*

Be', la prima volta durava sette minuti perché non finiva, a un certo punto vedevo che era inutile continuare. Ma tutte le volte che capitava, in qualche modo non era colpa loro, perché capivo dove avevo sbagliato: poteva essere un problema di ritmo, una pausa, magari m'ero come assentato, avevo guardato da un'altra parte... Lì ho cominciato a lavorare sul racconto... [...] Finita questa esperienza, ho cominciato ad applicare le poche cose che avevo capito ad altri, in *stages* per attori, per giovani che uscivano dalle scuole di teatro, per giovani studenti, per insegnanti...<sup>5</sup>.

Marco Baliani fa dunque nascere il teatro di narrazione dal più classico dei racconti, la fiaba tradizionale. In fondo, questo non dovrebbe stupire: la fiaba è narrazione orale per eccellenza e, in questo senso, è anche intimamente teatrale: è solo con Charles Perrault, nel Seicento, che *Biancaneve*, *Cenerentola*, *Cappuccetto Rosso* e le altre storie cominciano a passare dalla fluidità del racconto ad alta voce alla fissità del testo scritto, ma per tutti noi, ancora oggi, il primo incontro con la fiaba avviene nel teatrino domestico animato da nonni e genitori nella nostra cameretta.

La fiaba è il banco di prova del vero narratore [...]. C'è un ritmo nelle fiabe, diverso per

ciascuna, che occorre scoprire e a cui bisogna aderire. Per prima cosa occorre vivere la fiaba nella sua oralità prorompente, dimenticarsi della fiaba scritta da cui magari si è tratta ispirazione. Le raccolte di fiabe sono un utile deposito di memoria per non perderne i contenuti, ma il vero scopo di queste raccolte è trovare una nuova voce che quelle fiabe racconti un'altra volta, rifondandole nel tempo presente, nella contemporaneità di nuovi linguaggi e nuove sonorità, nei gesti necessari del corpo per farle tornare viventi<sup>6</sup>.

Il trasportare il racconto orale fuori dal contesto familiare pone però a Baliani, come abbiamo visto, un problema tipicamente teatrale, quello dell'attenzione: come ottenere e mantenere l'attenzione del pubblico?

*Sei considerato, in Italia, l'inventore del teatro di narrazione. Cos'è l'arte del narrare? E come fa l'oralità a trasformarsi in realtà "tangibile" davanti al pubblico?*

In realtà è il corpo che racconta. Tutti pensano che il narrare sia legato al testo e alla sua costruzione. Invece finché il corpo non riesce a sentire le cose che sta raccontando non diventa narrante. La parola è un medium, un veicolo, e arriva solo se la sensorialità del corpo è attiva, potente: solo in questo modo gli spettatori vedono quello che non c'è<sup>7</sup>.

Consiste dunque in questo la rinuncia alla "ricostruzione visiva" di cui abbiamo parlato, consiste cioè nel far vedere quello che non c'è tramite l'espressività del corpo e della voce; il teatro di narrazione non porta in scena mobili e pareti dipinte, non riveste i suoi attori di costumi, ma rimane pur sempre teatro, rimane un racconto da guardare e non solo da ascoltare. Il senso del testo non scaturisce solo dalle relazioni tra le parole, ma anche dal confronto tra quelle parole e la gestualità e gli atteggiamenti di colui o colei che narra in scena: un sorriso o uno sguardo in tralice che accompagnino una frase possono negare o parodiare il significato convenzionale di quello stesso passaggio, un semplice spostamento da una parte all'altra dello spazio scenico può indicare una transizione tra i vari tempi del racconto oppure l'intervento di questo o di quel personaggio (il corrispettivo visivo del "Tizio prese la parola e disse..." che troviamo nei romanzi).

Ma, nella narrazione teatrale, anche il suono delle parole assume un senso diverso, un senso fatto di ritmi, di velocità e di lentezza o addirittura di assenza di suono. Mi permetto di riportare qui un passaggio di un mio romanzo che mi pare illustri bene le differenze tra il silenzio scenico (del cinema o del teatro) e quello letterario:

Tra i molti privilegi che i registi possono vantare nei confronti degli scrittori c'è indubbiamente quello di poter usare il silenzio. Non dico di poterlo rappresentare, o evocare, o raccontare, ma intendo proprio "usarlo". Allo scrittore, una tale possibilità non è data. In un romanzo si potrà scrivere: "Tacque a lungo", oppure "Rimasero in silenzio", o ancora "Cadde un silenzio imbarazzante". Lo scrittore può impiegare similitudini e figure retoriche varie, come il fortunato ossimoro "silenzio assordante", ma saranno sempre parole che stanno al posto dell'assenza di parole. Al contrario, il regista può piazzare la sua maledetta macchina da presa di fronte all'attore e riprenderlo così, con le labbra ser-

rate, muto, per trenta secondi, due minuti, anche mezz'ora se vuole, restituendoci del silenzio non un simulacro, fatto del suo contrario, bensì la sua vera, profonda essenza.

Certo, lo scrittore può sempre ricorrere agli spazi bianchi: una riga vuota, una pagina vuota. Ma quanto dura il silenzio di una pagina? E chi lo ha mai visto un intero capitolo "in bianco" a indicare un silenzio interminabile?<sup>8</sup>

### 7.3. *Daniele Biacchessi: il teatro civile*

Lo sappiamo benissimo, qualunque spettacolo è *teatro civile*.

Tuttavia, a "reclamare" l'attribuzione di tale etichetta è stato Marco Paolini verso la metà degli anni Novanta, in fase di messa a punto del suo *Racconto del Vajont*. [...] In quel momento storico, pochi anni dopo la caduta del muro di Berlino, il *teatro civile* si differenzia dal *teatro politico* che andava per la maggiore negli anni Settanta e che [...] appare superato per la sua impostazione ideologica.

*Teatro di narrazione* (una definizione che evidenzia una caratteristica in primo luogo formale) e *teatro civile* (una definizione che invece riguarda i contenuti e un certo rapporto con il pubblico) non possono essere sinonimi: tuttavia la loro genesi è strettamente intrecciata, tanto da rendere inevitabile nella percezione comune una sovrapposizione almeno parziale tra i due generi<sup>9</sup>.

Per capire da cosa dipenda questo legame tra narrazione e teatro civile dobbiamo prima di tutto circoscrivere, in questo contesto, il significato dell'aggettivo "civile" e per farlo partiamo da un testo di Daniele Biacchessi, che del teatro civile è uno dei protagonisti.

I calcoli matematici sono freddi, generalmente non hanno un'anima. Statistiche, proiezioni, raffronti, percentuali. Sono operazioni svolte da uomini, ma distanti dalla vita delle persone. [...] Solo quando vengono associati a un soggetto, quei numeri fanno capire molto di più di qualsiasi analisi [...] I numeri associati a un soggetto raccontano una storia e ne descrivono il senso compiuto.

Se ti dicessi 874.940, così, senza spiegarti il motivo, tu non capiresti nulla. Se ti dicessi invece 874.940 operai, impiegati, muratori, carpentieri, attrezzisti, elettricisti, carrozzieri, meccanici, falegnami, contadini italiani portati in ospedale in una giornata di lavoro ordinario [...] E se mi venisse fuori un altro numero? 1.120. Sono gli incidenti sul lavoro mortali in un anno. A questo punto ti potresti persino incazzare<sup>10</sup>.

Della freddezza del dato numerico abbiamo parlato lungamente nel primo capitolo di questo libro e abbiamo aggiunto che il connubio tra il dato e la storia conferisce alla comunicazione il realismo dell'oggettività e il calore dell'umanità. Ecco uno degli ingredienti del teatro civile secondo Biacchessi, la fedeltà al reale, l'opzione assoluta per il non-fiction storytelling. Il secondo ingrediente è la natura di quel reale, che dev'essere un reale problematico, scomodo per la società che lo ha generato e, proprio per questo, generalmente celato, sottratto alla fruizione di massa attraverso il controllo dei media. A quel controllo il teatro sfugge per natura, per il fatto di poter circolare anche al di fuori dei circuiti istituzionali. Si può fare (e, come ab-

biamo visto, si è fatto) teatro in piazza, nelle fabbriche, nei cortili delle case di ringhiera, nelle carceri, nelle parrocchie, nelle scuole; lo si può fare senza autorizzazioni, senza censure: prima dell'arrivo di internet e dei social, il teatro era il medium con la più bassa soglia di accesso che si potesse immaginare, molto più bassa di quella del libro che, per la stampa e la diffusione, richiedeva un investimento non trascurabile.

Accertata quindi la vocazione democratica del mezzo teatrale, possiamo tornare a chiederci perché sia proprio la narrazione lo strumento ideale per svolgere un'azione civile. Le risposte sono più d'una. La prima si ricollega immediatamente al discorso della "soglia di accesso". Il teatro di narrazione è un teatro "povero" nel senso che non richiede grandi mezzi produttivi; ai sontuosi allestimenti della lirica, del musical o della grande prosa (compagnie numerose, costumi, scenografie, luci, impianti audio complessi, ecc.), lo storytelling teatrale contrappone una perfetta essenzialità: un solo attore in scena, un fondale neutro, un abbigliamento informale, un microfono, un leggio e qualche piccolo complemento scenico.

Ma al di là di questi aspetti tecnici, che hanno comunque grande rilevanza, a unire teatro di narrazione e impegno civile è l'idea che la rinuncia alla messa in scena sia anche una rinuncia alla finzione e un impegno per la verità. Nel linguaggio comune "messa in scena" e "finzione" (soprattutto nel senso di inganno) sono quasi sinonimi, lo capiamo da frasi del tipo "Non credergli, è tutta una messa in scena" o "Malgrado il tentativo di inscenare un suicidio, l'assassino è stato smascherato". Per non parlare di espressioni come "Non fare la commedia" o "È solo teatro". L'attore che racconta senza mascherarsi da personaggio (o assumendo su di sé tutti i personaggi) è più credibile, più vicino alla realtà.

Passa attraverso questa vicinanza l'esperienza di Daniele Biacchessi, che, prima ancora di essere interprete teatrale, è reporter (è stato caporedattore presso "Radio24" e "Il Sole-24 Ore") specializzato in giornalismo d'inchiesta. E la matrice giornalistica del suo teatro è molto chiara a partire dai temi scelti per i suoi storytelling: la nube tossica di Seveso del 1976, i morti per amianto, l'esplosione del DC9 Itavia nel cielo di Ustica...

Partiamo proprio da quest'ultimo caso per mostrare la tecnica di "umanizzazione del dato" utilizzata da Biacchessi:

USTICA, NESSUNO È STATO

27 giugno 1980, cade di venerdì. Aeroporto Guglielmo Marconi di Bologna. Sono le 17:30. Il caldo quasi non si sente, un forte temporale rinfresca l'aria, pioggia d'estate, nulla di più. I bocchettoni dell'aria condizionata raffreddano il salone dell'aeroporto. I taxi scaricano passeggeri con valigie e pacchi. Sembrano non avere fretta alcuna.

L'orario di partenza previsto del DC9 IH870 dell'Itavia per la tratta Bologna-Palermo è fissato alle 18:15. Chi legge un giornale, chi si guarda intorno, chi si reca al duty free. Un

profumo, una stecca di sigarette, l'ultimo settimanale, il libro, il quotidiano che non si è potuto leggere al mattino.

Ottantuno persone, sessantatré adulti, tredici bambini, due piloti, due assistenti di volo. Luigi Andres è un medico dentista. Con lui c'è Cinzia Benedetti, appena laureata in lingue all'Università di Pavia. Francesco Baiamonte commercia in carni. Paola Bonati amministra la società Emir. Alberto Bonfietti, insegnante di scuola media a Mantova, giornalista del quotidiano Lotta Continua. Alberto Bosco si occupa di macchinari per l'estrazione del marmo, come Andrea Guarano. Maria Vincenza Calderone torna nella sua casa a Palermo. Giuseppe Cammarata è un carabiniere, proprio come Giacomo Guerino. Arnaldo Campanini è un esperto di macchine per l'industria alimentare. Antonella Cappellini è avvocato. Accanto a lei c'è Guelfo Gherardi e molte, molte altre persone.

Nomi comuni, volti che puoi incontrare al supermercato, al bar, allo stadio di domenica, vicini di tavolo in una trattoria, a un concerto. Nomi, cognomi e mestieri<sup>11</sup>.

L'inizio della narrazione sembra puntare a un'oggettività assoluta, a una mera descrizione supportata da elementi numerici (la data, l'ora, il tipo di aereo, il numero del volo) e da osservazioni meteorologiche. Sembra resoconto e invece è già racconto e contiene, sottotraccia, l'inizio di una delle pietre miliari della letteratura novecentesca, le prime righe de *L'uomo senza qualità* di Robert Musil:

Sull'Atlantico un minimo barometrico avanzava in direzione orientale incontro a un massimo incombente sulla Russia, e non mostrava per il momento alcuna tendenza a schivarlo spostandosi verso nord. Le isoterme e le isotere si comportavano a dovere. La temperatura dell'aria era in rapporto normale con la temperatura media annua, con la temperatura del mese più caldo come con quella del mese più freddo, e con l'oscillazione mensile aperiodica. Il sorgere e il tramontare del sole e della luna, le fasi della luna, di Venere, dell'anello di Saturno e molti altri importanti fenomeni si succedevano conforme alle previsioni degli annuari astronomici. Il vapore acqueo nell'aria aveva la tensione massima, e l'umidità atmosferica era scarsa. Insomma, con una frase che quantunque un po' antiquata riassume benissimo i fatti: era una bella giornata d'agosto dell'anno 1913<sup>12</sup>.

L'apparente neutralità della descrizione arriva fino al punto in cui viene indicato il numero dei passeggeri che si imbarcheranno sull'aereo destinato allo schianto: ottantuno persone. Ma ricordiamoci ciò che Biacchessi ha scritto altrove: "Solo quando vengono associati a un soggetto, quei numeri fanno capire molto di più di qualsiasi analisi". Ed ecco che subito dopo, nel computo degli adulti e dei bambini, il numero viene associato ai soggetti; e ancor di più i numeri diventano soggetti nelle righe successive, quelle in cui da anonimi passeggeri compresi nel numero di 81, le future vittime assumono un nome, un cognome. È lì che, nelle parole di Biacchessi, la scena, pur essendo occupata da un solo attore, si popola di personaggi e di storie.

In maniera non troppo diversa dal racconto del crimine (vedi cap. 5), il teatro civile si fa racconto della cronaca, soprattutto quando la cronaca

sprofonda nella zona grigia delle amnesie collettive o delle colpevoli rimozioni: non si tratta di andare a caccia di misteri o di tragedie, né, tantomeno, di celebrare processi fuori dalle aule di tribunale: il solo obiettivo è quello di tenere a galla la verità o almeno il desiderio di verità.

Pur senza ambizioni di esaustività, concludo questo passaggio sul teatro civile ricordando, oltre a Paolini, Baliani e Biacchessi, i nomi di altri cinque protagonisti di questa forma di non-fiction storytelling: Roberta Bigiarelli, Ascanio Celestini, Elena Guerrini, Alessandro Langiu e Ulderico Pesce<sup>13</sup>.

#### 7.4. *Laura Curino: teatro di narrazione e Storia*

Rivolgendo la nostra attenzione alla figura di Laura Curino possiamo aggiungere un tassello importante al mosaico del teatro di narrazione, ritornando ai suoi principi e alle sue origini. Ecco cosa scrive l'attrice nella home page del suo sito:

Moltissimi anni fa, durante la preparazione dello spettacolo tratto da *Le affinità elettive* di Goethe, trovai nel romanzo una frase che mi colpì molto, anche se poi non la inserii nel testo.

Ve la scrivo. È il mio messaggio di benvenuto.

“Restare qui, tranquilla e assorta, per tanto tanto tempo, finché non giungano gli amici, e allora mostrare loro il posto, con un gesto familiare...”.

È una frase che parla del tempo, della nostalgia del tempo: ne abbiamo sempre meno. Ma non doveva essere questa l'età dell'oro del tempo liberato?

La frase parla di amicizia, che è uno dei pilastri della mia vita, ma che sento spesso di trascurare.

E poi parla di un gesto. Un gesto cordiale.

In teatro è importante riuscire a trovare un gesto veramente cordiale, sincero, mai semplicemente ripetuto, ma sempre vero, sempre presente.

Si può fare a parole.

Si può dire grazie.

Ma il gesto ha un valore più grande, che va oltre la parola.

Un gesto per mostrare agli amici il posto. Che per me è la testimonianza di come nel lavoro teatrale “l'altro” sia imprescindibile. Preparare un nuovo spettacolo significa avervi presenti da subito, dal sorgere dell'idea, e da subito preparare un posto per voi tra il pubblico<sup>14</sup>.

Il teatro di narrazione richiede una forte vicinanza con il pubblico, un'amicizia autentica, perché il gesto del narrare (e come Baliani, anche Curino sottolinea l'importanza della gestualità) è un gesto complice, intimo. E dall'amicizia tra giovani appassionati di teatro nasce anche, nei primi anni Ottanta, una delle esperienze collettive di maggior peso nella diffusione del racconto scenico, quella del Teatro Settimo.

Settimo Torinese è un comune alla periferia della grande metropoli, a metà tra area industriale e città dormitorio, è il luogo dove Primo Levi ha

esercitato per decenni il suo mestiere di chimico verniciario, è uno dei tanti spazi dove, nel corso degli anni Settanta, si sono sperimentate forme nuove di partecipazione sociale e di cultura diffusa. Ed è a Settimo Torinese che Gabriele Vacis, Laura Curino, Lucio Diana, Antonia Spaliviero, Roberto Tarasco, Adriana Zamboni e Mariella Fabbris (gli amici di cui sopra) fondano il Laboratorio Teatro Settimo. Il termine “laboratorio” è estremamente importante: il teatro non è più solo il luogo dove si condivide la rappresentazione, ma anche quello dove si crea collettivamente e, soprattutto, si crea sperimentando. Ed è inevitabile che, per il tempo e il luogo in cui si sviluppa, questa sperimentazione parta dalla constatazione del disagio diffuso nelle periferie industriali. È questo l’argomento dei primi lavori diretti da Vacis (che sarà, tra l’altro, il regista del *Vajont* di Paolini) e dei due spettacoli più noti di Laura Curino, quelli dedicati a Camillo e poi ad Adriano Olivetti.

Il mio spettacolo *Olivetti* nasce dal fatto che mio padre lavorava in Fiat (dai cattivi) e io da bambina mi facevo sempre delle domande e dei pensieri sul Paese di Bengodi, che era a soli 20 chilometri da casa nostra, era Ivrea e là c’era la Olivetti (i buoni...). A un certo punto da adulta ho voluto vederci più chiaro e ho studiato, letto, visitato, intervistato e ne ho scritto le storie<sup>15</sup>.

Sul finire degli anni Sessanta, quando a Torino e nelle altre grandi città del Nord le tensioni tra operai e padronato assumono forme estremamente violente (gli scontri durante la manifestazione degli operai Fiat del 3 luglio 1969 passeranno significativamente alla storia come “la battaglia di corso Traiano”), il welfare aziendale introdotto alla Olivetti da Adriano Olivetti sulla scorta di quanto già aveva fatto suo padre Camillo diviene il modello di riferimento per chi cerca una via verso il capitalismo illuminato e verso una diversa dinamica delle relazioni industriali. Nel 1996, quando ormai la lotta di classe sembra un ricordo lontano e quando, caduto il Muro di Berlino, la contrapposizione ideologica è stemperata, Laura Curino mette in scena la prima parte della sua ricerca sulla Olivetti: *Olivetti, Camillo, alle radici di un sogno*. Il suo racconto teatrale è solo all’apparenza una biografia, in realtà, come avverrà per il successivo spettacolo su Adriano Olivetti (1998), si tratta della restituzione di un tipo particolare di memorie collettive, quelle che Jedlowski definisce «memorie del futuro»:

Quelli che chiamiamo ricordi sono rappresentazioni di cose successe in passato. In modo più o meno simmetrico, possiamo immaginare quello che accadrà nel futuro. Ma cosa avviene quando ricordiamo il futuro che abbiamo immaginato in passato?<sup>16</sup>

Raccontare la vicenda di una delle più grandi industrie di macchine per l’ufficio (macchine per scrivere, calcolatrici, elaboratori, pc, ecc.), mettere

in scena un sogno e il suo fallimento conferisce alla narrazione il potere di farci riflettere sugli errori politici e industriali che hanno reso impossibile il realizzarsi di un futuro immaginato. Nel teatro di Laura Curino, la funzione sociale della narrazione percorre itinerari affini ma diversi rispetto a quelli del teatro civile di denuncia e approda alla riflessione storica.

- <sup>1</sup> O. Guerrieri, *Il consiglio*, in «Tutto Libri», 9 ottobre 1997, p. 2.
- <sup>2</sup> M. Paolini, G. Vacis, *Il racconto del Vajont*, Garzanti, Milano 1997.
- <sup>3</sup> Intervista di Daniela Arcudi a Marco Baliani, in «Krapp's Last Post», aprile 2009, <http://www.klpteatro.it/marco-baliani-intervista> (ultima visita: 28 agosto 2019).
- <sup>4</sup> O. Ponte di Pino, *Conversazione con Marco Baliani (1995)*, [www.trax.it/olivieropp/Baliani95.htm](http://www.trax.it/olivieropp/Baliani95.htm) (ultima visita: 27 agosto 2019).
- <sup>5</sup> *Ibid.*
- <sup>6</sup> M. Baliani, *Ogni volta che si racconta una storia*, Laterza, Bari-Roma 2017, pp. 28-29.
- <sup>7</sup> Intervista di Daniela Arcudi a Marco Baliani, cit.
- <sup>8</sup> A. Perissinotto, *Le colpe dei padri*, Piemme, Milano 2013, pp. 251-252.
- <sup>9</sup> O. Ponte di Pino, *Un teatro civile per un Paese incivile?*, in D. Biacchessi, *Teatro civile*, Edizioni Ambiente, Milano 2010, pp. 10-13.
- <sup>10</sup> Biacchessi, *Teatro civile*, cit., pp. 67-68.
- <sup>11</sup> Ivi, pp. 161-162.
- <sup>12</sup> R. Musil, *L'uomo senza qualità*, Einaudi, Torino 1957.
- <sup>13</sup> Per una trattazione più completa su questi autori si veda L. Bernazza, *Frontiere di Teatro Civile*, Editoria & Spettacolo, Riano (Roma) 2010.
- <sup>14</sup> Vedi [www.lauracurino.it](http://www.lauracurino.it) (ultima visita: 9 settembre 2019).
- <sup>15</sup> Intervista dell'autore a Laura Curino, settembre 2019.
- <sup>16</sup> P. Jedlowski, *Memorie del futuro*, Carocci, Roma 2017, p. 9.

## 8.

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

### 8.1. *Il confine e le sue immediate vicinanze*

Ogni testo, lo abbiamo detto, è anche un ritaglio di realtà e, proprio per tale motivo, ha dei confini: se non li avesse, non avrebbe neppure un senso. Dunque, anche questo libro ha dei confini fisici e, di conseguenza, contenuti. Fin dall'inizio avevamo fatto una scelta di campo, quella di privilegiare il non-fiction storytelling; adesso, in conclusione, dobbiamo dichiarare che neanche quell'ambito così ben delimitato ha potuto essere esplorato nella sua completezza. Dobbiamo costruire un confine più ristretto e, affacciandoci da quello, guardare velocemente cosa è rimasto fuori, quali aspetti della narrazione del reale non hanno trovato posto nei nostri approfondimenti, perché il sapere che possediamo diventa più profondo se abbiamo chiarezza di ciò che non sappiamo, di ciò che dobbiamo ancora apprendere.

Nei brevi paragrafi che seguono tratteggerò allora, in maniera estremamente sintetica, le caratteristiche di alcune metodologie narrative aventi come elemento unificante il racconto del Sé; metodi e strategie che si collocano in un'area contigua a quella delle tematiche trattate in questo volume, un'area che, da sola, costituisce un campo di studi a parte.

### 8.2. *Dall'autobiografia alle "storie che curano"*

Parliamo ancora di nonni, così come avevo fatto in apertura. Qualche tempo fa, passando in bicicletta per una strada della Provenza, un amico che stava pedalando con me mi ha indicato un ponte e mi ha detto: «Quel ponte lo ha costruito mio nonno». Non era un'opera straordinaria, era una modesta passerella gettata sopra un canale, ma era lì da quasi un secolo, era una testimonianza tangibile dell'opera di un uomo che aveva "lasciato qualcosa". Ho pensato a mio nonno, quello che aveva problemi con l'aggiornamento linguistico; cos'aveva lasciato lui, lui operaio alla Diatto automobili,

lavapiatti, puntatore di contraerea durante la guerra, panettiere, quali segni visibili aveva lasciato del suo passaggio terreno? Quali tracce hanno lasciato milioni di persone come lui? Certo, tutti noi possiamo lasciare una “eredità d'affetti” di foscoliana memoria, ma, giunte a un certo punto della propria vita, molte persone, nelle società evolute, avvertono la necessità di rendere più concreto e organico il ricordo che affideranno ai posteri, avvertono cioè la necessità di scrivere (o di far scrivere) un'autobiografia. *Ognuno di noi ha bisogno di raccontare e di essere raccontato*. È una frase che uso come slogan parlando del ruolo delle narrazioni nella nostra vita quotidiana ed è una verità che, come dirò fra un attimo, mi è stata insegnata, tra l'altro, da più di vent'anni di incontri con i lettori dei miei romanzi.

Parlando di autobiografia, la prima domanda che dobbiamo porci è: quale differenza sussiste tra la memoria e l'autobiografia? Una caratteristica propria dell'età adulta è la capacità di organizzare i ricordi, ma i ricordi organizzati sono già un'autobiografia? No, non lo sono. I ricordi organizzati sono la base per un'opera autobiografica, ma appartengono ancora al Sé, all'interiorità; al contrario, un'autobiografia è una vera narrazione che, in quanto esteriorizzazione e materializzazione del ricordo, deve obbedire a una serie di regole linguistiche e di genere. È confrontandosi con quelle regole che “le mie memorie” cessano di essere solo “mie”, per diventare testo condiviso al pari di un romanzo.

In primo luogo, come abbiamo già accennato nella prima parte di questo libro, per diventare narrazione i ricordi devono unirsi in una struttura retta da rapporti di causa ed effetto che spesso diventano tali solo se sottoposti a uno sguardo posteriore e successivo. Ricorriamo a un modello classico (lo stesso già adottato nel par. 3.2), l'incontro con l'anima gemella (che è, ad esempio, il pretesto narrativo della serie televisiva *How I Met Your Mother* i cui 208 episodi sono andati in onda per ben 9 stagioni). Dopo vent'anni di felice convivenza con una persona, siamo tentati di riconoscere una causalità, una necessità, negli eventi che ci hanno condotto a conoscerla: ho partecipato a quel convegno e quindi l'ho conosciuta (rapporto di causa/effetto), se non ci fosse stato il convegno non ci saremmo mai incontrati (condizione necessaria). Come avviene nei romanzi, il caso, vero sacerdote officiante il rito dell'incontro, viene espulso dalla narrazione a beneficio, per dirla ancora con Bremond, di una stringente «logica del racconto». Questo ossequio alla struttura logica della narrazione si fa assolutamente necessario quando dai pensieri passiamo alle parole e soprattutto alle parole vergate su carta.

Nel trasformare la memoria in una storia dotata di una propria logica non è raro che si ricorra a qualche aggiustamento, a qualche aggiunta o a qual-

che modifica della realtà che consenta non solo di rendere “causali” i rapporti “casuali”, ma anche di colmare i vuoti creati dalla dimenticanza o dall’impossibilità di conoscere eventi che, pur non avendoci visti partecipi, hanno avuto, sempre a posteriori, una grande rilevanza per la nostra vita (ad esempio, per rimanere nel modello *How I Met Your Mother*, una rottura sentimentale attuata dalla persona amata poco prima del nostro fatale incontro). Ricorrendo alla nostra tripartizione di fondo, diremo che l’autobiografia è un genere che, normalmente, mescola un 70% di non-fiction storytelling e un 30% di para-fiction storytelling utilizzando però, dal punto di vista dell’organizzazione del discorso narrativo, il 100% delle tecniche del fiction storytelling.

Non è dunque un caso che molti testi autobiografici siano entrati a far parte del canone letterario o filosofico: le *Confessioni* di sant’Agostino o quelle di Jean-Jacques Rousseau, le *Memorie* di Giacomo Casanova scritte da lui medesimo, la *Vita di Benvenuto di Maestro Giovanni Cellini fiorentino, scritta, per lui medesimo, in Firenze*, e via discorrendo; l’elenco potrebbe essere sterminato<sup>1</sup>.

Ma oggi chi scrive autobiografie? Un po’ tutti: attori e attrici, protagonisti della politica, cantanti, personaggi pubblici... A dominare il mercato editoriale in questo ambito sono però, dopo l’enorme successo di *Open*<sup>2</sup> del tennista André Agassi, le autobiografie degli sportivi. Al di sopra di un certo livello di successo, non c’è calciatore, pilota automobilistico, pugile, corridore, giocatore di basket o di baseball che non abbia la sua (auto)biografia e se il prefisso “auto” è finito tra parentesi è perché nella maggior parte dei casi la scrittura è affidata non al protagonista eponimo, ma a uno scrittore o a un giornalista che, solitamente, elabora il testo in forme letterarie dopo aver lungamente intervistato il personaggio. Fare dello storytelling a livello professionale può dunque significare anche questo: mettere le proprie capacità al servizio di chi ha la propria storia da raccontare e non ha i mezzi linguistici per farlo.

Ma non sono solo le persone in vista a sentire il bisogno di scrivere e di pubblicare un’autobiografia. Quando affermo che ognuno di noi ha bisogno di raccontare e di essere raccontato faccio riferimento proprio all’immensa produzione autobiografica della gente comune. Come accennato in precedenza (par. 1.6), alcune trasformazioni culturali (alfabetizzazione di massa, aumento del tempo libero) e tecnologiche degli ultimi decenni (dal *self publishing* ai social media) hanno consentito ad ampie fasce di popolazione di produrre autobiografie in forma cartacea o elettronica, di lasciare ai posteri un’eredità fatta di racconti testimoniali. Potremmo ridere di questa velleitaria richiesta di immortalità, di chi spende i soldi di una non prin-

cipesca pensione per stampare libri dal titolo *Ricordi di un allievo dell'Istituto Tecnico...*, *Noi, i ragazzi del '54* e così via, ma sarebbe puro snobismo, sarebbe la negazione stessa dei principi dello storytelling, significherebbe dimenticare le molte funzioni della narrazione e ricordare solo quella estetico-artistica. Senza contare che lo storyteller o la storyteller professionista possono trovare, anche in un mondo meno patinato di quello dei vip, una loro funzione di “facilitatore di narrazioni”.

A tutto questo si aggiunge il fatto che tra le “storie comuni” e le “storie letterarie” non esiste certo una barriera invalicabile. Un ottimo esempio della permeabilità di questa frontiera è offerto dal breve monologo con cui il regista Wes Anderson decide di aprire il suo *Grand Budapest Hotel*; a pronunciarlo è il personaggio di uno scrittore:

Si tratta di un errore molto comune. La gente pensa che l'immaginazione dell'autore sia sempre all'opera, che egli inventi costantemente un'infinita serie di avvenimenti ed episodi, che semplicemente immagini le sue storie partendo dal nulla. Nella realtà è vero l'opposto. Quando le persone scoprono che sei uno scrittore, sono loro a portarti i personaggi e gli eventi. E fintanto che conservi la capacità di osservare e ascoltare con attenzione, queste storie continueranno a cercarti nel corso della tua vita. A colui che spesso ha raccontato le storie degli altri, molte storie saranno raccontate.

Nella mia attività di scrittore, come dicevo, ho imparato ad osservare e ad ascoltare, a scegliere come oggetto di narrazione le *vite che non sono la mia*<sup>3</sup>.

Ed è proprio uno scrittore e giornalista, Saverio Tutino, che molto ha lavorato sulle vite degli altri, ad avere l'idea di fondare, nel 1984, l'Archivio Diaristico di Pieve Santo Stefano:

La particolarità dell'Archivio di Pieve è che si rivolge a gente comune e sollecita il «narrare la propria storia» in modo da porsi anche come bacino documentario di una storia letta «dal basso», dalla coscienza comune, oltre o diversa da quella «ufficiale» e da quella «degli storici», ma non meno vera, tutt'altro<sup>4</sup>.

Ecco un motivo in più per aiutare a trasformare le vite in storie. Perché le storie possono costituire, nel loro insieme, un diverso accesso alla Storia.

Dalla riflessione sull'esperienza di Saverio Tutino e dell'Archivio nasce la ricerca di Duccio Demetrio, lo studioso italiano che, forse più di ogni altro, ha esplorato, nell'ultimo quarto di secolo, il mondo dell'autobiografia diffusa e quotidiana. È impossibile rendere conto brevemente della vastissima produzione saggistica di Demetrio e mi limiterò pertanto a focalizzarmi su uno dei suoi primi testi in materia: *Raccontarsi: l'autobiografia come cura di sé*<sup>5</sup>.

La valenza terapeutica del raccontarsi risiede, secondo Demetrio, nella possibilità di prendere le distanze da sé, in un allontanamento che non è negazione o rinnegamento della propria vita, ma una sorta di sdoppiamento dell'Io che permette di osservarsi dalla “giusta distanza” per rendersi conto

delle scelte e degli eventuali errori. A consentire questo distacco è, come abbiamo più volte rimarcato, la testualizzazione stessa, il fatto di “mettere nero su bianco” e di “tirar fuori”, in un gesto liberatorio, la propria storia. In questo viaggio nel proprio passato effettuato con la consapevolezza del presente, l’auto-narratore passa attraverso una “Retrospezione”, cioè una lettura approfondita e intima dei propri ricordi, una “Interpretazione” degli eventi che hanno dato forma alla propria vita (operando così una selezione tra fatti di maggiore e minore pertinenza rispetto a un progetto complessivo), e una “Creazione” della forma narrativa finale. Nel lucido e organizzato racconto della nostra vita noi espelliamo le tossine dei ricordi non accettati, come se ci riconciliassimo con il nostro agire e con quello degli altri, riuscendo a lenire il dolore di certe fratture.

Affinché gli effetti curativi si manifestino è talvolta necessario che il racconto del Sé venga sollecitato dall’esterno (ad esempio da un progetto guidato di storytelling) non solo e non sempre in forma di autobiografia, ma anche di semplice “esercizio di scrittura”. E non posso, a questo proposito, non ricordare un intervento narrativo che feci intorno al 2016 presso un ospedale infantile. Durante un laboratorio di scrittura rivolto ad adolescenti del reparto di neuropsichiatria proposi un’esercitazione dal titolo *Elvis Presley sta bene e vive su un’isola del Pacifico*. Il lavoro prende spunto in maniera ironica dalla leggenda che vorrebbe il famoso cantante ancora in vita a godersi la vecchiaia al riparo dal rumore del mondo. Il compito assegnato consiste nell’inventare una versione non ufficiale della vicenda biografica di un personaggio famoso deceduto in circostanze misteriose: in questa versione, il personaggio è vivo e spiega, in una lettera, le ragioni per cui ha simulato la propria morte.

Le ragioni dell’efficacia di questo esercizio sono molteplici, ma in quel caso l’obiettivo principale era quello di ottenere, da parte delle giovani pazienti, una narrazione che sotto l’apparenza di un fiction storytelling offrisse agli operatori sanitari qualche brandello di non-fiction, di realtà autobiografica. Questo obiettivo fu raggiunto praticamente subito: ben tre pazienti su nove scelsero, in maniera del tutto indipendente l’una dall’altra, di dare una seconda vita a Kurt Cobain, il cantante dei Nirvana che nel 1994, dopo diversi tentativi di suicidio falliti, si tolse la vita con un colpo di fucile a soli 27 anni di età. È quasi scontato sottolineare che quelle tre ragazze erano ricoverate in seguito al ripetersi di intenti suicidari: inventando una storia alternativa per Kurt Cobain avevano raccontato agli psicologi e agli psichiatri la storia degli eventi e delle persone che le avevano condotte al tentato suicidio e avevano fornito loro nuovi strumenti per la cura.

### 8.3. Medicina narrativa

L'esempio del laboratorio di scrittura nel reparto di neuropsichiatria infantile ci permette di passare dalle "storie che curano" alle "storie di cura" e alla "medicina narrativa".

Sgomberiamo subito il campo da un possibile equivoco: la medicina narrativa non è una medicina alternativa dal sapore magico o *new age*, le storie, da sole, non sono farmaci contro il cancro o terapie di recupero dopo un'ischemia; la medicina narrativa è essenzialmente un diverso modo di impostare il rapporto curante-paziente. C'è, nella prima puntata della serie televisiva *Dr. House MD*, un dialogo che amo citare e che mi sembra illustrare bene il punto di partenza di questo cambio di paradigma comunicativo.

Dottor Foreman: «Non dovremmo parlare con la paziente per fare una diagnosi?».

Dottor House: «È un medico?».

Dottor Foreman: «No, ma...».

Dottor House: «Non mi va di sentire bugie».

Dottor Cameron: «Il dottor House non ama trattare con i pazienti».

Dottor Foreman: «Non è compito del medico curare i malati?».

Dottor House: «No, curare la malattia è il compito del medico. Trattare con i pazienti è quello che manda il medico in depressione».

Dottor Foreman: «Vogliamo eliminare il contatto umano nella pratica della medicina?».

Dottor House: «Se non parliamo con loro evitiamo di mentirci a vicenda. Il contatto umano è una palla».

Potremmo definire l'atteggiamento del dottor House una sorta di estremizzazione dell'approccio biomedico alla malattia, un approccio, imperante nell'ultimo mezzo secolo, che ha progressivamente marginalizzato il ruolo del paziente riducendo la cura a una sfida tra il curante e la malattia. L'importanza assunta dalla diagnostica di laboratorio (esami del sangue, delle urine, ecc.) e da quella per immagini (radiografie, TAC, risonanze magnetiche, ecc.) ha gradualmente spento la voce del paziente (e non è un caso che uno dei siti più significativi per la medicina narrativa sia [www.patientvoices.org.uk](http://www.patientvoices.org.uk)): a parlare al posto suo sono i referti e le cartelle cliniche.

Lucia Zannini, nel suo *Medical humanities e medicina narrativa*<sup>6</sup>, fa coincidere l'emergere della medicina narrativa con la crisi dell'approccio biomedico, cioè con la nascita della consapevolezza che, tanto in fase di diagnosi quanto in fase di cura, la percezione soggettiva che il paziente ha della malattia è parte del processo.

A questo proposito, Arthur Kleinman, già nel lontano 1978, suggeriva di distinguere tra *disease*, cioè malattia in senso clinico, e *illness*, il "sentirsi malati".

La pratica medica contemporanea contrasta sempre più con le comuni aspettative. I medici moderni diagnosticano e curano i *diseases* (anomalie nella struttura e nella funzione del corpo, degli organi e dei sistemi), mentre i pazienti soffrono di *illnesses* (esperienze di cambiamenti penalizzanti del loro stato e della loro funzione sociale, dell'essere malati). Il *disease* e la *illness*, così definiti, non hanno necessariamente una relazione diretta. Gradi simili di patologia organica possono generare percezioni molto diverse per ciò che attiene al dolore e all'angoscia. La percezione di malattia può verificarsi in assenza di reali stati patologici (il 50% delle visite dal medico sono richieste per disturbi che si rivelano poi privi di una base biologica accertabile) [...]. Inoltre, i rimedi prescritti dai medici possono non riuscire a guarire il *disease*, nonostante l'efficacia dell'azione farmacologica, quando i pazienti non sono in grado di seguire le indicazioni mediche perché non le comprendono o perché non capiscono le ragioni di quelle prescrizioni. [...] L'esperienza di malattia è "culturalmente plasmata" nel senso che essa dipende dal senso che noi diamo alla malattia e che questo senso dipende dai sistemi di significato che adottiamo e dalla posizione sociale che occupiamo<sup>7</sup>.

Chi ha seguito la serie *Dr. House MD* sa che, ad onta delle sue ciniche dichiarazioni, il punto di forza del protagonista risiede proprio nella sua capacità di andare oltre la semplice diagnosi per ricostruire, attraverso una sorta di indagine, la "storia" del paziente e farlo così partecipare al suo stesso percorso di guarigione (va da sé che, per non deludere gli spettatori, i pazienti del Dr. House guariscono quasi sempre).

E la definizione di *Narrative Based Medicine* secondo gli standard internazionali punta proprio sul concetto di partecipazione:

La NBM è uno strumento fondamentale per acquisire, comprendere e integrare i diversi punti di vista di tutti i partecipanti che hanno un ruolo nell'esperienza della malattia<sup>8</sup>.

Le storie di malattia dunque non sono una semplice relazione narrativizzata che il paziente fa a proposito dei propri disturbi, ma sono il frutto di una co-costruzione che vede collaborare almeno il paziente e il terapeuta (ma, meglio ancora, l'intera équipe medico-sanitaria, i parenti, gli amici e tutti i *care givers* che ruotano intorno al paziente) e che tiene conto della percezione di malattia, ma anche delle condizioni sociali e culturali in cui si colloca l'esperienza di malattia/cura.

Anche nella medicina narrativa assistiamo quindi a un incontro tra un non-fiction storytelling personale, quello del paziente e delle persone a lui vicine, e un non-fiction storytelling professionale, quello del personale sanitario che racconterà la cura e quello degli eventuali "facilitatori" che favoriranno il prodursi e l'incrociarsi di questi racconti.

Ma le storie, oltre che strumento per ricollocare il paziente al centro della cura, possono diventare terapia privilegiata per alcune patologie quali l'afasia post-traumatica o la schizofrenia: in quei casi, recuperare la capacità di

narrare (anche attraverso linguaggi e dispositivi multimediali) significa già mostrare segni di remissione<sup>9</sup>.

Nel 1930, Virginia Woolf pubblicava un saggio sull'essere malati e scriveva:

Considerato quanto sia comune la malattia, [...] appare davvero strano che la malattia non figuri insieme all'amore, alle battaglie e alla gelosia tra i temi principali della letteratura<sup>10</sup>.

Lo storytelling in campo medico pare poter ovviare un poco a questa mancanza creando, anche attraverso la condivisione delle storie di malattia e di cura, uno spazio narrativo nel quale ogni paziente può ritrovarsi e ridefinire la propria esperienza di malattia in base a quelle degli altri.

#### 8.4. *I racconti di vita e la prospettiva etnosociologica*

Nei due paragrafi precedenti, abbiamo mostrato le potenzialità del racconto di Sé in un'ottica che potremmo definire, un po' grossolanamente, di auto-mutuo-aiuto; adesso vediamo invece come la narrazione autobiografica possa diventare strumento di ricerca sociale.

Una certa pratica quotidiana (fatta anche di vessazioni telefoniche) ci ha familiarizzato con una ricerca sociale basata sui questionari e sugli indici di gradimento, cioè con una ricerca che mira a definire opinioni condivise e comportamenti collettivi individuando degli indicatori e dei dati che si prestino a un certo livello di standardizzazione e di elaborazione statistica. Nel par. 1.4 si è detto di come il dato numerico sia percepito come più veritiero e oggettivo di un racconto, adesso riprendiamo quel tema attraverso uno dei più noti sonetti del poeta romanesco Trilussa:

##### *La statistica*

Sai ched'è la statistica? È 'na cosa  
che serve pe' fà un conto in generale  
de la gente che nasce, che sta male,  
che more, che va in carcere e che spósa.

Ma pe' me la statistica curiosa  
è dove c'entra la percentuale,  
pe' via che, lì, la media è sempre eguale  
puro co' la persona bisognosa.

Me spiego: da li conti che se fanno  
seconno le statistiche d'adesso  
risurta che te tocca un pollo all'anno:

e, se nun entra nelle spese tue,  
t'entra ne la statistica lo stesso  
perch'è c'è un antro che ne magna due.

Se altri contestano la veridicità delle rappresentazioni del reale fornite attraverso la statistica<sup>11</sup>, Trilussa muove ad essa una critica più essenziale e sottile: una ricerca basata solo sulla statistica, pur senza necessariamente mentire, è costretta a trascurare il dato individuale e a procedere per omologazioni. È per questo che le scienze sociali, accanto alle metodologie di indagine quantitative, hanno elaborato alcuni metodi qualitativi e tra questi ci sono quelli narrativi. In sintesi, le storie personali prodotte dagli individui possono, se opportunamente raccolte e classificate, diventare strumenti sistematici di rappresentazione dei fenomeni sociali (e non solamente della Storia, come abbiamo visto a proposito dell'approccio autobiografico di Saverio Tutino).

Perché ciò possa avvenire è necessario passare da una produzione spontanea e “ingenua” del racconto a una forma di narrazione stimolata e guidata dal ricercatore.

Tra le metodologie più diffuse in questo campo c'è l'intervista narrativa che, com'è facile intuire, si basa su una serie di domande attraverso le quali l'intervistatore sollecita il racconto, da parte dell'intervistato, di parti o di aspetti specifici della propria vita. Al fine di garantire l'omogeneità di risultati necessaria alla ricerca, il protocollo dell'intervista deve essere piuttosto preciso per ciò che attiene al numero e alla durata degli incontri con ogni soggetto e tutti i ricercatori che conducono una stessa ricerca narrativa devono lavorare sulla base delle stesse domande. Robert Atkinson, uno degli studiosi statunitensi più attivi in questo ambito, propone addirittura un set standard di 300 domande<sup>12</sup> all'interno del quale scegliere quelle più adatte per i propri scopi.

In Italia, la metodologia dell'intervista biografica è stata approfondita in modo particolare da Rita Bichi che, oltre a fornire un'eccellente guida a questo tipo di ricerca<sup>13</sup>, ha dato ampia risonanza alla teoria dei *recits de vie* (racconti di vita) di Daniel Berteaux.

Per Berteaux il “racconto di vita” non è la narrazione libera e autonoma della propria intera autobiografia, perché questa sarebbe difficilmente al servizio della ricerca etnosociologica, che è quella che più gli interessa.

La concezione da me proposta definisce «racconto di vita» il racconto fatto da un soggetto a un'altra persona, che sia o no un ricercatore, di un episodio qualunque della sua esperienza vissuta. Il verbo «raccontare» è essenziale: significa che la produzione discorsiva del soggetto ha preso una forma narrativa<sup>14</sup>.

Quando la narrazione autobiografica diventa strumento di ricerca, la completezza del racconto può quindi essere superflua o addirittura dannosa; essenziale è invece la focalizzazione sui momenti o sugli aspetti che l'intervistatore sceglie come pertinenti. E fondamentale è anche la presenza stessa

dell'intervistatore: a differenza di ciò che avviene nei diari e nelle autobiografie propriamente dette, dove il racconto emerge in modo solipsistico, nei *recits de vie* la narrazione prende forma nell'atto di raccontare a qualcuno e stimolati da qualcuno, cioè nell'interazione ragionata.

Questi brevi cenni alle metodologie narrative di ricerca non rendono ovviamente giustizia alla complessità e alla ricchezza di tali impostazioni, ma era importante dare almeno le coordinate essenziali dei metodi che possono condurre alla creazione di archivi mirati di storie, perché le storie individuali, raccolte e organizzate, possono costituire talvolta l'unico punto di contatto tra realtà territorialmente vicinissime e socialmente separate da distanze siderali. Per rendersene conto basta leggere lo storytelling drammatico e umanissimo del progetto "Storie migranti, una storia delle migrazioni attraverso i racconti dei migranti" ([www.storiemigranti.org](http://www.storiemigranti.org)), o quello pieno di speranza di "Valigia blu" ([www.migranti.valigiablu.it](http://www.migranti.valigiablu.it)), che si concentra sulle storie di accoglienza e di solidarietà.

<sup>1</sup> Si veda, ad esempio, M. Guglielminetti, *Memoria e scrittura: l'autobiografia da Dante a Cellini*, Einaudi, Torino 1977.

<sup>2</sup> A. Agassi, *Open. La mia storia*, Einaudi, Torino 2011 (ed. or. 2001).

<sup>3</sup> *Vite che non sono la mia* (Einaudi, Torino 2011) è una non-fiction novel di Emmanuel Carrère dove la poetica del raccontare la vita vera della gente comune si concretizza con singolare lucidità e con esiti letterari di grande rilevanza.

<sup>4</sup> F. Cambi, *L'autobiografia come metodo formativo*, Laterza, Roma-Bari 2007, p. 95.

<sup>5</sup> D. Demetrio, *Raccontarsi: l'autobiografia come cura di sé*, Raffaello Cortina, Milano 1995.

<sup>6</sup> L. Zanini, *Medical humanities e medicina narrativa*, Raffaello Cortina, Milano 2008, pp. 37-61.

<sup>7</sup> A. Kleinman, L. Eisenberg, B. Good, *Culture, Illness, and Care: Clinical Lessons From Anthropologic and Cross-Cultural Research*, in «FOCUS-The Journal of Life Long Learning Psychiatry», IV, 1, 2006 (ed or. 1978).

<sup>8</sup> C. Fioretti, K. Mazzocco, S. Riva et al., *Research Studies on Patients' Illness Experience Using the Narrative Medicine Approach: A Systematic Review*, in «BMJ Open», 14 luglio 2016, p. 8.

<sup>9</sup> Si veda a questo proposito B. Bruschi, *Digital Storytelling and Training in Health Care Settings*, in «The Online Journal of Science and Technology», 8, 1, gennaio 2018.

<sup>10</sup> V. Woolf, *Sulla malattia*, Bollati Boringhieri, Torino 2006, p. 7 (ed. or. 1930).

<sup>11</sup> Si veda il classico D. Huff, *Mentire con le statistiche*, Monti & Ambrosini, Pescara 2009 (ed. or. 1954)

<sup>12</sup> R. Atkinson, *L'intervista narrativa: raccontare la storia di sé nella ricerca formativa, organizzativa e sociale*, Raffaello Cortina, Milano 2002 (ed. or. 1998).

- <sup>13</sup> R. Bichi, *L'intervista biografica: una proposta metodologica*, Vita e Pensiero, Milano 2002.
- <sup>14</sup> D. Berteaux, *Racconti di vita. La prospettiva etnosociologica*, FrancoAngeli, Milano 1999, p. 53 (ed. or. 1998).

# Bibliografia

- E.A. Abbott, *Flatland: A Romance of Many Dimensions*, Seeley & Co., London 1884.
- A. Agassi, *Open. La mia storia*, Einaudi, Torino 2011 (ed. or. 2001).
- L. Anolli, *Mentire: tutti lo fanno, anche gli animali*, il Mulino, Bologna 2003.
- R. Atkinson, *L'intervista narrativa: raccontare la storia di sé nella ricerca formativa, organizzativa e sociale*, Raffaello Cortina, Milano 2002 (ed. or. 1998).
- M. Baliani, *Ogni volta che si racconta una storia*, Laterza, Bari-Roma 2019.
- R. Barthes, *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, in AA.VV., *L'analisi strutturale del racconto*, Bompiani, Milano 1969 (ed. or. 1966).
- W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1966 (ed. or. 1936).
- P.L. Berger, T. Luckmann, *La realtà come costruzione sociale*, il Mulino, Bologna 1969 (ed. or. 1966).
- A. Bernardelli, *Che cos'è la narrazione*, Carocci, Roma 2019.
- A. Bernardelli, R. Ceserani, *Il testo narrativo*, il Mulino, Bologna 2005.
- L. Bernazza, *Frontiere di Teatro Civile*, Editoria & Spettacolo, Riano (Roma) 2010.
- L. Berta, *Narrazione e neuroni specchio*, in S. Calabrese (a cura di), *Neuronarratologia: il futuro dell'analisi del racconto*, Archetipo libri, Bologna 2012.
- D. Berteaux, *Racconti di vita. La prospettiva etnosociologica*, FrancoAngeli, Milano 1999 (ed. or. 1998).
- D. Biacchessi, *Teatro civile*, Edizioni Ambiente, Milano 2010.
- R. Bichi, *Intervista biografica: una proposta metodologica*, Vita e Pensiero, Milano 2002.
- B.L. Bradberry, *The Myth of German Villainy*, AuthorHouse, Bloomington 2012.
- C. Bremond, *Logica del racconto*, Bompiani, Milano 1977 (ed. or. 1973).
- P. Brooks, *Trame*, Einaudi, Torino 1995 (ed. or. 1984).
- R. Brown, J. Kulik, *Flashbulb Memories*, in «Cognition», 5, 1, 1977, pp. 73-99.
- J.S. Bruner, *In Search of Mind: Essays in Autobiography*, Harper Colophon, New York 1984.
- J.S. Bruner, *La fabbrica delle storie: diritto, letteratura, vita*, Laterza, Roma-Bari 2002.
- B. Bruschi, *Ludodigitalstories*, FrancoAngeli, Milano 2017.
- B. Bruschi, *Digital Storytelling and Training in Health Care Settings*, in «The Online Journal of Science and Technology», 8, 1, gennaio 2018.
- D. Buzzati, *Inviti superflui*, in *La boutique del mistero*, Mondadori, Milano 1991 (ed. or. 1968).
- S. Calabrese, *Neuronarratologia: il futuro dell'analisi del racconto*, Archetipo libri, Bologna 2012.
- S. Calabrese, *Retorica e scienze neurocognitive*, Carocci, Roma 2013.
- S. Calabrese, *La suspense*, Carocci, Roma 2016.
- S. Calabrese, *Gli arabi e lo storytelling*, Carocci, Roma 2019.
- I. Calvino, *Le città invisibili*, Einaudi, Torino 1973.

- F. Cambi, *L'autobiografia come metodo formativo*, Laterza, Roma-Bari 2007.
- T. Capote, *A sangue freddo*, Garzanti, Milano 2005 (ed. or. 1965).
- E. Carrère, *Vite che non sono la mia*, Einaudi, Torino 2011 (ed. or. 2009).
- E. Carrère, *L'Avversario*, Adelphi, Milano 2013 (ed. or. 2000).
- E. Carrère, *La settimana bianca*, Adelphi, Milano 2014 (ed. or. 1995).
- M. Cometa, *Perché le storie ci aiutano a vivere*, Raffaello Cortina, Milano 2017.
- D. Corno, *Nota a «Frame-system Theory»*, in «Quaderni di Ricerche Semiotiche», 1, 1987.
- D. Corno, G. Pozzo (a cura di), *Mente, linguaggio, apprendimento*, La Nuova Italia Editrice, Firenze 1991.
- C.G. Cortese, *L'organizzazione si racconta*, Guerini e Associati, Milano 1999.
- D. Demetrio, *Raccontarsi: l'autobiografia come cura di sé*, Raffaello Cortina, Milano 1995.
- É. Durkheim, *La divisione del lavoro sociale*, Edizioni di Comunità, Milano 1962 (ed. or. 1893).
- R. Farr, S. Moscovici, *Rappresentazioni sociali*, il Mulino, Bologna 1989 (ed. or. 1984).
- E. Feroz, *The West's Favorite Afghani*, in «Jacobins», 7 luglio 2015, <https://www.jacobinmag.com/2015/07/hosseini-kite-runner-thousand-splendid-suns/>.
- C. Fioretti, K. Mazzocco, S. Riva et al., *Research Studies on Patients' Illness Experience Using the Narrative Medicine Approach: A Systematic Review*, in «BMJ Open», 14 luglio 2016.
- S. Gallagher, D. Zahavi, *La mente fenomenologica: filosofia della mente e scienze cognitive*, Raffaello Cortina, Milano 2009.
- V. Gallese, M. Guerra, *Lo schermo empatico: cinema e neuroscienze*, Raffaello Cortina, Milano 2015.
- L. Gallino, *L'impresa irresponsabile*, Einaudi, Torino 2005.
- S. Garbellano, *40 anni di formazione manageriale: ruolo e contributo di ASFOR*, FrancoAngeli, Milano 2013.
- A. Gide, *L'affaire Redureau, suivis de Faits divers*, Gallimard, Paris 1930.
- A. Gide, *La séquestrée de Poitiers*, Gallimard, Paris 1930.
- A.J. Greimas, *Del senso*, Bompiani, Milano 1974 (ed. or. 1970).
- A.J. Greimas, J. Courtés, *Semiotica, dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, La casa Usher, Firenze 1986 (ed. or. 1979).
- E. Grillo, *Semiotica dell'investigazione*, Carocci, Roma 2014.
- M. Guglielminetti, *Memoria e scrittura: l'autobiografia da Dante a Cellini*. Einaudi, Torino 1977.
- B. Guidetti Serra, *Le schedature Fiat: cronaca di un processo e altre cronache*, Rosenberg & Sel-lier, Torino 1984.
- M. Halbwachs, *La memoria collettiva*, Unicopli, Milano 1996 (ed. or. 1949).
- D. Herman, *Il racconto come strumento di pensiero*, in S. Calabrese, *Neuronarratologia: il futuro dell'analisi del racconto*, Archetipo libri, Bologna 2012.
- A. Holtz, *I casi del Dr. House*, Sperling & Kupfer, Milano 2007 (ed. or. 2006).
- D. Huff, *Mentire con le statistiche*, Monti & Ambrosini, Pescara 2009 (ed. or. 1954).
- P. Jedlowski, *Memoria*, CLUEB, Bologna 2000.
- P. Jedlowski, *Storie comuni: la narrazione nella vita quotidiana*, Bruno Mondadori, Milano 2000.
- P. Jedlowski, *Memorie del futuro*, Carocci, Roma 2017.
- A. Kleinman, L. Eisenberg, B. Good, *Culture, Illness, and Care: Clinical Lessons From An-*

- thropologic and Cross-Cultural Research*, in «FOCUS–The Journal of Life Long Learning Psychiatry», IV, 1, 2006 (ed. or. 1978).
- I. Leslie, *Bugiardi nati: perché non possiamo vivere senza mentire*, Bollati Boringhieri, Torino 2014 (ed. or. 2011).
- P. Levi, *Il sistema periodico*, Einaudi, Torino 1995 (ed. or. 1979).
- S. Maier, *The Power of the Numbers, Reconsidered*, in *News, Numbers and Public Opinion in a Data-Driven World*, a cura di A. Nguyen, Bloomsbury Academic, New York 2018 (edizione elettronica).
- A. Martina, *Comunicare la città. Il caso di Torino olimpica*, Bruno Mondadori, Milano 2006.
- M. McKenna, *Real People and the Rise of Reality Television*, Rowman & Littlefield, London–New York 2015.
- M. Minsky, *Frame-systems*, MIT AI Laboratory Memorandum, 1974.
- M. Minsky, *La società della mente*, Adelphi, Milano 1990 (ed. or. 1985).
- D.R. Moates, G.M. Schumacher, *Psicologia dei processi cognitivi*, il Mulino, Bologna 1983 (ed. or. 1980).
- P. Montesperelli, *Sociologia della memoria*, Laterza, Roma–Bari 2005.
- R. Musil, *L'uomo senza qualità*, Einaudi, Torino 1957.
- P. Natale, *Attenti al sondaggio!*, Laterza, Roma–Bari 2009.
- V. Nabokov, *Lezioni di letteratura*, Garzanti, Milano 1992 (ed. or. 1980).
- J.C. Oates, *La ragazza tatuata*, Mondadori, Milano 2011 (ed. or. 2003).
- W.J. Ong, *Oralità e scrittura: le tecnologie della parola*, il Mulino, Bologna 1986 (ed. or. 1982).
- M. Paolini, G. Vacis, *Il racconto del Vajont*, Garzanti, Milano 1997.
- A. Perissinotto, *Gli attrezzi del narratore: modi per costruire storie, da Joyce a Dylan Dog*, Rizzoli, Milano 2006.
- A. Perissinotto, *La società dell'indagine*, Bompiani, Milano 2008.
- A. Perissinotto, *Grandezza e limiti del poliziesco di denuncia*, in H. Serkowska, *Finzione cronaca realtà: scambi, intrecci e prospettive nella narrativa italiana contemporanea*, Transeuropa, Massa 2011.
- A. Perissinotto, *Le colpe dei padri*, Piemme, Milano 2013.
- A. Petrucci, *La scrittura*, Einaudi, Torino 1986.
- F. Polletta, “*It Was Like a Fever...*”: *Narrative and Identity in Social Protest*, in «Social Problems», 45, 2, maggio 1998, pp. 137–159.
- G. Rizzolatti, L. Vozza, *Nella mente degli altri. Neuroni specchio e comportamento sociale*, Zanichelli, Bologna 2008.
- S. Rolando, *Citytelling*, Egea, Milano 2014.
- C. Salmon, *Storytelling: la fabbrica delle storie*, Fazi, Roma 2008.
- J. Searle, *La costruzione della realtà sociale*, Einaudi, Torino 2006 (ed. or. 1955).
- M. Seltzer, *True Crime: Observations on Violence and Modernity*, Routledge, New York 2007.
- C. Silverman, *Introduzione*, in L. Sofri, *Notizie che non lo erano*, Rizzoli, Milano 2015.
- G. Simenon, *La camera azzurra*, Adelphi, Milano 2012 (ed. or. 1964).
- H.A. Simon, *Il comportamento amministrativo*, il Mulino, Bologna 1967 (ed. or. 1961).
- A. Smorti, *Il pensiero narrativo: costruzione di storie e sviluppo della conoscenza sociale*, Giunti, Firenze 1994.
- A. Smorti, *Narrazioni*, Giunti, Firenze 2007.
- A. Smorti, *Raccontare per capire: perché narrare aiuta a pensare*, il Mulino, Bologna 2018.
- L. Sofri, *Notizie che non lo erano*, Rizzoli, Milano 2015.

- T. Todorov, *Simbolismo e interpretazione*, Guida, Napoli 1986 (ed. or. 1978).
- K. Trehan, G.S. Maan, *Teaser Campaigns: An Effective Advertising Execution for Varied Goods, Services and Ideas*, in «Journal of Mass Communication & Journalism», 2, 11, 2012.
- E. Turri, *Antropologia del paesaggio*, Edizioni di Comunità, Milano 1974.
- A.N. Veselovskij, *Poetica storica*, edizioni e/o, Roma 1981 (ed. or. 1940).
- O. Vidoni Guidoni, *La criminalità*, Carocci, Roma 2004.
- L. Vygotskij, *Pensiero e linguaggio*, Barbèra, Firenze 1966 (ed. or. 1934).
- V. Woolf, *Sulla malattia*, Bollati Boringhieri, Torino 2006 (ed. or. 1930).
- L. Zanini, *Medical humanities e medicina narrativa*, Raffaello Cortina, Milano 2008.

# Indice

Parte prima. Definizioni e basi teoriche	6
1. Definire lo storytelling e liberarlo dal pregiudizio	7
1.1. Una deriva del senso	7
1.2. Storie o narrazioni?	11
1.3. Realtà, invenzione, menzogna	15
1.4. Raccontare il vero significa informare?	22
1.5. Qualche considerazione sopra l'efficacia dello storytelling	25
1.6. Storytelling: linguaggi e tecnologie	27
2. Semiotica per storyteller	32
2.1. Fiction e non-fiction: contenuti diversi, ma stesse strategie	32
2.2. La narratologia	33
2.3. Lo strutturalismo	34
2.4. Intreccio e fabula	38
2.5. I racconti assomigliano alla vita: i ruoli e i programmi narrativi	42
2.6. "Show, don't tell": la figurativizzazione	47
2.7. Vero, falso e verosimile: il contratto di veridizione	48
3. Lo storytelling tra cognitivismo e scienze sociali	53
3.1. Narrazione, comprensione, ragionamento	53
3.2. Narrazione, memoria individuale, costruzione del sé	59
3.3. Narrazione, memoria collettiva, costruzione sociale	63
Parte seconda. Esempi e strategie	69
4. Storytelling nelle organizzazioni	70
4.1. Il bisogno di rappresentazione sociale	70
4.2. Auto-rappresentazioni esterne e interne	71
4.3. Perché utilizzare lo storytelling nelle organizzazioni?	76
4.4. I racconti si ricordano meglio	79
4.5. Qualche suggerimento per narrare nelle organizzazioni	80
4.6. Facilitare lo storytelling nelle organizzazioni	84
5. Raccontare il territorio: da Detroit a Matera	87
5.1. Detroit: il primo "Department of storytelling" di una metropoli	87
5.2. Riqualificazione territoriale e storytelling	89

5.3. Storytelling e valorizzazione culturale e turistica: Torino 2006, Milano 2015, Matera 2019	92
5.4. Storytelling finzionale come “Future studies”	94
<b>6. Storytelling e cronaca nera: da Gide a “Crimes”</b>	<b>98</b>
6.1. Raccontare la cronaca nera: una storia attuale e antica	98
6.2. “True crime” in televisione. Il caso francese	102
6.3. La spettacolarizzazione del non-fiction storytelling	108
<b>7. Storytelling e teatro</b>	<b>112</b>
7.1. Il racconto del Vajont e l’epifania del teatro di narrazione	112
7.2. Marco Baliani: come tutto è cominciato	113
7.3. Daniele Biacchessi: il teatro civile	117
7.4. Laura Curino: teatro di narrazione e Storia	120
<b>8. Oltre il confine: altri esempi di non-fiction storytelling</b>	<b>123</b>
8.1. Il confine e le sue immediate vicinanze	123
8.2. Dall’autobiografia alle “storie che curano”	123
8.3. Medicina narrativa	128
8.4. I racconti di vita e la prospettiva etnosociologica	130
<b>Bibliografia</b>	<b>134</b>