IRIS AperTO

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

Interactive Storytelling

This is the author's manuscript

Original Citation:

Availability:

This version is available http://hdl.handle.net/2318/1523920 since 2015-12-10T15:51:21Z

Publisher:

Aracne

Terms of use:

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

12 October 2024

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Giulio Lughi

Interactive Storytelling

This is an author version of the contribution published on:
Questa è la versione dell'autore pubblicata in:
[I media digitali e l'interazione uomo macchina. A cura di S. Arcagni, Aracne 2015]

The definitive version is available at:
La versione definitiva è disponibile alla URL:
[http://www.aracneeditrice.it/aracneweb/index.php/pubblicazione.html?item=9788854884380]

Interactive Storytelling

di Giulio Lughi

1. Introduzione

L'*Interactive Storytelling*[1] (di seguito IS) deriva dalla connessione di due componenti sempre più importanti sulla scena dei media digitali: *Interactive* e *Storytelling*, entrambi *termini ombrello* che coprono realtà molto diverse ma con molti punti di contatto. Di conseguenza anche l'IS va considerato un *macro–termine ombrello*, di cui non si può dare una definizione univoca, "da vocabolario", ma che va visto come un territorio di cui possiamo al massimo disegnare una mappa provvisoria.

Per cercare di cogliere l'estensione e le varie componenti dell'IS, il contributo si articola in due parti. Nei primi tre paragrafi si affrontano degli aspetti generali:

— *Anticipazioni pre–digitali*: dove vengono riprese alcune correnti, sia concettuali sia operative, che hanno precorso l'avvento e lo sviluppo dell'IS costituendo il retroterra culturale sul quale ha potuto attecchire;

— *Interactive*: una rapida esplorazione dei vari tentativi di definire l'interattività, naturalmente con lo sguardo puntato alla dimensione narrativa;

— *Storytelling*: una ricognizione su come questa pratica antichissima si inserisce nel contesto contemporaneo dei media digitali, e sulle sue varie articolazioni.

Nei successivi quattro paragrafi viene invece proposta una classificazione delle diverse tipologie di *Interactive Storytelling*:

— *IS computazionale*: orientato alla modellizzazione e formalizzazione dei processi narrativi, quindi con un forte legame con gli studi di Computer Science;

— IS *partecipativo*: caratterizzato dalle potenzialità offerte dalla rete, e soprattutto dalla diffusione dei social network;

— *IS transmediale*: attento a sviluppare contaminazioni e incroci fra i diversi canali trasmissivi (trans–media) del processo narrativo;

— *IS urbano*: caratterizzato dalle potenzialità narrative offerte dal posizionamento fisico dell'utente, dotato di terminale mobile, nello spazio mediato della città.

Questi quattro tipi di IS sono anche riconducibili a quattro diverse fasi nell'evoluzione dei media digitali: la prima, quella *computazionale*, rappresenta la situazione *stand–alone*, dell'utente da solo di fronte alla macchina; la seconda, quella *partecipativa*, rappresenta la grande diffusione della *rete*, con l'avvento della connettività pervasiva; la terza, quella *transmediale*, si instaura con estendersi sempre più marcato della *convergenza digitale* e degli *spreadable media*; la quarta, quella *urbana*, segna l'avvento del paradigma *mobile–locative*, con la grande diffusione dei terminali mobili e il

[1] Perché in inglese? Perché l'espressione inglese copre un campo semantico più ampio: rispetto ai termini italiani *romanzo*, *racconto*, *narrazione*, *narrativa*, ecc. che restano limitati all'ambito letterario e al linguaggio verbale (orale e scritto), lo storytelling si applica anche al campo del visuale e soprattutto dell'immagine in movimento (video e cinema); inoltre, a differenza dei termini italiani citati sopra, lo storytelling comprende testi sia di *fiction* (di nuovo un termine anglosassone intraducibile, che comprende letteratura e cinema), sia di *non fiction*, come giornalismo, formazione, pubblicità, e altro.

riposizionamento dei processi culturali nello spazio fisico.

Con l'ovvia avvertenza che queste quattro fasi non rappresentano momenti nettamente distinti sul piano cronologico, bensì quattro diverse ondate che — pur succedendosi nel tempo — si sovrappongono l'una all'altra, in parte mescolandosi in parte mantenendo le loro caratteristiche peculiari, e dando vita alle diverse forme di ibridazione che caratterizzano di fatto la nostra esperienza quotidiana dei media digitali.

2. Anticipazioni pre–digitali

La base concettuale dell'IS è la possibilità di percorrere e modificare i testi, considerati come strumenti di conoscenza. Un approccio operativo che affonda le sue radici recenti nelle correnti filosofiche soggettiviste dell'inizio del Novecento, che affermano la presenza del soggetto nel rapporto con la realtà e successivamente trovano una più coerente sistemazione nella dottrina del pragmatismo: l'opera di John Dewey, *Arte come esperienza* del 1934, propone una integrazione di arte, cultura ed esperienza quotidiana, rivalutando la parte creativa della persona, quella che è presente in ognuno di noi e non costituisce il patrimonio privilegiato di ristretti gruppi di artisti. Una prospettiva in cui il pubblico, lettore–ascoltatore–spettatore, già appare non come solamente passivo ma diventa parte attiva dell'esperienza estetica.

Sul versante psico–epistemologico è il costruttivismo, da Mead a Piaget, fino a Watzlawick, Bateson, Luhman, a rimarcare l'importanza dell'agire nei processi di conoscenza, insistendo sul concetto di *hands–on* come cifra operativa dell'accostarsi alla realtà attraverso il gesto e l'azione: un approccio che avrà profonde conseguenze e interessanti applicazioni anche sul piano pedagogico, oltre a costituire il fondamento della nascita dei grandi musei interattivi, soprattutto scientifici, come la Cité des Sciences et de l'Industrie[2] situata a Parigi, La Villette.

Nel frattempo anche i movimenti artistici delle Avanguardie storiche avevano intaccato i margini netti dell'opera, iniziando quella "lotta con la tela" che insiste sul gesto attivo dell'artista, e soprattutto mette in campo lo sguardo dello spettatore: ad esempio il Futurismo, che colloca "lo spettatore nel centro del quadro" e soprattutto apre — in maniera che oggi chiameremmo "transmediale" — il panorama dell'arte alla partecipazione del pubblico, alla transitorietà dell'evento, alla moltiplicazione dei canali espressivi, alla collocazione dell'attività artistica sulla scena sociale. Poi, con il Dadaismo, il fare dell'artista si sposta verso l'esterno, assume il punto di vista del quotidiano, ridefinisce il rapporto fra oggetti e procedimenti, insiste sullo sguardo ironico dello spettatore per attivare la dimensione estetica dell'opera. Un altro elemento interessante che le Avanguardie portano alla nostra riflessione sull'IS è la dimensione spaziale: il Situazionismo punta sull'organizzazione di momenti caratterizzati da elementi ludici in cui il rapporto con lo spazio circostante e la partecipazione collettiva è determinante; o ancora Fluxus, che organizza *happening* che fondono musica, danza, poesia, performance narrative in situazioni collocate in precisi ambienti fisici, dove gli spettatori non sono più tali, o non solamente, ma vengono coinvolti come parte attiva.

Parallelamente alle sperimentazioni artistiche, sul piano accademico–scientifico sono le teorie dell'interpretazione e l'ermeneutica, da Gadamer a Pareyson, con la successiva fondazione della semiotica, la riscoperta di Peirce e il neopragmatismo, a condurre alla definizione di Eco[3] di "opera aperta". L'arte viene vista come un fatto eminentemente comunicativo basato sulla dialettica fra chiusura e apertura: se l'artista esprime la sua progettualità per giungere ad un oggetto ben definito e autonomo in sé (chiusura), all'altro capo del processo comunicativo il lettore–spettatore caricherà

[2] http://www.cite-sciences.fr/fr/accueil/

[3] U. ECO, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano 1962.

l'interpretazione dell'opera con le sue aspettative, le sue preferenze estetiche, il suo bagaglio culturale (apertura).

In *Lector in fabula*[4] Eco fonda il quadro concettuale entro cui i processi di fruizione diventano costitutivi per il funzionamento del testo, "macchina pigra" che aspetta l'intervento cooperativo del lettore per mettersi in moto e dispiegare la complessità dei suoi significati: cooperazione testuale, costruzione di mondi possibili, meccanismi inferenziali e processi di costruzione del senso, riferimenti intertestuali e ipercodifica, percorsi isotopici e passeggiate inferenziali, tutta l'attrezzatura teorica che sarà poi necessaria per affrontare le varie forme di IS sono qui formulate *in nuce*, quasi in attesa dell'evoluzione tecnologica che consentirà loro di trovare una realizzazione pratica.

Accanto alle sperimentazioni teoriche, che integrano nel testo la presenza della fruizione, ci sono le sperimentazioni letterarie che tendono a decostruire la compattezza del testo stesso. Sull'esempio lontano della *Vita e opinioni di Tristram Shandy, gentiluomo,* di Laurence Sterne (1760–1767), prende avvio una serie di sperimentazioni narrative pre–digitali che secondo Eco[5] cercano «... di creare un lettore che si attende, dal libro che sta leggendo, una totale libertà di scelta. Ma questa libertà viene goduta proprio perché […] in genere il lettore si dispone a fare le proprie scelte nel bosco narrativo […].»

Rientrano in questa linea innanzitutto il cosiddetto "racconto a bivi", o *decision novel*, prefigurato da Borges:

> In tutte le opere narrative, ogni volta che s'è di fronte a diverse alternative ci si decide per una e si eliminano le altre; in quella del quasi inestricabile Ts'ui Pen, ci si decide — simultaneamente — per tutte. Si creano, così, diversi futuri, diversi tempi, che a loro volta proliferano e si biforcano. Di qui le contraddizioni del romanzo. Fang — diciamo — ha un segreto; uno sconosciuto batte alla sua porta; Fang decide di ucciderlo. Naturalmente vi sono vari scioglimenti possibili: Fang può uccidere l'intruso, l'intruso può uccidere Fang, entrambi possono salvarsi, entrambi possono restare uccisi, eccetera. Nell'opera di Ts'ui Pen, questi scioglimenti vi sono tutti; e ognuno è il punto di partenza di altre biforcazioni.[6]

E poi, più tardi, avremo gli esperimenti di Queneau[7], nonché il Calvino autore di quel *Castello dei destini incrociati*[8] che egli stesso definiva un "iper–romanzo". L'idea del "racconto a bivi" ha avuto inoltre ampia diffusione nella letteratura per ragazzi, da alcune proposte di Gianni Rodari[9] fino al successo dei *game–book*[10].

In un certo senso, sul piano culturale e letterario tutto era pronto perché l'interattività mentale, interna al lettore, che abbiamo visto finora trovasse la sua realizzazione operativa.

---

[4] U. ECO, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano 1979.

[5] U. ECO, *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Bompiani, Milano 1994, p. 9.

[6] J.L. BORGES, *El jardín de los senderos que se bifurcan*, 1941; trad. it. *Il giardino dei sentieri che si biforcano*, in ID., *Tutte le opere*, I, Mondadori, Milano 1984, p. 698.

[7] R. QUENEAU, *Conte à votre façon*, 1967, trad. it. *Un racconto a modo vostro*, in ID., *Segni, cifre e lettere*, Einaudi, Torino 1981, p. 52–55.

[8] I. CALVINO, *Il castello dei destini incrociati*, Einaudi, Torino 1973.

[9] G. RODARI, *Tante storie per giocare*, Editori Riuniti, Roma 1971.

[10] L. GALLARINI, *Librogame, il protagonista sei tu*, in V. Spinazzola (a cura di), *Tirature '14. Videogiochi e altri racconti*, Il Saggiatore, Milano 2014.

3. Interactive

Questa inquietudine narrativa, tipicamente novecentesca, volta a mettere in crisi la linearità del racconto e ad affermare la presenza del lettore nel testo, trova a partire dalla metà del secolo la sua sponda tecnologica, l'interattività, che nelle sue prime accezioni indica il rapporto fra l'umano e la "macchina logica", il computer, nella sua complessità di hardware e software.

Va notata subito un'ambiguità terminologica, in quanto l'aggettivo *interattivo* si riferisce a due sostantivi diversi:

— *l'interazione*, campo di studi con una precisa tradizione nelle scienze sociali[11] che riguarda il rapporto *umano–umano*;

— *l'interattività* in senso proprio, che ha una storia specifica[12] e si riferisce al rapporto *umano–computer*.

Con due precisazioni:

— l'interazione, cioè il rapporto *umano–umano*, può attuarsi mediante diversi mezzi (faccia a faccia, posta, telefono, ecc.), tra cui anche il computer, che però in questo caso ha esclusivamente funzione *trasmissiva*, come nelle chat, nelle mail, negli scambi sui social network;

— l'interattività, cioè il rapporto *umano–computer*, utilizza invece il computer in funzione non solo *trasmissiva* ma soprattutto *elaborativa*: il sistema riceve cioè un input dall'umano, lo rielabora (mediante un motore logico, un algoritmo, uno script, un programma, come vogliamo chiamarlo), e lo restituisce all'umano.

Un'ambiguità terminologica e concettuale destinata ad estendersi con gli anni Duemila, quando l'interattività si sgancia dal chiuso dei laboratori sperimentali e delle applicazioni dedicate, come le console per videogiochi, per approdare sulla scena sociale e partecipativa del web: prima con l'HTML dinamico (DHTML); poi con la portabilità sul web di linguaggi di programmazione "leggeri" come Java e Flash; poi ancora con la diffusione delle applicazioni *server side*; infine con l'assestamento del "sistema" HTML5–CSS–Javascript–PHP–MySQL che garantisce all'utente un'esperienza fluida di navigazione e un interfacciamento trasparente con i sistemi di dati sottostanti.

Ma al di là di questi aspetti tecnici, che ovviamente restano invisibili all'utente generalista, l'esperienza percettiva ed emozionale che si prova sul web è sempre più quella di una navigazione interattiva in un mondo virtuale, esperienza che viene progressivamente interiorizzata come "naturale"[13]. In questo processo incidono diversi fattori: la diffusione planetaria di sistemi come Google Maps, Google Earth e Google Street View, che sviluppano nell'utente la sensazione di controllare attraverso il gesto i movimenti nello spazio rappresentato; la diffusione dei servizi di pagamento e acquisto online, dove l'utente gestisce da remoto il funzionamento di sistemi complessi; o ancora la frequentazione dei social network evoluti, dove ogni post, ogni preferenza espressa, ogni consultazione di pagina, ogni condivisione, diventano *input* per gli algoritmi

---

[11] E. GOFFMANN, *Strategic Interaction*, 1969; trad. it. *L'interazione strategica*, Il Mulino, Bologna 1988.

[12] Il concetto si sviluppa nell'ambito dei fondamenti della cibernetica e sul concetto di *feedback* elaborato da Norbert Wiener.

[13] J. Jensen, *Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*, in «Nordicom Review», vol 19, 1998; F. Tomei, *Arte interattiva. Teoria ed artisti*, Pendragon, Bologna 2006; K. Kwastek, *Aesthetics of Interaction in Digital Art*, MIT Press, Cambridge MA 2013.

incaricati di gestire i tempi, i modi, la visibilità stessa degli altri utenti, “amici” o no.

Ovviamente ci sono ancora ampie zone del web non–interattive (o “statiche”, come le definiscono gli addetti ai lavori): la consultazione di pagine on line, la scrittura di un blog o di un commento, il caricamento o lo scaricamento di file. Certo, anche qui c’è una “dinamica”, e l’utente “compie un’azione”, ma allo stesso modo con cui prende un libro da uno scaffale, o gira il rubinetto per far scorrere l’acqua: la diffusione pesante, strutturale dell’interattività[14] invece è ormai legata alla miniaturizzazione e diffusione dei processori (*ubiquitous computing*), alle reti semantiche che organizzano e immagazzinano l’immenso traffico di dati sulla rete, agli algoritmi che ne calcolano le relazioni, agli agenti intelligenti che ne curano la rappresentazione a livello superficiale.

4. *Storytelling*

L’altra componente dell’IS, lo *storytelling*, sta emergendo sempre più sullo scenario culturale contemporaneo in quanto strumento in grado di gestire la complessità. Ormai neanche i blogger più ingenui considerano la costruzione di storie semplicemente un “mettere gli eventi uno dietro l’altro”: la capacità interpretativa della mente, che consente di organizzare e spiegare il reale attraverso storie complesse, a volte solo possibili, a volte anche improbabili (vedi la fantascienza), prende avvio nell'antichità con la costruzione dei grandi miti fondativi, lo *storyworld*, e continua nella storia dell’umanità fino a trovare con la psicoanalisi un campo di applicazione apparentemente “altro” ma emblematico (i sogni), dove il racconto dimostra tutta la sua potenza creativa smontando e rimontando la realtà quotidiana proprio per esplorare e spiegare le dimensioni più profonde e nascoste della conoscenza.

Costruire storie significa costruire il senso, una pratica tanto più necessaria in un contesto culturale come quello contemporaneo che ha bisogno di strumenti operativi per quella riflessività[15] necessaria per capire le dinamiche e i cambiamenti nei flussi sociali, le logiche della produzione e del consumo, le nuove forme di relazioni fra le persone.

Vale la pena notare rapidamente come lo *storytelling* stia dilagando anche in campi diversi da quelli a cui lo si associa abitualmente (quello letterario e quello cinematografico[16]): una rapida ricognizione ci consente infatti di individuare:

— *Visual Storytelling*: tendenza sviluppata negli ambienti professionali di grafica e design, che tende ad esaltare il potere narrativo delle immagini e degli oggetti[17];

— *Educational Storytelling*: il riconoscimento che lo *storytelling* è uno strumento potente nei processi di apprendimento, in quanto elabora i significati dell’esperienza, integra i nuovi dati nei frame concettuali precedenti, favorisce la memoria e la condivisione del sapere[18];

— *Journalism Storytelling*: in ambito anglosassone la scrittura giornalistica si configura da sempre

---

[14] L. MANOVICH, *Software Takes Command*, Bloomsbury, New York NY 2013.

[15] U. BECK, A. GIDDENS, S. LASH, *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, Stanford University Press, Redwood City CA 1994; trad. it. *Modernizzazione riflessiva*, Asterios, Trieste 1999,

[16] Oltre che naturalmente per i videogames (che vengono trattati altrove in questo volume), ai quali l’etichetta di IS si adatta perfettamente.

[17] P. DILLON, T. HOWE, *Design as Narrative: Objects, Stories and Negotiated Meaning*, in «International Journal of Art & Design Education», Volume 22, Issue 3, 2003.

[18] P. LOWENTHAL, *Digital Storytelling in Education*, in J. Hartley, K. McWilliam (eds.), *Story Circle: Digital Storytelling around the World*, Wiley–Blackwell, Oxford UK 2009.

come “to tell a good story”; oggi tuttavia lo sviluppo e la facilità di produzione dei *webdoc* e delle forme di *content curation*[19] stanno spingendo la pratica del reportage proprio in direzione narrativa;

— *Advertising Storytelling*: mentre si appanna l’autoreferenzialità del logo, la necessità di puntare su strategie di *engagement* porta il mondo pubblicitario verso forme sempre più spiccatamente narrative[20];

— *Corporate Storytelling*: è la tendenza a personalizzare l’azienda mediante la sua storia, spesso usando formule applicative che coniugano una certa ingenuità teorica con un forte atteggiamento pragmatico[21]; ma ad esempio anche la severa Fondazione CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane) organizza dei corsi sull’ «opportunità di un racconto avvincente per comunicare l’Università»[22];

— *Data Storytelling*: con l’aumento esponenziale dei *big data*, soprattutto in forma *open*, si sviluppa una convergenza fra analisti di dati, progettisti e grafici, in funzione di uno *storytelling* orientato sia al giornalismo (*data journalism*), sia ai processi di trasparenza fra amministrazione e cittadini, come nel progetto “Piemonte Visual Contest”[23].

Ovviamente non tutto ciò che è *storytelling* è anche interattivo: i campi individuati qui sopra si riferiscono alla diffusione delle potenzialità narrative in generale, mentre nei paragrafi che seguono vedremo una classificazione delle varie modalità in cui lo *storytelling* è *anche e soprattutto* interattivo.

5. *Interactive storytelling* computazionale

L’IS computazionale si concentra sulla componente algoritmica della narrazione, sul motore logico che in base agli input dell’utente elabora le dinamiche narrative e ne restituisce gli output per i passi successivi. In questo l’IS si differenzia da tutta una serie di esperimenti computazionali non–interattivi, che vengono chiamati *generativi*[24] in quanto basati sulla semplice composizione automatica di testi da parte di algoritmi.

Le prime forme di IS computazionale risalgono alla teoria dell’ipertesto, concetto elaborato compiutamente da George Landow[25], in cui tuttavia la complessità narrativa e algoritmica è limitata alla “scelta multipla” del percorso: da qui derivano i primi esperimenti di avventure testuali scritte, risalenti agli anni Novanta[26], un filone destinato a rimanere marginale dopo l’avvento dei videogiochi visuali ed immersivi, e i cui esiti più recenti insistono soprattutto sulla dimensione

---

[19] Si tratta di software–autore, economici e facili da usare, che consentono di produrre video (Klynt, Interlude) e riviste o articoli online (Flipboard, Scribd, Paper.li, Medium, Cowbird, ecc.) anche interattivi.

[20] https://www.youtube.com/watch?v=PKYUtUw-8ig; https://www.youtube.com/watch?v=j5Ftu3NbivE&has_verified=1; https://www.youtube.com/watch?v=23AAxhazuqs;

[21] http://www.storytellinglab.org/; https://www.ted.com/playlists/62/how_to_tell_a_story

[22] http://www.fondazionecrui.it/seminari/Pagine/Comunicazione/Modulo-3.aspx

[23] http://www.piemontevisualcontest.eu/?lang=it

[24] http://elmcip.net/category/tags/generative

[25] G.P. LANDOW, *Hypertext 2.0. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, 1997; trad. it. *Ipertesto. Tecnologie digitali e critica letteraria*, Bruno Mondadori, Milano 1998.

[26] R. COOVER, *Hyperfiction: novels for the computer*, in «The New York Times Book Review», 29 aug. 1993, p.7–12.

“letteraria”, di cura ed elaborazione testuale[27], oppure confluiscono nell’IS partecipativo di cui vedremo più sotto.

Oggi l’IS computazionale è invece orientato soprattutto alla modellizzazione, formalizzazione e visualizzazione dei processi narrativi, quindi mantiene un forte legame con gli studi di Computer Science ed è attento alle contaminazione fra produzione cinematografica, animazione e videogame[28]. Un orientamento che potremmo definire *broadcast*, in quanto utilizza il digitale per sviluppare e ottimizzare il rapporto direzionale fra grandi player mediatici e audience, come emerge da importanti progetti europei[29] orientati in questo senso; o dalle attività annuali dell’International Conference on Interactive Digital Storytelling[30], i cui atti rappresentano un ampio repertorio di questo indirizzo di studi; o ancora da convegni specializzati, come quello dedicato ai Computational Models of Narrative[31], di cui citiamo il breve testo di apertura, che ci sembra esemplificativo dell’interesse in fondo sommario e strumentale per gli aspetti narrativi, mentre il focus punta decisamente sulla modellizzazione computazionale:

> Narratives are ubiquitous in human experience. We use them to communicate, convince, explain, and entertain. As far as we know, every society in the world has narratives, which suggests they are rooted in our psychology and serve an important cognitive function. It is becoming increasingly clear that, to truly understand and explain human intelligence, beliefs, and behaviors, we will have to understand why and to what extent narrative is universal and explain (or explain away) the function it serves. The aim of this workshop series is to address key questions that advance our understanding of narrative and our ability to model it computationally.

Le caute aperture verso problematiche narratologiche sono finalizzate soprattutto alla formalizzazione dei personaggi — visti come pedine di un gioco di scacchi — in funzione delle dinamiche dell’intreccio; per questo motivo il concetto di *narrative* sfuma qui spesso in quello di *drama*, in quanto l’attenzione è puntata soprattutto sulla semplice sequenza di fasi dell’azione più che sulla tensione narrativa e descrittiva, o sulla complessità architetturale del testo. In realtà, sulla base della distinzione aristotelica fra epica, lirica e drammatica, nell’IS computazionale potremmo ancora distinguere fra:

— *Interactive Narrative*: che annovera precedenti importanti come *Myst* (Cyan Worlds, 1993)[32], o il CD *Eve* realizzato da Peter Gabriel (Real Word, 1996)[33], fino al recente *The Imaginary 20th Century*[34], dove è predominante il taglio narrativo–esplorativo e di ambientazione;

— *Interactive Poetry*: come ad esempio la *Plinko Poetry Machine*[35] o le opere di *Contento Design*[36], dove l’interattività si manifesta soprattutto nella composizione visuale e ritmica del testo,

---

[27] B. GAI, *Il libro infinito. La narrativa scopre l’ebook*, in C. Trinchero (a cura di.), *Ritorno a Babele: prove di globalizzazione*, Neos Edizioni, Torino 2013.

[28] C. CRAWFORD, *On Interactive Storytelling*, New Riders, S.Francisco CA 2005.

[29] http://cordis.europa.eu/project/rcn/89495_en.html

[30] http://icids.org/

[31] http://narrative.csail.mit.edu/cmn13/

[32] ht https://www.youtube.com/watch?v=g1z58MPo7ic

[33] tps://www.youtube.com/watch?v=e-8CFun3nEw

[34] https://imaginary20thcentury.com/

[35] http://vimeo.com/41302632

[36] http://www.contentodesign.it/

ereditando la organizzazione formale dei testi metrici in rima;

— *Interactive Drama*: ad esempio in *Façade*[37], dove l'interattività svolge il ruolo di mediatore fra i personaggi e lo spettatore; o in *Enra "Pleiades"*[38], dove l'interattività media fra i danzatori e il sistema algoritmico della regia.

Ma è certo che i prodotti più maturi e interessanti, che ormai convergono verso i prodotti narrativi complessi di ultima generazione come *The Last of Us*, presentano al loro interno una forte convergenza e ibridazione tra tutti questi aspetti. Una convergenza evidenziata anche dall'etichetta di *action–adventure game*, che indica la volontà di raccogliere e integrare tutte le componenti: *descrittiva*, con la sempre maggiore definizione dell'immagine e degli ambienti; *narrativa*, con la complessità della architettura testuale e la profondità psicologica; *drammatica*, con l'individuazione delle funzioni dei personaggi e la concatenazione delle azioni; *immersiva*, con lo sviluppo del 3D, dietro le cui problematiche tecniche si pongono fondamentali questioni psicologiche ed epistemologiche[39].

6. *Interactive Storytelling* partecipativo

L'IS partecipativo punta soprattutto ad utilizzare le potenzialità di contatto e interrelazione offerte dallo sviluppo della rete e degli strumenti di social networking: potremmo definirlo *peer–to–peer*, nel senso che qui *interactive* significa piuttosto "basato sull'interazione" che non "basato sull'interattività". Gli strumenti di comunicazione digitale servono qui soprattutto a sviluppare e mantenere le relazioni interpersonali fra gli *storyholder*, più che a gestire o a elaborare il testo narrativo condiviso.

Una linea che emerge ad esempio dalle tematiche del convegno Interactive Narratives, New Media & Social Engagement, dove il titolo e i diversi contributi[40] indicano nettamente — rispetto all'IS computazionale — un altro orientamento, un altro ambito di studi, altri interessi: media studies, estetica, design, scienze sociali e umanistiche.

Anticipazioni pre–digitali di scrittura collaborativa sono rintracciabili al solito nel Futurismo (ricordiamo *Lo zar non è morto*, romanzo fantapolitico scritto da un gruppo di dieci esponenti italiani del movimento); nel Dadaismo; e poi nell'Oulipo, "Ouvroir de littérature potentielle" fondato nel 1960 da Raymond Queneau e François Le Lionnais.

Ma è con l'avvento della rete e del concetto di ipertesto che si moltiplicano gli esperimenti[41], come l'opera composita *1632 Series*, una raccolta di storie alternative sull'Europa del Seicento; o nascono gruppi collaborativi come Wu Ming[42] e Scrittura industriale Collettiva.[43]

---

[37] http://www.interactivestory.net/

[38] https://www.youtube.com/watch?v=0813gcZ1Uw8

[39] P. MONTANI, *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Raffaello Cortina, Milano 2014.

[40] http://www.academia.edu/9017268/Proceedings_of_Interactive_Narratives_New_Media_and_Social_Engagement_International_Conference

[41] S. RETTBERG, *All Together Now: Collective Knowledge, Collective Narratives, and Architectures of Participation*, http://www.retts.net/documents/cnarrativeDAC.pdf

[42] http://www.wumingfoundation.com/index.htm

[43] http://www.scritturacollettiva.org/

Nell'IS partecipativo vanno considerati oggi progetti di taglio tradizionale, come THe iNCIPIT,[44] un social blog dove l'aspirante autore inizia a scrivere la sua storia e poi negozia con i lettori il proseguimento e il finale della stessa; ma anche iniziative decisamente più ambiziose e complesse come *Angel F.*, ideato e gestito da Salvatore Iaconesi e Oriana Persico, dove i lettori interagiscono con un personaggio di nome de Kerckhove, padre di una giovane Intelligenza Artificiale e amante di una prostituta biotecnologica virtuale, e dove gli interventi partecipativi possono dispiegarsi su vari livelli e modalità.

Un esempio in campo giornalistico è l'iniziativa della CNN, "iReport Open Story"[45], che offre a qualunque utente la possibilità di contribuire con foto, video, notizie alla mappatura informativa del pianeta: con una sorta di *crowdmapping* giornalistico, verificato dalla redazione, dove lo *storytelling* informativo mondiale si nutre anche del contributo dei lettori decentrati.

Infine in questo settore va rilevata la nascita di progetti complessi e articolati, come "Plugin Narratives"[46], finalizzato alla co–creazione di storie di fiction, basate sull'impiego di tecnologie mediali e orientate allo sviluppo della consapevolezza delle comunità locali. Un progetto che punta ad esplorare le potenzialità dell'impegno intergenerazionale attraverso lo sviluppo di racconti e di riflessioni per delineare gli scenari futuri del sociale.

7. *Interactive Storytelling* transmediale

L'IS transmediale[47] allarga l'orizzonte sia rispetto alla prospettiva computazionale (attenta all'organizzazione interna dell'opera–prodotto), sia alla prospettiva partecipativa (attenta alle relazioni interpersonali): nel transmedia sale in primo piano la dimensione dello *spazio comunicativo*, inteso come molteplicità di piattaforme fra le quali gli utenti si muovono come in un territorio da esplorare.

Il concetto di *transmedia* viene fatto risalire ad un intervento di Jenkins del 2003[48], poi ripreso e precisato[49] nell'ambito della sua teoria degli *Spreadable Media*[50]. A differenza del Crossmedia (che si riferisce alla trasmissione *dello stesso contenuto* mediante *canali diversi*), il Transmedia si riferisce alla elaborazione di *contenuti diversi* che però concorrono a formare *un'unica testualità,* disseminata ma integrata: la narrazione si sviluppa attraverso campagne parallele di comunicazione, marketing e advertising, dove la testualità risulta dalla visione "geografica" unitaria dei diversi flussi comunicativi, mentre l'interattività consente al fruitore di agire (ri)costruendo ad ampio raggio un percorso testuale coerente.

L'IS transmediale trova ampia diffusione in ambito aziendale, dove non si contano le "ricette rapide

---

[44] http://www.theincipit.com/

[45] http://ireport.cnn.com/open-stories.jspa

[46] http://www.communitiesandculture.org/projects/plugin-narratives/

[47] M. GIOVAGNOLI, *Transmedia. Storytellling e comunicazione*, Apogeo, Milano 2013; C.A. SCOLARI, *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*, Deusto, Barcelona 2013.

[48] http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/

[49] http://henryjenkins.org/2013/08/transmedia-storytelling-and-entertainment-a-new-syllabus.html#sthash.SSATtxRF.dpuf

[50] H. JENKINS, S. FORD, J. GREEN, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, New York NY 2013; trad. it. *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano 2013.

ed infallibili" per il confezionamento di campagne virali e pervasive, tra le quali va tuttavia segnalata per la sua concisione ed efficacia l'infografica interattiva in realtà aumentata[51] rilasciata da Getty Images[52].

Inoltre, riprendendo pratiche largamente impiegate nei mass media[53], l'IS transmediale adotta le forme del *remix* per mescolare temi, generi, personaggi, stili, espandendosi sempre più nei diversi generi del web, nelle forme di post–cinema e post–tv, nella pubblicità.

Ne è un esempio l'applicazione Blippar[54], che usa la realtà aumentata per far raccontare storie agli oggetti quotidiani: a differenza della realtà virtuale infatti (che è separata dal piano fisico) la realtà aumentata si configura — attraverso l'interfaccia dello schermo — come una mediazione fra reale e virtuale, un doppio mondo, o doppio sogno. La pubblicità non punta più allo spot, ma alla storia, e lo fa individuando i potenziali lettori–spettatori — prima ancora che i potenziali clienti — come soggetti disposti a seguire le vicende del prodotto (del protagonista?) sui molteplici versanti transmediali su cui il racconto si articola.

8. *Interactive Storytelling* urbano

Nell'IS urbano l'attenzione per lo *spazio comunicativo*, già presente nell'IS transmediale, diventa predominante: sia perché lo spazio urbano è ormai mediato e spettacolarizzato[55] grazie a schermi e installazioni interattive sempre più diffuse; sia perché quello stesso spazio urbano è percorso da utenti dotati di dispositivi in grado di *leggerlo* (ad esempio informazioni o microstorie geolocalizzate), ma anche di *scriverlo* (lasciando inconsapevoli tracce geoposizionate, oppure facendo volantariamente input di dati). L'antecedente di questo scenario va rintracciato nei *pervasive game*, giochi esplorativo–narrativi basati sulla localizzazione del giocatore attraverso il dispositivo mobile, e sulla possibilità di connettersi con altri giocatori (sia fisici sia virtuali): uno scenario che fonde insieme strumenti e contenuti, basato su una progettazione molto complessa che supera il concetto di "interfacce interattive" per approdare ad una dimensione narrativa che è contemporaneamente fisica e presenziale, ludica e attiva, emozionale e cognitiva.

Un esempio — a cavallo fra pubblicità, spettacolo e informazione educativa — è l'intervento "situazionista" promosso da National Geographic[56] in un grande centro commerciale, dove i passanti vengono coinvolti interattivamente in una serie di esperienze di realtà aumentata che raccontano visivamente il mondo di National Geographic. Il luogo, la situazione, il contesto quotidiano rappresentano lo sfondo del racconto, entro il quale i passanti condividono un'esperienza certamente partecipativa, ma dove sono anche attori–spettatori di uno spettacolo mediatico ad alta tecnologia che li fa entrare nello schermo senza toglierli dal loro ambiente reale.

Un altro esempio, diverso in quanto decisamente orientato alla fiction ludica, ma simile per come reinterpreta l'interattività urbana, è *Ingress*[57], gioco–racconto di fantascienza multiplayer prodotto

---

[51] http://www.brandstories.net/2013/10/27/transmedia-storytelling-explained-infographic/

[52] http://www.gettyimages.ae/creative/frontdoor/transmedia

[53] C. SCOLARI, P. BERTETTI, M. FREEMAN, *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*, Palgrave Macmillan, London 2014.

[54] https://blippar.com/en/#prettyPhoto

[55] S. ARCAGNI, *Screen City*, Bulzoni, Roma 2012.

[56] https://www.youtube.com/watch?v=n6Fgt6jXdWU

[57] https://www.ingress.com/

da Google, che si basa sull'intreccio fra tecnologia GPS, posizionamento dei giocatori, database di mappe geografiche e realtà aumentata: grazie a questo complesso apparato tecnologico, le scene di fiction che appaiono sullo schermo dello smartphone sono infatti ambientate esattamente nel luogo fisico dove il giocatore si trova in quel momento.

Il processo narrativo si svolge per la maggior parte nella fisicità, perché grazie ai dispositivi mobili il giocatore riceve istruzioni o suggerimenti che si riferiscono all'ambiente circostante reale: egli deve raggiungere i luoghi intorno a lui per affrontare le prove o svolgere gli altri compiti che la storia in quel momento richiede, vivendo costantemente in una situazione intermediata fra la realtà fisica circostante e le immagini sullo schermo dello smartphone.

Oltre a questa dimensione *computazionale*, *Ingress* ha anche un versante *partecipativo*: canali di comunicazione propri, per esempio un telegiornale che più volte al giorno informa sulla situazione di gioco proprio come se fosse un giornale televisivo in tempo di guerra, con toni molto realistici, servizi di reporter e commenti. Attorno al gioco vengono organizzati eventi reali per giocare e incontrare altri giocatori, per confrontarsi sulle tattiche di gioco e stringere alleanze. Il calendario di questi eventi — pubblicato sul sito — prevede una quindicina di date ogni mese in sedi che coprono tutto il pianeta su scala globale: dagli Stati Uniti all'Europa, da Hong Kong al Sud America.

L'esempio di *Ingress* è illuminante, anche perché fa apparire sulla scena un player mediatico che finora non si era manifestato come tale: Google infatti ha sempre rappresentato un soggetto forte nel campo degli algoritmi di ricerca, della mappatura territoriale, e dei servizi basati sull'interconnessione fra questi due settori, dove può sfruttare appieno gli sterminati asset informativi raccolti negli anni, insieme con le competenze sulle connessioni semantiche che legano persone, luoghi, parole chiave.

L'IS urbano (etichetta che naturalmente va estesa a tutta la dimensione territoriale), attraverso un primo avamposto come *Ingress* ci mostra Google sotto una luce nuova, come un potenziale gestore dell'immaginario: è chiaro infatti che lo spazio fisico sta diventando spazio narrativo, oltre che informativo ed emozionale, proprio in quanto percorso dalla fitta rete comunicativa delle ICT. In questo senso, dati, mappe e storie, nelle loro molteplici relazioni, rappresentano forse la nuova frontiera dell'immaginario culturale.

9. Conclusioni

Quali dunque le potenzialità e le possibilità dell'IS, quali le motivazioni alla base del suo sviluppo e della sua diffusione?

Forse una prima risposta è connessa con quanto detto sopra, con il ruolo "culturale" che un grande gestore di dati come Google sembra in grado di assumere: lo sviluppo dei *big data* infatti porta con sé lo smarrimento[58], e la consapevolezza dell'impossibilità di cogliere tutta la complessità cognitiva che governa la sterminata quantità di dati disponibili.

Un problema cognitivo, dunque, che sicuramente dipende dalla perdita di linearità nella trasmissione culturale (dai vecchi ai giovani; dai maestri agli allievi; dai libri ai lettori; dall'inizio alla fine del testo; dallo schermo allo spettatore; ecc.), e dalla pervasività della dimensione reticolare; ma sicuramente dipende anche da questi fattori quantitativi. Il grande sistema culturale basato sulla stampa, sugli archivi, sulla conservazione, sulla raggiungibilità sistematica del sapere lascia il posto al mondo dei *big data*, che sembra ormai al di là della portata del singolo, talmente complesso da poter essere interpretato solo dagli stessi strumenti che l'hanno prodotto, gli algoritmi.

[58] R.S. Wurman, *Information Anxiety 2*, Que, Indianapolis IN 2000.

Da qui l'interesse rivolto alla narrazione come forma più empirica, agile, flessibile, di accedere alla conoscenza, come elemento organizzatore che consente di *selezionare* i dati e poi *connetterli* secondo modalità che non sono rigide, come quelle delle procedure algoritmiche, ma esplorative e nomadi, simili al vagabondare in terre sconosciute: ed è superfluo ricordare quanto il racconto sia legato al viaggio, a partire dal ritorno ad Itaca di Ulisse ai romanzi di peripezia, alle esplorazioni infernali cui si ispira Dante, alla stagione delle letterature di viaggio durante le grandi scoperte geografiche, alla narrativa *on the road*; e — sul piano della teoria — alle *Passeggiate nei boschi narrativi* di Eco; tutti elementi in cui ritroviamo la connessione fra conoscenza ed esplorazione del territorio.

L'interattività aggiunge un elemento in più: la mano che gestiva il mouse per muoversi fra i bivi del racconto, o che impugnava il joystick per immergersi nei videogiochi tridimensionali, si è ora spostata sullo schermo dello smartphone, diventato una specie di bacchetta per l'odierno rabdomante che non si muove più solamente nei contorni chiusi del testo, né nella molteplicità delle relazioni di rete. Attraverso lo smartphone il novello lettore–spettatore è diventato anche viaggiatore, il suo testo sono gli spazi urbani mediati, interattivi perché ormai l'*ubiquitous computing* dissemina ovunque microelaboratori in grado di ricevere input ed emettere output.

Nella articolazione e intersezione delle sue varie forme (computazionale, partecipativo, transmediale, urbano) l'IS sembra quindi in grado, da una parte, di seguire ed adeguarsi alle evoluzioni tecno–sociali dei media digitali; dall'altra — proprio per questa capacità adattiva — sembra costituire uno strumento efficiente per seguire qualche filo rosso dotato di coerenza nell'attuale panorama culturale ipermediato.

Commentato [1]: <!--EndFragment-->

Reference

S. ARCAGNI, *Screen City*, Bulzoni, Roma 2012.

C. CRAWFORD, *On Interactive Storytelling*, New Riders, S.Francisco CA 2005.

U. ECO, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Bompiani, Milano 1979.

M. GIOVAGNOLI, *Transmedia. Storytellling e comunicazione*, Apogeo, Milano 2013;

E. GOFFMANN, *Strategic Interaction*, 1969; trad. it. *L'interazione strategica*, Il Mulino, Bologna 1988.

H. JENKINS, S. FORD, J. GREEN, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, New York NY 2013; trad. it. *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano 2013.

K. Kwastek, *Aesthetics of Interaction in Digital Art*, MIT Press, Cambridge MA 2013.

G.P. LANDOW, *Hypertext 2.0. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, 1997; trad. it. *Ipertesto. Tecnologie digitali e critica letteraria*, Bruno Mondadori, Milano 1998.

L. MANOVICH, *Software Takes Command*, Bloomsbury, New York NY 2013.

P. MONTANI, *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Raffaello Cortina, Milano 2014.