


Progetto e Narrazione. Lo storytelling dello spazio pubblico

Stefano Follesa

	<p>Narrare i gruppi <i>Etnografia dell'interazione quotidiana</i> <i>Prospettive cliniche e sociali</i>, vol. 15, n° 1, Luglio 2020</p> <p>ISSN: 2281-8960</p>
---	---

Rivista semestrale pubblicata on-line dal 2006 - website: www.narrareigruppi.it

Titolo completo dell'articolo	
Progetto e Narrazione. Lo storytelling dello spazio pubblico	
Autore	Ente di appartenenza
Stefano Follesa	<i>Università degli Studi di Firenze</i>
Pagine 89-100	Publicato on-line il 29 luglio 2020
Cita così l'articolo	
Follesa, S. (2020). Progetto e Narrazione. Lo storytelling dello spazio pubblico. In <i>Narrare i Gruppi</i> , vol. 15, n° 1, luglio 2020, pp. 89-100 - website: www.narrareigruppi.it	

IMPORTANTE PER IL MESSAGGIO CHE CONTIENE.

Questo articolo può essere utilizzato solo per la ricerca, l'insegnamento e lo studio privato. Qualsiasi riproduzione sostanziale o sistematica, o la distribuzione a pagamento, in qualsiasi forma, è espressamente vietata. L'editore non è responsabile per qualsiasi perdita, pretese, procedure, richiesta di costi o danni derivante da qualsiasi causa, direttamente o indirettamente in relazione all'uso di questo materiale.

ricerche/interventi

Progetto e Narrazione. *Lo storytelling* dello spazio pubblico

Stefano Follesa

Riassunto

Il testo indaga le più recenti trasformazioni dello spazio urbano nelle quali le nuove tecnologie e lo storytelling sono alla base di una ritrovata interazione tra la città e i suoi abitanti. Le tecnologie digitali svolgono un ruolo primario nel plasmare l'identità degli spazi e nell'ampliare la dimensione percettiva. Si parla sempre di più di 'spazi ibridi' all'interno dei quali la contaminazione tra arredi (*internet of things*) e tecnologie può favorire nuove forme di interazione che consentano a chiunque di personalizzare il proprio approccio alla città. Le molteplici chiavi di lettura generate dallo storytelling favoriscono un'adesione personale ai luoghi e al contempo una maggiore facilità di fruizione degli stessi.

Parole chiave: design narrativo, città intelligente, Internet delle cose, narrazione, spazi pubblici.

Design and Narrative. The storytelling of public space

Abstract

This paper investigates the most recent transformations of urban space in which new technologies and storytelling are the starting points of a new interaction between the city and its inhabitants. Digital technologies play a primary role in shaping the identity of spaces and in broadening the perceptive dimension. There is more and more talk of 'hybrid spaces' within which the contamination between smart furniture (*internet of things*) and technologies can encourage new forms of interaction that allow everyone to customize their own approach to the city. The multiple interpretations generated by storytelling promote a personal adherence to the places and at the same time a greater ease of use of the spaces.

Keywords: narrative design, smart city, internet of things, storytelling, public spaces.

1. Premessa

“I luoghi della città storica hanno uno spessore fortissimo. Sono stratificazioni di memorie orientate, sono nodi relazioni, sono (o dovrebbero essere) scenari di vita civile. I luoghi della città storica sono luoghi complessi: a volte ce ne sfugge il senso per la nostra scarsa adesione alla città o per gli innumerevoli disturbi che ne rendono difficile la lettura” (Natalini, 1984: 108). Così scriveva Adolfo Natalini, in uno dei suoi più bei libri, nei primi anni Ottanta, manifestando un disagio nei confronti della perdita d’identità dei centri urbani. L’uso del termine ‘lettura’ in conclusione della frase non è casuale, come non lo è ogni parola presente nei suoi scritti.

La città va infatti letta, ne più ne meno, come un libro e come un libro suscita percezioni differenti che si relazionano alla cultura, alla sensibilità e alla predisposizione all’ascolto del lettore. Lo *storytelling* della città è l’insieme dei segni, degli oggetti, degli odori, dei suoni, dei sapori, delle storie che in quei luoghi si sono svolte e che ne hanno definito l’identità. Ancora nelle parole di Natalini, *“Nei luoghi si affollano tracce degli avvenimenti e delle trasformazioni... i luoghi sono anche stazioni del tempo, luoghi dove si cambiano i cavalli, ammesso che il tempo si muova e vada in qualche luogo. Il luogo, a chi sappia leggerlo, dice ciò che è e ciò che vuol divenire”* (Natalini, 1984: 11)

Ogni luogo della città è luogo di memorie che ne veicolano l’identificazione; l’adesione affettiva ai luoghi passa attraverso il desiderio di ripercorrere le tracce di coloro che li hanno vissuti rileggendone le storie nel rapporto con gli spazi. È tale adesione che alimenta la nostra curiosità nel viaggio e la nostra affinità con le città che abbiamo abitato.

Si possono abitare le piazze, le strade, i vicoli della città nella stessa maniera in cui si abitano gli spazi interni, essi sono in fondo il negativo del costruito, ma l’abitare ne implica una frequentazione costante o ripetuta. Oggi i luoghi della città non sono più spazi dell’abitare, ma spazi di un continuo vagare, nei quali alla frequentazione e all’identificazione si contrappone l’orientamento. Le persone transitano negli spazi urbani ma non li abitano, abitano i luoghi del commercio (le finte cittadelle commerciali sono ricostruzioni scenografiche di città ideali) o i luoghi dello svago.

La città contemporanea, sotto la spinta di un’idea di modernità come cancellazione, ha perso progressivamente quell’immagine riconoscibile che la caratterizzava nel passato. Lo smarrimento del *Genius loci* è smarrimento della nostra stessa identità. Non ci identifichiamo più con i luoghi, non abitiamo più gli spazi. Li attraversiamo nel nostro procedere caotico senza percepirne i rapporti dimensionali, le specificità, l’anima. Storditi dagli elementi di disturbo che vi si assemblano (la sovrapposizione di segnali, l’affollamento di persone, i rumori

del traffico), concediamo ad essi un tempo limitato del nostro vivere; quello del percorso che unisce il nostro punto di partenza al nostro punto di arrivo. La distanza che unisce questi due punti non ammette la categoria dell'identificazione, il percorso è un incrocio di linee e lo scopo, come nel labirinto, è quello di percorrerne il meno possibile. E così lo spazio si trasforma in tempo e le distanze si misurano in minuti.

Tiziano Terzani affermava di essere riuscito a riappropriarsi del giusto rapporto tra spazio e tempo quando decise, seguendo una profezia, di non prendere più aerei per un anno, senza rinunciare al proprio mestiere (Terzani, 1995). Spostandosi per l'Asia in treno, in nave, in corriera, a volte anche a piedi, iniziò ad osservare i luoghi e le persone da una prospettiva abbandonata, recuperandone il valore e il senso. Restituire agli spazi il loro ruolo, rafforzandone e comunicandone l'identità, può costituire il contributo della disciplina *Design* alla trasformazione degli spazi pubblici.

2. *Narrare*

Dobbiamo alla figura di Jerome Bruner (2007), psicologo statunitense scomparso da pochi anni e considerato uno dei capiscuola dell'odierna psicologia culturale, l'aver ampliato i confini dei processi narrativi rivelando quanto l'utilizzo dello *storytelling* possa essere applicabile a tutti gli ambiti nei quali avviene una comunicazione. Il racconto è una delle modalità con cui gli esseri umani organizzano e gestiscono la loro conoscenza del mondo e strutturano la loro stessa esperienza. Il genere narrativo ha valenze conoscitive e valenze emotive; gli esseri umani sono per natura inclini a costruire spiegazioni e sviluppare su di esse le proprie emozioni. La narrazione si caratterizza per il coinvolgimento intellettuale ed emotivo, i racconti riecheggiano esperienze vissute e forniscono esempi nuovi, innescano emozioni: da quelle più 'mentali', curiosità, interesse, divertimento; a quelle più 'calde', gioia, tristezza, paura (Norman, 1998).

Il processo narrativo agisce su quelli che sono gli elementi di diversità, attorno ai quali si costruiscono gli scenari della comunicazione, mira al recupero dei valori simbolici, alla ridefinizione di una interazione tra l'uomo, l'ambiente e gli oggetti; organizza le esperienze in racconti, i quali stimolano la riflessione alla base dei processi di formazione e cambiamento. La narrazione costruisce la nostra identità dando forma alle nostre conoscenze ed esperienze.

Lo *storytelling* è oggi uno degli strumenti operativi in diversi ambiti del sapere. In ambito didattico e pedagogico, nelle arti, nella comunicazione pubblicitaria e

nelle discipline progettuali, le tecniche narrative lavorano sulla costruzione di sempre nuove interazioni. La narrazione costituisce un punto di vista particolare, dal quale leggere le dinamiche di molti processi conoscitivi e permette all'uomo dare forma e significato sia al mondo in cui vive sia ai mutamenti e ai consolidamenti della propria identità.

3. *Il Design e la Narrazione*

Il *design* è una disciplina in cui si compenetrano valenze tecniche e scientifiche con valenze sociologiche e umanistiche; è anello di congiunzione tra ingegneria e arte, tra invenzione e stile, tra produzione e mercato.

Nella sua accezione umanistica ed espressiva anche il *design* può riferirsi alle tecniche dello *storytelling*. Ogni progetto può costituire una narrazione, che prende forma nella definizione stessa del progetto o nella sua comunicazione; del resto non vi è nulla di più progettuale della costruzione di un racconto. Lì dove l'obiettivo del fare progettuale sono le cose, il *design* si adopera nella creazione di legami affettivi tra noi e gli oggetti che trascendono dalle loro funzioni. La dimensione narrativa degli oggetti (Eco, 1968; Baudrillard, 2003) appartiene ad una visione mediterranea del *design* che è antidoto alla deritualizzazione del funzionalismo. “L'irrazionale, il magico, il rituale sono parametri costitutivi ed ineliminabili che attengono alla relazione esistenziale con gli oggetti. Il funzionalismo ha tendenzialmente negato questi valori, credendo in una tecnica quale sinonimo di pura razionalità, confidando in un metodo monodimensionale di progettazione, in una trasparenza programmata dell'oggetto e, per estensione, della società” (La Rocca 2006: 14).

Ma il *design* oggi non è più solo il progetto delle cose. Oggi il *design* è anche “uno degli strumenti principali che permette di valorizzare le risorse di un territorio, inserendolo nella rete mondiale” (Pasca, 2008: 30) e tra le risorse dei territori vi è la diversità dei nostri centri urbani. Tra i possibili ambiti di applicazione di una dimensione narrativa della disciplina vi è il tema ampio della ricucitura e ridefinizione dei rapporti tra i cittadini e gli spazi urbani. Si tratta non tanto di reinventare elementi di affinità con i luoghi, ma di leggerne con gli occhi della contemporaneità, la biografia: piazze, vie, strade, possono narrare le tante storie di coloro che le hanno abitate, i luoghi sono parte essenziale del nostro patrimonio e del nostro mondo emotivo, sono ‘luoghi di sogni e di immaginazione’ (Croce, 1913).

Storicamente ciò è sempre avvenuto nelle città: targhe, monumenti, toponimi, ci raccontano le tante storie accadute nel tempo. E tale narrazione alimenta l'immaginario, al narrare riconosciamo la capacità di comprendere, interpretare e di rappresentare dando forma di realtà a mondi veri o frutto della fantasia.

L'entrare in contatto con una storia narrata può avere talvolta importanti conseguenze sui modi di riflettere, immaginare e percepire la realtà.

Possiamo affermare che tra narrazione e progettazione esiste un'analogia: in entrambe si ha un processo di trasformazione che rappresenta una rivalorizzazione delle condizioni esistenti (vere o presunte) in altre forme e altri valori.

“La narrativa - scrive ancora Bruner - ci offre un mezzo pronto e flessibile per trattare gli incerti esiti dei nostri progetti e delle nostre aspettative [...]. È il nostro talento narrativo che ci dà la capacità di trovare un senso nelle cose quando non ce l'hanno” (Bruner, 2002: 68).

Con questi ulteriori strumenti si raggiunge una nuova visione della disciplina che pone il *design* in una fase evolutiva, sia rispetto alle problematiche di cui si è storicamente occupato, sia rispetto ai metodi e agli strumenti per affrontarle. Sempre più il *design* è pervasivo nei contenuti e immateriale nelle forme e le tecnologie digitali aprono nuove strade alla disciplina e tra queste anche quelle di uno sviluppo narrativo. Per queste nuove forme di narrazione, viene usato il termine *Design Fiction*, a denotare l'adozione di meccanismi di relazione tra immaginazione e immaginari.

L'accostamento del *design* alla narrazione diventa possibile nei casi in cui la natura del progetto sia fortemente caratterizzata da una componente informativa e relazionale. Il progetto può essere in tal caso definito come una forma peculiare di scrittura; l'oggetto può diventare strumento narrante, capace quindi di raccontare. *Design* quindi come 'sistema culturale' che ha il compito di creare cornici di senso.

Il *designer* è divenuto soggetto di mediazione tra culture, saperi, linguaggi. Klaus Krippendorff, già nel 1989, aveva individuato questa particolare dimensione del *design* osservando che l'etimologia della parola deriva dal latino 'de-signare' cioè distinguere una cosa dalle altre con un segno, in altre parole dare senso alle cose. In tale direzione il *design* è destinato a sviluppare una cultura del discorso, dove i progettisti rivestono il ruolo di intellettuali e partecipano all'attribuzione di un significato agli oggetti. Krippendorff (1989) colloca il *designer* all'interno di un *semantic turn*, nel quale si modificano sia l'oggetto sia i modi della progettazione, spostando l'attenzione dalla dimensione funzionale alla dimensione del significato. Benché il *Narrative Design* in ambito internazionale venga identificato con l'utilizzo delle pratiche dello *storytelling* nella progettazione di prodotti multimediali, il *design* di narrazione in Italia assume una connotazione originale più legata al ruolo espressivo delle cose e all'interazione che si viene a creare tra noi e gli oggetti o gli spazi attraverso i terminali della percezione. Il *design* di narrazione è un *design* che rivolge le proprie attenzioni non più alle tecnologie e ai linguaggi, ma alle persone e agli eventi, ai molteplici aspetti del vivere che

coinvolgono la nostra emotività e i nostri sentimenti (Penati, 2009). Fenomeni che possono riguardare l'identità quale base esperienziale per lo sviluppo di racconti e oggetti. L'aspetto narrativo agisce su quelli che sono gli elementi di diversità, attorno ai quali si costruiscono gli scenari del progetto e della comunicazione. È un aspetto che tende al re-impossessamento dei valori simbolici e alla ridefinizione di una interazione tra l'uomo, gli oggetti e gli spazi. Quello del *design* di narrazione è uno dei nuovi percorsi che le generazioni più recenti di *designer* stanno tracciando e che può certamente rappresentare un contributo all'alienazione tecnologica che ha trasformato il nostro rapporto con le cose e con i luoghi.

4. *La narrazione della città*

*“Una città non è disegnata, semplicemente si fa da sola.
Basta ascoltarla, perché la città è il riflesso di tante storie”
(Renzo Piano, 2002: 29).*

Ogni città possiede la propria arte, la propria architettura, la propria storia e ognuno di questi frammenti di diversità contribuisce alla creazione della sua identità. I luoghi sono parte essenziale del nostro mondo emotivo, nei quali si sviluppa il nostro percorso di vita e dai quali parte il percorso di costruzione della nostra identità personale. Maggiore è la conoscenza che abbiamo dei luoghi e maggiore è, nel nostro immaginario, l'identità che ad essi attribuiamo. Vi sono luoghi con una forte connotazione nell'immaginario collettivo, sviluppata e rafforzata nel tempo dalla sovrapposizione di segni e dal susseguirsi di eventi, ma vi sono anche luoghi la cui identità debole necessita una maggiore attenzione da parte del mondo del progetto. L'identità di una città è un valore da tutelare e amministrare che comporta una continua progettualità volta a salvaguardare e rafforzare le sue componenti e sviluppare l'interazione con coloro che la abitano. Attraverso le architetture, i luoghi storici, i monumenti, le piazze, la città racconta molteplici storie ai propri abitanti e ai viaggiatori. Ogni città è un susseguirsi di narrazioni; si tratta di leggerne con gli occhi della contemporaneità la biografia; le piazze, le vie, le strade possono sviluppare attraverso gli oggetti e le tecnologie un proprio specifico racconto. Ed è la narrazione che alimenta il viaggio. Al narrare riconosciamo la capacità di comprendere e interpretare e di rappresentare dando forma di realtà a mondi veri o frutto della fantasia.

Nella città la narrazione diventa progetto, un progetto che ha l'obiettivo di ricordare eventi accaduti riportandoli ai luoghi in cui si sono svolti e, più in ge-

nerale, di offrire conoscenze e sapere. Storicamente i monumenti, la toponomastica, le targhe hanno sempre avuto la funzione di collegare le storie ai luoghi, ma ad essi si è affiancata, nella modernità, una maggiore attenzione narrativa nel progetto dello spazio.

4.1. Luoghi e narrazioni nella città

Alcuni progetti più di altri sono costruiti in forma di *storytelling*. Faccio riferimento, ad esempio, alla *Piazza Satta* a Nuoro in Sardegna dove Costantino Nivola ha saputo raccontare, con la sapienza narrativa dell'artista, la figura di Sebastiano Satta. I massi di granito, che riportano all'identità del territorio, contengono negli anfratti delle piccole sculture in bronzo che raccontano la vita dello scrittore nei luoghi in cui essa si è svolta. O alla *Piazza della Memoria* di Palermo, progettata da Giovanna De Sanctis e Antonio Musarra per ricordare le figure dei giudici di Palermo e Trapani uccisi per la loro azione di contrasto a Cosa Nostra, e ancora alla *Piazza Faber* a Tempio Pausania di Renzo Piano, Massimo Alvisi e Junko Kiritomo, dedicata alla figura di Fabrizio De Andrè, una rete di fili, su cui si innestano delle vele triangolari sospese che, in maniera simbolica, frammentano la luce ed il cielo proiettando le loro ombre sulla superficie della piazza. O infine alla *Piazza Guidi* a Vinci dove l'artista Mimmo Paladino si cimenta in una riscrittura dei segni leonardeschi. Tali progetti ci dimostrano quanto la narrazione nella città possa ritrovarsi nell'opera degli architetti, dei designer e talvolta degli artisti. E tale narrazione avviene nel dialogo tra spazi, persone e oggetti, D'altronde il termine 'arredo urbano' utilizzato per prima volta in Italia da Bruno Zevi nel 1957 ci ricorda come anche nella città avvenga lo stesso incontro tra sistema degli spazi e sistema degli oggetti che avviene nelle nostre case; l'utilizzo della parola 'arredo' allude ad un collegamento ideale tra la dimensione pubblica e quella privata dello spazio urbano.

Se sino agli anni Settanta del Novecento gli spazi della città erano di esclusiva competenza degli architetti, a partire dalla fine del secolo scorso, con la nascita e lo sviluppo delle scuole di *design*, i *designer* hanno iniziato ad interessarsi dello spazio pubblico con un approccio che differisce da quello degli architetti. Se, infatti, il *design* perde competenza nella gestione dello spazio complesso è nell'incontro tra la comunicazione e il sistema degli oggetti che la nostra disciplina riesce a dare un suo positivo contributo. A ciò si aggiungano le più recenti interazioni tra oggetti e tecnologie, come nell'*internet of things* che troveranno sviluppo nelle città del futuro.

4.2. Il ruolo dell'arte

Ma la narrazione della città, come d'altronde dimostrano i progetti di Nivola o Palladino, non è tema di esclusiva competenza dei progettisti. L'arte ha sempre avuto un ruolo primario negli spazi della città e sin dall'antichità gli artisti sono stati chiamati a intervenire nella definizione degli spazi. Le architetture della città storiche sono dense di narrazioni; se pensiamo ad un edificio storico come il Campanile di Giotto a Firenze, la ricchissima decorazione scultorea frutto di un complesso programma iconografico a cui parteciparono alcuni tra i migliori scultori presenti nella città è una narrazione del destino dell'uomo e delle sue attività. Tutte queste opere che insieme costituiscono uno dei più completi cicli figurativi del Medioevo, oggi sostituite per buona parte con copie (gli originali si conservano nel nuovo Museo dell'Opera del Duomo) mostrano quanto lo storytelling fosse componente fondamentale dell'apparato decorativo delle architetture pubbliche.

Oggi l'arte è narrazione spontanea che si sovrappone alla città progettata con interventi che spesso riqualificano e tolgono degrado a centri e periferie trasformandosi da atto vandalico a espressione di rinnovo. I nuovi artisti urbani (da Banksy a Kobra) utilizzano forme di narrazione personali, volte ad interpretare gli eventi collegandoli agli spazi, e contribuendo con la loro adesione ai luoghi a sviluppare diversità culturale nelle città in cui operano. L'identità della Firenze contemporanea, ad esempio, è strettamente connotata da artisti quali Clet, Exit/Enter, Blub, Gec Art, Hopnn Yuri, Carla Bruttini o a movimenti come il MeP Movimento per l'Emancipazione della Poesia che definiscono nuove forme di interazione tra i cittadini e gli spazi.

L'arte nelle città oggi è una delle forme di lettura dei mutamenti sociali. L'installazione *Absorbed by Light* progettata dall'artista britannico Gali May Lucas, con la collaborazione dello studio *Design Bridge* ed eseguita dalla scultrice berlinese Karoline Hinz nell'ambito dell'Amsterdam Light Festival, va in questa direzione. Si tratta di un'opera in cui i veri protagonisti siamo tutti noi, ripresi in una pausa di quotidianità. L'opera riprende i volti illuminati di tre persone a grandezza naturale, seduti su di una panchina con la tipica posizione che assumiamo ogni giorno al bar: la testa china, lo sguardo fisso e il volto illuminato dal video del telefonino.

In ambito narrativo, e con l'obiettivo di un coinvolgimento di tutti i sensi nella percezione dei luoghi, si sviluppa il progetto dell'artista Alan Nakagawa che a Los Angeles ha convogliato tutti gli elementi olfattivi della città in un'installazione alla fermata degli autobus che eroga tre possibili fragranze ispi-

rate al territorio. Analoga attribuzione di competenza va riconosciuta alle tecnologie multimediali

Il progetto *CAB La Città ai Bambini*, promosso da una unità di ricerca in Ricerche Narrative e Processi di Sviluppo del Dipartimento di Scienze della Formazione e Psicologia dell'Università di Firenze coordinata dal prof. Andrea Smorti (in *partnership* con gli informatici di F2 Netstudio), si propone di sviluppare supporti tecnologici volti a facilitare l'esperienza turistica dei bambini negli spazi urbani. L'obiettivo di tale esperienza è quello di raccontare una città a misura di bambino adottando degli espedienti narrativi in grado di fornire loro una storia in linea con i peculiari bisogni cognitivi, linguistici e sociali.

4.3. Il ruolo delle tecnologie

È tuttavia sulle nuove tecnologie che si va sviluppando una sempre maggiore sperimentazione narrativa: *ubiquitous computing*, la realtà virtuale e aumentata, il *context aware computing*, la localizzazione *wireless* e le reti di sensori, agiscono sui modi in cui le persone percepiscono le città e i loro spazi. L'accrescimento di piattaforme per la comunicazione, l'intercambio di informazioni e di servizi determinato dalle politiche di sostegno alle *smart cities*, hanno aumentato le occasioni per produrre nuove narrative, idee e sperimentazioni urbane.

Le tecnologie digitali svolgono un ruolo primario nel plasmare l'identità degli spazi e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ne ampliano la dimensione della percezione. Si parla sempre di più di 'spazi ibridi' così come definiti da Elizabeth Sikiaridi e Frans Vogelaar nel loro laboratorio di Berlino: "*Hybrid Space stands for the combinations and fusions of media and physical space. HyBrid spaces are the products of the alliances between physical objects and digital information-communication networks, of architectural urban and media space*"¹ (Hybrid Space Lab).

L'idea di città come spazio di sperimentazione che ha espliciti riferimenti alle teorie dell'architettura radicale, (Mostra Radical City, Torino 2012)² si ritrova in una recente (2014/17) esperienza di *Digital Storytelling* a Torino e Milano che mostra un utilizzo sperimentale delle nuove tecniche digitali. Gli artisti di Coniglio Viola hanno creato un 'film diffuso' suddividendo la favola *Le notti di Ti-*

¹ Trad. "Lo spazio ibrido è sinonimo della combinazione e fusione dei media con lo spazio fisico. Gli spazi ibridi sono i prodotti delle interazioni tra oggetti fisici e reti digitali di comunicazione informazioni, nello spazio architettonico urbano".

² Il Movimento Radicale ha spesso utilizzato elementi di contaminazione disciplinare nella costruzione narrativa della propria disamina sui luoghi. Di sicuro interesse le performance di Ugo La Pietra e Gianni Pettena a Milano e Firenze alla fine degli anni Sessanta.

no di Bagdad (un'opera letteraria: della poetessa espressionista tedesca Else Lasker-Schüler), in episodi animabili grazie ad una particolare applicazione scaricabile dalla rete. Questa applicazione permetteva di inquadrare con la fotocamera del proprio *smartphone* i manifesti affissi sulle fermate degli autobus, davanti ai bar e sugli edifici, dando così vita alla storia. Ogni manifesto permetteva, attraverso l'utilizzo della realtà aumentata, di far vivere un episodio della favola direttamente sullo schermo del proprio cellulare accompagnando Tino, principessa di Bagdad, nelle sue avventure. In questa esperienza la trama della narrazione poteva trasformarsi a seconda dell'itinerario scelto, dando modo così ad una interpretazione personale della storia.

L'utilizzo di sistemi narrativi che utilizzano lo spazio fisico della città come interfaccia per incoraggiare le persone a muoversi per le strade e le piazze e acquisire le conoscenze desiderate, ha avuto inizio in Europa all'inizio del nuovo secolo. I primi dispositivi mobili basati su questa tecnologia sono stati i *Botfighters* (utilizzati per la prima volta in Svezia nel 2001). Con i *Botfighters* l'utente utilizzava lo spazio della città come un tavolo da gioco all'interno del quale può connettersi alla rete attraverso il telefono cellulare interagendo nello spazio fisico contiguo a quello di un altro giocatore.

Un altro scenario narrativo simile è quello definito dall'app *Storycity* (QUT Laboratory 2020), un progetto sviluppato per aiutare le persone a conoscere la storia della propria città. *Storycity* è un gioco d'avventura, in cui ognuno è protagonista della storia; i turisti che perlustrano gli spazi urbani possono allo stesso tempo interagire con nativi residenti per ottenere maggiori conoscenze.

Un focus leggermente diverso è utilizzato in un progetto sperimentale di utilizzo della narrazione mobile in *Kevin Grove City Village* a Brisbane. Lo studio permette agli utenti di sperimentare i luoghi di storie (ad esempio di romanzi storici) nella posizione fisica in cui si sono svolte, costruendo così una narrazione storica del luogo.

5. *Riflessione conclusiva*

Tutti gli esempi sin qui illustrati mostrano, da un lato, quanto l'utilizzo della narrazione sia funzionale ad una maggiore adesione ai luoghi, dall'altro quanto le nuove tecnologie possano facilitare tale narrazione. Sebbene una sovraesposizione alle tecnologie possa nel futuro costituire una problematica rispetto alla quale elaborare strategie difensive, un corretto utilizzo delle connessioni può offrire vantaggi molteplici nell'interazione tra le molteplici esigenze del cittadino-fruitoro degli spazi urbani.

Ciò che sta accadendo è una trasformazione delle città nelle quali le nuove tecnologie e lo *storytelling* alimentano una narrazione rivolta parimenti alla curiosità del viaggiatore e alla costruzione identitaria dell'abitante; un nuovo modello narrativo dello spazio urbano, che può creare una connessione tra luoghi, persone, oggetti e tempo.

La contaminazione tra gli elementi d'arredo e tecnologie della comunicazione (*internet of things*) può favorire forme alternative di percezione degli spazi che consentano a chiunque di personalizzare il proprio approccio alla città. Le molteplici chiavi di lettura, soprattutto nelle grandi città, favoriranno lo sviluppo di una adesione personale ai luoghi e al contempo una maggiore facilità di fruizione degli stessi.

Bibliografia

- Augé, M. (1993). *Non luoghi: introduzione ad una antropologia della surmodernità*. Milano: E-
lèutera Editrice.
- Baudrillard, J. (2003). *Il sistema degli oggetti*. Milano: Bompiani
- Bruner, J. (2002). *La fabbrica delle storie: Diritto, letteratura, vita*. Bari: Laterza
- Bruner, J. (2007). *Alla ricerca della mente. Autobiografia intellettuale*. Roma: Armando.
- Eco, U. (1968). *La struttura assente. Introduzione alla ricerca semiologica*. Milano: Bompiani.
- Fracasso, L. (2013). *I luoghi inquieti. Nuove tecnologie per l'arte e la città*. Foggia: Accademia
di Belle Arti Ed.
- Iacomoni, A., a cura di (2011) *Tracce storiche e progetto contemporaneo*. Roma: Gangemi E-
ditore.
- La Rocca, F. (2006), *Il tempo opaco degli oggetti*. Milano: Franco Angeli.
- Lanzani A., Granata E., Novak C., Inti I., Cologna D., (a cura di), (2007). *Esperienze e
paesaggi dell'abitare, Itinerari nella regione urbana milanese*. Milano: Edizioni Abitare
Segesta.
- Lynch, K. (1960), *The image of the city*, Cambridge, Mit Press
- Norberg Schulz, C. (1979), *Genius loci. Paesaggio ambiente architettura*. Milano: Mondadori
Electa.
- Norman, D. (1998). *La caffettiera del masochista*. Firenze: Giunti Editore.
- Pasca, V. (2008) *Il design oggi* in Op. cit., 131, Napoli: Electa.
- Penati, A. (2009) *E il Design una narrazione?* Milano: Mimesis edizioni.
- Penati, A. (2009) *Il design costruisce mondi*. Milano: Mimesis edizioni.
- Penati, A. (2009) *Il design vive di oggetti-discorso*. Milano: Mimesis edizioni.
- Piano, R. (2002). *La responsabilità dell'architetto*. Firenze: Passigli Editore.
- Terzani, T. (1995). *Un indovino mi disse*. Longanesi: Milano.