

# GIOCARE COI LUOGHI COMUNI

---

*IL DESIGN E LO SVILUPPO DEL PENSIERO  
CREATIVO ATTRAVERSO DINAMICHE LUDICHE  
D'INTERAZIONE SOCIALE*

MARTA RAZZETTI



RELATORE MARESA BERTOLO / CORRELATORE ILARIA MARIANI

---

POLITECNICO DI MILANO / SCUOLA DEL DESIGN / C.L. DESIGN DELLA COMUNICAZIONE  
AA 2010/2011

<u>1 INTRODUZIONE</u>	15
1.1 la necessità	16
1.2 una panoramica	19
1.3 la strategia	21
<u>2 LA CREATIVITÀ</u>	25
2.1 una panoramica	26
2.2 una definizione	28
2.2.1 il pensiero laterale	29
2.2.2 fantasia, immaginazione, creatività	29
2.3 la cultura e la creatività	32
2.4 come allenare la creatività	36
2.4.1 allenamenti generici	36
2.4.2 allenamenti di sforzo quotidiano	38
2.4.3 allenamenti di linguaggio	38
<u>3 IL NARRARE</u>	43
3.1 il testo narrativo	44
3.2 il sistema della comunicazione	45
3.2.1 il narratore	46
3.3 gli elementi della narrazione	46
3.3.1 lo spazio	49
3.3.2 il tempo	49
3.3.3 i personaggi	49
3.3.4 la trama	50
3.4 la trasformazione della narrazione	50
<u>4 IL GIOCO</u>	55
4.1 una definizione	56
4.2 le funzioni del gioco	59

4.3 la costruzione di significati	60	7.5 la comunicazione	113
4.4 il piacere come motivazione	61	7.6 i giocatori e i ruoli	114
4.4.1 la ripetizione dell'esperienza	64	7.7 le regole e le modalità	115
4.4.2 le gratificazioni intrinseche	66	7.8 gli strumenti di gioco	117
<u>5 IL DESIGN</u>	71	7.9 la grafica	121
5.1 la narrazione e il gioco	75	7.10 lo storico di progetto	130
5.2 il ruolo del design	79	<u>8 APPENDICI</u>	
5.2.1 il vincolo	79	8.1 la lista delle carte	136
5.3 il cliché	81	8.2 i risultati dei test	138
5.3.1 l'archetipo e il cliché	81	8.3 le schede di analisi	144
5.3.2 lo stereotipo e il luogo comune	84	8.4 le regole	171
5.3.2.1 un nuovo connettore sociale	86	<u>9 RIFERIMENTI</u>	174
5.4 i giochi di parole	86		
5.4.1 le avanguardie artistiche	87		
5.5 la comunicazione verbale	89		
<u>6 IL PROGETTO</u>	95		
6.1 l'ambito	96		
6.2 il pubblico	96		
6.3 la tipologia di gioco	98		
6.4 i casi studio	101		
<u>7 LA CASALINGA DI VOGHERA</u>	107		
7.1 l'idea	108		
7.2 i meccanismi	109		
7.3 il metodo	109		
7.4 le dinamiche	110		

- 27 [ SCHEMA 2.1 ]  
le caratteristiche da sfruttare per la progettazione di prodotti che si possano chiamare creativi
- 30 [ SCHEMA 2.2 ]  
secondo Munari la fantasia si trasforma a seconda dell'uso che ne si fa
- 34 [ SCHEMA 2.3 ]  
le maggiori correnti di pensiero sulla creatività nelle parti del mondo considerate
- 35 [ SCHEMA 2.4 ]  
il test "Espressioni" di Calvi
- 36 [ SCHEMA 2.5 ]  
le tecniche creative per la risoluzione di problemi lavorano sia all'interno dei paradigmi che si vogliono sorpassare che al loro esterno
- 39 [ SCHEMA 2.6 ]  
gli esercizi e gli strumenti per allenare la creatività verbalmente
- 44 [ SCHEMA 3.1 ]  
come viene generata una narrazione consistente
- 45 [ SCHEMA 3.2 ]  
il sistema della comunicazione di Jakobson applicato sul gioco e la narrazione
- 47 [ SCHEMA 3.3 ]  
elementi e processi della narrazione
- 51 [ SCHEMA 3.4 ]  
come le caratteristiche originarie della narrazione sono state perse
- 56 [ SCHEMA 4.1 ]  
gioco come finzione
- 58 [ SCHEMA 4.2 ]  
gioco come interazione trasformazione dell'archetipo in cliché
- 59 [ SCHEMA 4.3 ]  
gioco come insegnamento
- 61 [ SCHEMA 4.4 ]  
il piacere in qualsiasi sua forma è generato dalla tensione tra soddisfazione e frustrazione
- 63 [ SCHEMA 4.5 ]  
tipologie di lavoro nel gioco ed effetti nei giocatori
- 65 [ SCHEMA 4.6 ]  
condizioni per lo sviluppo del flow
- 72 [ SCHEMA 5.1 ]  
-
- 75 [ SCHEMA 5.2 ]  
il sistema di gioco è strutturato come il sistema della narrazione
- 76 [ SCHEMA 5.3 ]  
il gioco e la narrazione si sviluppano dalle stesse condizioni
- 76 [ SCHEMA 5.4 ]  
il gioco e la narrazione veicolano in maniera diversa gli stessi insegnamenti
- 77 [ SCHEMA 5.5 ]  
il gioco e la narrazione esistono entrambi in particolari contesti extra reali
- 81 [ SCHEMA 5.6 ]  
trasformazione dell'archetipo in cliché
- 91 [ SCHEMA 5.7 ]  
il modello di Jakobson è valido per spiegare dinamiche comunicative specifiche
- 96 [ SCHEMA 6.1 ]  
l'ambiente del cerchio magico permette l'unione caratteristiche diverse e altrimenti incompatibili

99	[SCHEMA 6.2] caratteristiche del party game	16	[IMMAGINE 1.1] <i>Obsolete technology</i> PaperBeatsScissors, 2012
100	[SCHEMA 6.3] tipologie di party game	18	[IMMAGINE 1.2] <i>Hey you</i> Cristian Grossi, 2012
102	[SCHEMA 6.4] <i>truth or fib?</i> e <i>fib-or-not</i>	19	[IMMAGINE 1.3] <i>RIP creativity</i> Cristian Grossi, 2012
102	[SCHEMA 6.5] <i>malarky</i> e <i>balderdash</i>	21	[IMMAGINE 1.4] <i>Gift box</i> Cristian Grossi, 2012
103	[SCHEMA 6.6] <i>train of thought</i>	29	[IMMAGINE 2.1] <i>Edward De Bono</i> da Wikipedia
103	[SCHEMA 6.7] <i>c'era una volta</i>	31	[IMMAGINE 2.2] // Cristian Grossi
116	[SCHEMA 7.1] flowchart del flusso di gioco	48	[IMMAGINE 3.1] // Cristian Grossi
		80	[IMMAGINE 5.1] <i>Creativity</i> Cristian Grossi
		87	[IMMAGINE 5.2] <i>Cadavre Exquisi</i> Man Ray, Joan Mirò e Yves Tanguy, 1925
		110	[IMMAGINE 7.1] <i>le dinamiche di progetto</i> Marta Razzetti, 2012
		112	[IMMAGINE 7.2] // Jouk Oosterhof, 2010

- 112 [IMMAGINE 7.3]  
*Women talking*  
Fonte: Wikipedia
- 112 [IMMAGINE 7.4]  
copertina de *Il club dei pettegolezzi*  
Fonte: Google Immagini
- 112 [IMMAGINE 7.5]  
*Hair Salon*  
da Wikipedia
- 112 [IMMAGINE 7.6]  
*Woman in Hair Salon*  
Fonte: Google Immagini
- 112 [IMMAGINE 7.7]  
*Doris Day*  
da Wikipedia
- 112 [IMMAGINE 7.8]  
//  
Heikki Leis
- 116 [IMMAGINE 7.9]  
*un momento di gioco*  
Marta Razzetti, 2012
- 117 [IMMAGINI 7.10-7.11]  
*il tabellone*  
Marta Razzetti, 2012
- 118 [IMMAGINE 7.12]  
*la clessidra*  
Marta Razzetti, 2012
- 118 [IMMAGINE 7.13]  
*le fiches*  
Marta Razzetti, 2012
- 119 [IMMAGINI 7.14-7.15]  
*le carte e il mazzo*  
Marta Razzetti, 2012
- 120 [IMMAGINE 7.16]  
*le carte speciali*  
Marta Razzetti, 2012
- 122 [IMMAGINE 7.17]  
//  
Florian Mueller, 2011
- 122 [IMMAGINE 7.18]  
*Art Deco Red Dress*  
da Wikipedia
- 122 [IMMAGINE 7.19]  
*Flanel Pajamas*  
Fonte: Flickr di Vintage Colors
- 122 [IMMAGINE 7.20]  
//  
Pubblicità Cadillac, 1960
- 122 [IMMAGINE 7.21]  
//  
Alberto Seveso
- 122 [IMMAGINE 7.22]  
//  
Pubblicità per Automatic Ice, 1959
- 124 [IMMAGINI 7.23]  
*Early Griffin*  
Stuart Kolakovic, 2011
- 124 [IMMAGINE 7.24]  
//  
Reset Studio, 2011
- 124 [IMMAGINE 7.25]  
//  
Reset Studio, 2011
- 124 [IMMAGINI 7.26]  
*Bird House*  
Charley Harper, 1979

- 124 [IMMAGINE 7.27]  
*Chicken say hi*  
Ben Thompson, 2011
- 124 [IMMAGINE 7.28]  
Locandina per il film *Vertigo*  
Saul Bass, 1958
- 126 [IMMAGINE 7.29]  
Logo dell'ostello berlinese *Jugendherbergen*
- 126 [IMMAGINE 7.30]  
Biglietto del cinema, 1968
- 126 [IMMAGINE 7.31]  
Pagina della rivista *Mondo Beat*, 1973
- 126 [IMMAGINE 7.32]  
Pagina della rivista russa *Sklizen*, 1967
- 126 [IMMAGINE 7.33]  
Biglietto del cinema, 1979
- 128 [IMMAGINI 7.34-7.38]  
*Pattern geometrici*  
Fonte: Google Immagini
- 128 [IMMAGINI 7.39-7.41]  
*Carte da gioco*  
Fonte: Wikipedia

# 1. INTRODUZIONE

## INTRODUZIONE



Una delle difficoltà che s'incontrano nel cercare il senso delle cose in un periodo di innovazione estremamente rapida come quello attuale, deriva dal fatto che, in generale, ciò che è nuovo perde la sua carica innovativa e diventa obsoleto sempre più rapidamente, tanto da oltrepassare quasi la capacità di rispondenza e di adattamento da parte dell'essere umano. In un contesto come questo aumenta dunque la sensazione diffusa di uno strumento che permetta all'uomo di riuscire a seguire questi cambiamenti. Tra le varie possibilità, io ho scelto e la strada della creatività che, come capacità di formare nuovi cliché e modelli mentali, si prefigura uno strumento efficace e fruttifero in una grande molteplicità di aspetti.

In questa introduzione mi propongo quindi di incentrare l'attenzione su due diversi argomenti, che rimarranno compresenti durante tutto lo sviluppo di questa tesi: una meta riflessione progettuale e un interesse più pratico nei confronti della creatività. Conoscere il processo creativo e lo studio teorico sul quale mi sono appoggiata per costruire questo progetto è infatti incredibilmente interessante, perché dimostra palesemente quali sono le potenzialità della creatività stessa.

## 1.1 LA NECESSITÀ

Come conseguenza del sempre più rapido incremento dell'informazione e della mobilità derivanti dall'evoluzione su scala mondiale della società, la frammentazione della vita sociale è tornata ad assumere ancora una volta forme collettive, e le nuove scienze sociali, come l'antropologia, la psicologia e la sociologia, hanno fornito all'uomo nuovi generi di letteratura visiva, da cui egli è immensamente attratto. La creatività, necessaria per costituire questi nuovi modelli, è quindi diventata una sorta di stereotipo del XX secolo (McLuhan, 1970), e si assiste ad una richiesta sempre maggiore in ogni tipo di ambito. Ma se da un lato le aziende hanno bisogno di innovazione, di idee originali e processi sempre più efficienti, dall'altro gli individui non sono in grado di rispondere a queste esigenze perché nessuno ha mai definito loro cosa fosse la creatività

novità 



[IMMAGINE 1.1] il processo di obsolescenza

[NOTA 1.1] Il Movimento di Cooperazione Educativa (MCE) è un movimento nato nel 1951 costituito da insegnanti, pedagogisti e operatori della formazione che si ispirano e condividono la metodologia della Pedagogia Popolare di Célestin Freinet. Questa propone di fare riferimento alla vita reale nell'impostare l'attività didattica, sia per quanto riguarda gli strumenti, che per quanto riguarda i metodi di lavoro. Freinet cercava di riprodurre i meccanismi con i quali i bambini imparano ad esempio ad andare in bicicletta procedendo sostanzialmente per tentativi ed errori.

e men che meno ha insegnato loro come svilupparla. Per motivi culturali, infatti, tutto il sistema occidentale è costruito attorno a concetti quali la razionalità, l'esattezza e il rigore (tratti caratteristici della ricerca scientifica e del funzionamento di un'economia liberal-capitalista), che sono del tutto opposti a quelle che vedremo saranno le basi per l'esercizio creativo (Barthes, 1966) di cui parlerò nel secondo capitolo.

Già nell'Ottocento, Novalis espresse questa necessità di cambiamento nei suoi "Frammenti" (edizione italiana del 1976): "se avessimo anche una Fantastica, come una Logica, sarebbe scoperta l'arte d'inventare", suggerendo che comunque, questa Fantastica, si sarebbe dovuta costruire come un corpus di regole e comportamenti a rendere noti e utilizzabili da tutti, possibili da insegnare, andando contro il credo di una società, che già allora considerava la creatività come un'aberrazione, un'eccezione o al massimo un talento di pochi, rifiutandola a tal punto da non coniare nemmeno due parole diverse per distinguere quella propria dell'arte e quella propria delle idee (Rodari, 1973). Questo concetto è ben sintetizzato dal più recente *Movimento di cooperazione educativa* [NOTA 1.1], che nel manifesto "La creatività nella espressione" sancisce che "il fatto che persino le persone più impegnate e ben disposte releghino di fatto il ruolo della creatività ai momenti di minor impegno è forse la prova migliore che il sistema disumano in cui viviamo pone come uno dei suoi principali obiettivi la repressione delle potenzialità creative dell'umanità".

La ragione di questo desiderio di cambiamento di rotta, che sfocia nell'attuale interesse ad ampio spettro nei confronti dell'argomento, è da ricercarsi nel fatto che quello attuale è un momento storico di stallo, in cui se da una parte esiste un'urgenza sempre maggiore di novità, dall'altra

la situazione della ricerca è ferma e poco interessata ad approfondire questo argomento. Questo è tanto più grave quanto questa necessità si manifesta non solo dal punto di vista quantitativo, ma anche da quello qualitativo.

Tale aumento della velocità del fenomeno di cambiamento, porta però, come già detto, ad un prosciugamento delle risorse disponibili, in quanto né la società né i suoi sistemi si evolvono altrettanto rapidamente. "La tradizione è la somma dei valori oggettivi della collettività, e la collettività deve continuamente rinnovarsi se non vuole deperire" (Munari, 1977, p.37) diceva Munari, ma la collettività è formata pur sempre da individui, ed anch'essi necessitano costantemente di rinnovarsi. Se l'individuo, allora, non si rinnova, nemmeno la società e le imprese possono farlo (infatti è vero allo stesso tempo che la creatività di un'organizzazione è funzione della creatività degli individui che la compongono e di una varietà di processi sociali e fattori di contesto che plasmano e condizionano il modo con cui questi individui si comportano e interagiscono tra loro) e di conseguenza le risorse disponibili a quei pochi si esauriranno. Munari, però, offre anche uno spiraglio di speranza, suggerendo un rinnovamento dello stato delle cose che sfrutti le potenzialità che chiunque possiede e che sono legate al bagaglio di conoscenza che ognuno ha: "l'individuo creativo è in continua evoluzione e le sue possibilità creative nascono dal continuo aggiornamento e dall'allargamento della conoscenza in ogni campo. (...) Le tecniche della sperimentazione e della ricerca non finalizzate, che tutti sono in grado di apprendere, aiutano lo sviluppo della creatività" (1977, p.121). Come sottolineato da Florida (2006) questa necessità ha trovato vita in quella da lui definita come "classe creativa", un gruppo di individui di estrazione trasversale, impegnati principalmente in campo scientifico, ingegneria, arte, architettura, design, educazione, arte, musica e spettacolo, ma anche in settori meno scontati come quello della finanza, della giurisprudenza e della medicina, la cui funzione economica è di creare idee, tecnologie e contenuti nuovi. Per prendere un nuovo corso storico, ci si deve

allora ingegnare e iniziare a guardare le cose da altri punti di vista perché, come suggerisce Zolkovski, ciò che è insignificante in un dato senso apre la strada, in determinate condizioni, a qualcosa di difficile e importante in un altro (in Eco e Faccani, 1969).

“NON È IL  
SOGNO CHE  
FA VENDERE,  
È IL SENSO”

Roland Barthes (2005, pag. 219)



In un mondo caratterizzato da cambiamenti repentini del mercato spesso non controllabili e a cui è necessario rispondere con velocità e capacità di adattamento, la creatività diviene uno strumento necessario, da conoscere e valorizzare, per non cadere in una passiva routine, e guidare le aziende come le famiglie e in generale ogni gruppo sociale verso un'evoluzione soddisfacente. Secondo Richard Florida (2006), infatti, le forme tradizionali della socialità, sebbene ancora valide, non sono più in grado di sostenere il peso dell'innovazione: ai pochi legami forti che costituivano la base della società si sono infatti andati a sostituire una miriade di legami deboli e scorporati l'uno dall'altro, portando una progressiva disgregazione delle comunità contemporanee. In una realtà economica evoluta come quella contemporanea, il cambiamento ed il progresso sono spinti dall'economia del superfluo e non da quella delle effettive necessità, e i consumatori sono sotto certi aspetti sempre all'erta e tentano

di comportarsi più attentamente per il timore di essere raggirati, e sono quindi più difficili da convincere rispetto a prima.

Così, da una parte le aziende cercano strategie che siano sempre più astute e convincenti, e dall'altra tentano anche di rinnovarsi dall'interno, organizzando le proprie risorse umane in maniera sempre più intelligente: ormai è infatti chiaro come non basti solo saper agire e lavorare bene, ma invece conti molto avere un atteggiamento fluido, flessibile e propositivo per la risoluzione dei problemi. Dal punto di vista delle aziende, queste devono imparare a gestire il mutamento, a differenziarsi e riposizionarsi sul mercato in modo continuo, senza perdere la propria identità, ma abituando i singoli a cogliere nuovi punti di vista, mediante creatività e sviluppo del pensiero laterale. Quigley (1998) sottolinea il bisogno di diversità sia nelle aziende sia nelle persone, perché questo alimenta la macchina dell'innovazione, e più alta è la sua concentrazione, più risultati soddisfacenti si hanno sia a livello aziendale sia a

livello geografico, manifestandosi con una generale vitalità regionale accompagnata da alti livelli di aumento di popolazione.

Uno degli strumenti per stimolare ad adottare la creatività sono le attività ludico-formative che possono essere realizzate all'interno di una scuola o di un evento aziendale. In particolare, attraverso di esse è possibile stimolare in modo esperienziale molteplici competenze: creare nuove associazioni di idee; ristrutturare gli orizzonti di percezione della realtà; valorizzare il pensiero non-logico, accanto a quello logico; far emergere le emozioni. Inoltre, all'interno di un'attività organizzata ad hoc, è possibile stimolare a livello individuale il *self empowerment*, per abituare le persone a "produrre" creatività, nelle accezioni di flessibilità ideativa e predisposizione al cambiamento, utili anche a livello di interazione nei gruppi per far crescere la capacità di collaborazione tra i singoli e la traduzione della creatività in innovazione utile per l'interesse comune.



[IMMAGINE 1.2] la creatività serve come forma di scambio e interazione



[IMMAGINE 1.3] senza ricerca sulla creatività questa rimarrà patrimonio di pochi



## 1.2 UNA PANORAMICA

Ad un problema così sentito, dovrebbe corrispondere un forte interesse da parte delle istituzioni politiche e formative, chiamate a muoversi come propulsori del progresso e della ricerca. Anche lanciando uno sguardo fugace alla situazione, però, è chiaro come questo non avvenga: la mia ricerca si inserisce dunque in questa fessura, per cercare di contribuire a sciogliere il paradosso e offrire una piccola riflessione sull'argomento. Secondo l'analisi di Kaufman e Sternberg (2006), i motivi per cui la ricerca sulla creatività è poca sono svariati: da una parte, i governi puntano sull'ignoranza e la chiusura mentale per ottenere consenso facile e non finanziano, perciò, le università e gli istituti di ricerca per effettuare studi sul tema, dall'altra è pur sempre un argomento complicato da studiare a causa della lunghezza dei tempi necessaria e della complessità degli approcci da seguire (con conseguente scarsità di pubblicazioni), per questo motivo i ricercatori

sono scoraggiati e tendono ad inserire gli studi della creatività all'interno di studi più ampi. In più, ribadisco che la creatività è vista ancora come una sorta di mito o talento naturale che la scuola non promuove o addestra, ed è considerata più un fenomeno di marketing passeggero che un argomento di vero interesse scientifico. Nonostante ciò, gli studi sulla creatività sono molti ed esauritivi e interessano diversi campi, ma comunque non sfociano quasi mai in qualcosa di concreto. Sono infatti per lo più mirati a comprendere dove si formi la creatività, come funzioni a livello biochimico nel cervello o a come si può misurare.

Dal punto di vista della ricerca teorica, quattro sono le principali scuole di psicologia che si interessano alla natura della creatività. La psicologia cognitiva studia le operazioni mentali che sottostanno al processo creativo, ma anche in questa branca esistono diverse correnti di pensiero: chi in generale crede che esistano poche operazioni cognitive applicabili sempre e in tutti i campi,

chi invece pensa che la creatività utilizzi processi cognitivi utilizzati generalmente da altre forme di pensiero, e chi infine considera i processi cognitivi come specializzati per campo, e che pertanto non trovano sia possibile stabilire delle operazioni standard per la creatività, ma che anzi queste dovranno essere definite di volta in volta in base al campo d'interesse della ricerca creativa. La psicologia dello sviluppo invece studia le influenze di esperienze familiari e scolastiche sulla crescita creativa dell'individuo mentre la psicologia sociale fa lo stesso ma s'interessa per lo più agli ambienti socio-culturali che ne favoriscono lo sviluppo. Infine, la psicologia differenziale s'interessa dello studio delle variazioni delle capacità creative individuali in relazione ai test d'intelligenza tradizionali.

La ricerca pratica, invece, si è per lo più sviluppata nella direzione dell'individuazione di metodi di misurazione scientifica della creatività, partendo dal presupposto che questa fosse un meccanismo mentale unico ed individuale che poteva essere allenato semplicemente con l'addestramento all'attivazione automatica di particolari operazioni cognitive (e non emotive o motivazionali). Il risultato di questa credenza è sfociato nel proliferare di programmi d'allenamento in contesti artificiali e irrealistici come quello del laboratorio, con lo scopo di "insegnare" ad essere creativi da un punto di vista generale, in modo che poi ogni partecipante potesse utilizzare le proprie facoltà aumentate come meglio credeva. Un altro requisito richiesto ai partecipanti era essere delle tabule rase, cioè dovevano partire tutti da un punto zero di creatività, per poi "impararla" totalmente tramite la reiterazione di determi-

nati comportamenti. È lampante quanto questo sistema fosse fallimentare: supporre che tutti i partecipanti fossero in grado ma, soprattutto, volessero attivamente ritenere quanto imparato astrattamente per poi tradurlo e applicarlo alla vita di tutti i giorni significa sovrastimare i partecipanti con arroganza, lasciandoli in balia di loro stessi. Da questa considerazione, i test e i programmi sono stati in un secondo momento aggiornati tenendo conto di cinque aspetti fondamentali: la necessità di fornire collegamenti tra le situazioni di allenamento e quelle della vita reale, l'incoraggiamento ad mantenere sempre un'attitudine creativa anche quando le circostanze non lo richiederebbero, l'insegnamento non solo delle strategie e dei meccanismi mentali per guidare i processi creativi, ma anche del come controllarli in ogni momento, ed infine l'importanza delle tendenze e delle credenze individuali riguardo ai processi creativi, in modo tale da utilizzarle come basi spontanee per l'addestramento.

Nonostante esistano dunque tecniche che aiutano a sviluppare il proprio potenziale creativo, queste non godono di molta popolarità. Quando sono conosciute, vengono ritenute troppo scientifiche e serie: sebbene se ne comprendano i benefici, esse non promettono il raggiungimento di un obiettivo concreto (come ad esempio essere più creativi nella pittura) e nemmeno offrono delle ricompense soddisfacenti (come ad esempio compiere un lavoro che prosciuga le energie mentali ma che diverte). Per veicolarli è quindi necessario trovare un mezzo ed un modo di presentarli che siano abbastanza accattivanti da far sì che gli utenti se ne servano ripetutamente.

### 1.3 LA STRATEGIA

Il mezzo da me individuato per veicolare questi addestramenti è quello del gioco, ed il modo è quello della narrazione. Secondo Umberto Eco (1994, pag. 163) infatti "la finzione narrativa offre la possibilità di esercitare senza limiti quella facoltà che noi usiamo sia per percepire il mondo sia per ricostruire il passato. La finzione ha la stessa funzione del gioco. Giocando, il bambino apprende a vivere, perché simula situazioni in cui potrebbe trovarsi da adulto. E noi adulti attraverso la finzione narrativa addestriamo la nostra capacità di dare ordine sia all'esperienza del presente sia a quella del passato".

Eco sostiene che il modo naturale di rendere conto delle proprie esperienze (siano esse dirette o indirette) prende la forma di una storia, da una parte perché le parole, che oggi per lo più definiscono cose, originariamente definivano azioni, e quindi processi distesi lungo un asse spazio-temporale (così come le narrazioni), dall'altra perché gli individui sono stati abituati da sempre a fidarsi dei racconti di terzi (memoria collettiva) per definire i propri rapporti percettivi: attraverso l'assorbimento culturale di una memoria collettiva di cui non si ha esperienza diretta, si pongono le basi per la formazione di una memoria personale, che si costruisce attraverso esperienze personali.

"La ragione per cui la narrativa ci fa sentire a nostro agio rispetto alla realtà è che ogni messaggio può essere decrittato purché si sappia che si tratta di un messaggio" così come, all'interno del campo di gioco, esistono regole specifiche che valgono solo all'interno dello stesso. "Il problema col mondo reale è che ci stiamo chiedendo da millenni se ci sia un messaggio e se questo abbia un senso. Con un universo narrativo noi sappiamo per certo che esso costituisce un messaggio e che un'autorità autoriale sta dietro ad esso, come sua origine e come insieme d'istruzioni per la lettura." (p.143) Talvolta, però, lo scollamento tra mondo reale e mondi narrativi è labile: la maggior parte delle cose che si conoscono, come detto in precedenza, non è altro che raccontata, come la storia, la geo-

grafia, le scienze, ecc, perché singolarmente nessuno è in grado di fare esperienza diretta di tutto. Se nei mondi fittizi, però, basta fidarsi di quello che ci viene mostrato o raccontato, nel mondo reale bisogna anche tener conto del principio di verità, perché non tutto quello che è accettabile o verosimile è per forza vero.

Questa limitazione è naturalmente necessaria, anzi è un vero e proprio fondamento della percezione collettiva che si ha della realtà, ma blocca il pensiero che vuole migliorarsi per essere più creativo. Che sia per esercizio o per assimilare metodi e atteggiamenti che stimolino un impegno attivo e personale che permettano la creazione di qualcosa di nuovo e diverso, si è quindi avvantaggiati dal muoversi in contesti momentaneamente separati da quello reale, come si vedranno essere più nello specifico quelli del gioco e della narrazione.



[IMMAGINE 1.4] contesti chiusi ed artificiali permettono esperienze diverse da quelle sperimentabili nella realtà



Per tirare le fila del discorso, quello che mi prefiggo di raggiungere con questa ricerca, è lo sviluppo di un progetto che abbia come risultato un artefatto il cui scopo sia quello di veicolare in maniera democratica e coinvolgente l'addestramento della creatività. Il mezzo per farlo è quello del gioco, più nello specifico, come verrà detto più avanti, del *party game*, che è una forma particolare di gioco che ha come fondamenti il divertimento e la socialità, mentre il modo è quello della narrazione orale, nella sua forma originaria, sfruttando in particolare quelle che si vedranno essere le proprietà comunicative e ludiche di particolari forme verbali: i luoghi comuni.

## 2. LA CREATIVITÀ

## LA CREATIVITÀ



Dopo aver posto le basi della ricerca e fatto una panoramica generale sulle necessità progettuali, è necessario che io specifichi separatamente ogni livello del discorso. Siccome il mio obiettivo è quello di sviluppare qualcosa che veicoli in maniera democratica e coinvolgente l'addestramento della creatività, ritengo sia di primaria importanza definire cosa essa sia in termini generali e qualitativi, qual'è il suo ruolo in contesti sociali moderni e come la sua considerazione e il suo sviluppo siano fortemente influenzati dai diversi contesti culturali. Dopo questo primo momento di riflessione sulla creatività, mi spingerò nell'analisi specifica di ciò che dagli anni Sessanta ad oggi è stato fatto riguardo la ricerca sull'argomento e lo sviluppo di programmi di allenamento che ne promuovano lo sviluppo.

## 2.1 UNA PANORAMICA

L'idea di creatività come atteggiamento mentale proprio (ma non esclusivo) degli esseri umani nasce nel Novecento: i primi studi sul fenomeno risalgono agli anni venti e la parola creatività entra nel lessico italiano solo negli anni cinquanta. L'atto del creare è stato infatti a lungo percepito come attributo esclusivo della divinità, laddove propri dell'uomo erano invenzione, genio e, dal 1700, progresso e innovazione; gli antichi Greci identificavano la creatività con la capacità poetica, e lo stesso fece Ralph Waldo Emerson, il più celebre filosofo della creatività, nel suo saggio "Il poeta". (nota 2\_1)

Tra le moltissime definizioni del termine che sono state coniate segnalò per semplicità e precisione quella fornita dal matematico Henri Poincaré: "creatività è unire elementi esistenti con connessioni nuove, che siano utili" (1908): le categorie di "nuovo" e "utile" radicano l'attività creativa nella società e nella storia. Il *nuovo* è relativo al periodo storico in cui viene concepito; *l'utile* è connesso con la comprensione e il riconoscimento sociale. Questi termini illustrano adeguatamente l'essenza dell'atto creativo: un superamento delle regole esistenti (il nuovo) che istituisca una ulteriore regola condivisa (perché rivelatasi utile). Si individuano anche le due dimensioni del processo creativo che unisce

disordine e ordine, paradosso e metodo. Infine, queste categorie ampliano la sfera delle attività creative a tutto l'agire umano a cui sia riconosciuta un'utilità economica, estetica o etica e che sviluppi uno dei tre possibili gradi di novità: applicazione nuova di una "regola" esistente, estensione di una regola esistente a un campo nuovo, istituzione di una regola del tutto nuova. Poiché si fonda sulla profonda conoscenza delle regole da superare, la creatività non può svilupparsi in assenza di competenze preliminari e sul possesso di un linguaggio a volte astratto (fatto però di parole, numeri, note musicali) e atto a compiere discriminazioni sottili: andare oltre alle regole significa, infatti, averle comprese a tal punto da riuscire ad aggirarle senza romperle.

Etimologicamente, il termine creatività deriva dal latino "creare": produrre, generare. Nonostante le origini latine, la parola entra nel lessico italiano solo negli anni '50, importata dagli Stati Uniti. Il Dizionario di Psicologia (2011) dà la seguente definizione: capacità di riconoscere in modo originale nuovi rapporti degli oggetti (originalità), di utilizzare sensatamente in modo insolito questi ultimi (flessibilità), di vedere nuovi problemi dove apparentemente non ve ne sono (sensitività), di scostarsi dallo schema abituale di pensiero e di non considerare alcunché come stabile (fluidità), nonché di sviluppare idee al di fuori della norma, affrontando anche l'opposizione dell'ambiente

(non -conformismo), quando vale la pena di scoprire qualcosa di nuovo, che rappresenta un arricchimento per la cultura e la società.

Usando le parole di Csikszentmihalyi (1990), la creatività è quella facoltà che permette di produrre qualcosa di nuovo che sia utile, generativo e influente, dove con *utile* si intende la qualità che fa risolvere problemi o, più in generale, produce delle conseguenze significative (come gli scarabocchi su un tovagliolo che si rivelano poi essere semi di soluzioni), *generativo* come la possibilità di far scaturire altre idee o soluzioni creative dalla prima (una soluzione facilita la risoluzione del problema successivo in una catena) e *influyente* nel senso di capace di cambiare il modo in cui si guarda alle cose o ai problemi (come dimostrano le avanguardie artistiche, la scrittura automatica).

[SCHEMA 2.1]

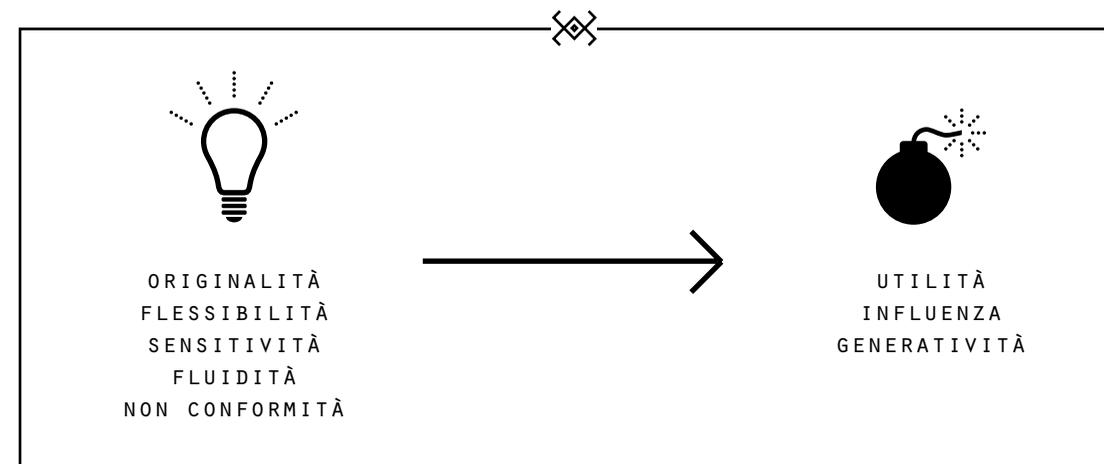
L'aspetto più ricorrente nelle diverse definizioni risulta essere quello della novità, condizione necessaria ma non sufficiente. Infatti, Mednick (1962) intende la creatività come "capacità di formare nuove combinazioni", di "mettere insieme in modo utile idee di solito lontane l'una dall'altra"; Tayler (1956) la vede come "un processo che dà un nuovo prodotto"; per Bruner (1962) è la

produzione di ciò che genera effettiva sorpresa"; secondo May (1959) è "il processo che porta qualcosa di nuovo nell'esistenza" e per Rogers (1954) il processo creativo consiste "nell'emergenza, nell'azione, di un nuovo prodotto relazionale che nasce da un lato dall'unità dell'individuo, e dall'altro lato dalle unità dei materiali, degli eventi e delle circostanze della sua vita".

Rispetto al concetto di novità, si può parlare di pseudocreatività quando s'intende la novità solo in senso di nonconformismo, mancanza di disciplina, respingimento cieco di quello che già esiste, e semplicemente il lasciarsi andare, ma anche della "quasicreatività", in cui la connessione con la realtà è debole. Per distinguere quindi la novità creativa da qualsiasi atto di non-conformismo sorprendente, che può sì essere considerato nuovo, ma non dal punto di vista dei vantaggi che esso porta, ci si ritrova a dover usare ancora una volta il termine "utile", associato però, ora, al termine *rilevante*. Esso può riferirsi al piacere estetico nell'arte, mentre nel mondo degli affari può rappresentare un incremento del profitto. Visto che non è possibile stabilire la novità di qualcosa senza paragonarla a degli standard, non c'è modo di stabilire se qualcosa è rilevante e valida, se non sottoponendola ad un'attenta analisi di

[NOTA 2\_1] Saggista, poeta e filosofo molto popolare, Ralph Waldo Emerson (Boston 25/05/1803 - 1882) è una personalità poliedrica, che attingendo da svariate correnti, fonda un proprio pensiero che ha influenzato intere generazioni di scrittori e intellettuali americani, a partire dall'amico H. D. Thoreau fino a Nietzsche e John Dewey.

Emerson concepisce la morale in un continuo sviluppo storico, ma in alcuni passi sembra addirittura esprimere una posizione più scettica e radicale: che le virtù umane debbano più spesso essere abbandonate che coltivate. "Il terrore che accompagna una riforma è rappresentato dallo scoprire che dobbiamo gettare via le nostre virtù - o ciò che abbiamo sempre considerato essere virtù - nella stessa fossa in cui abbiamo gettato i nostri vizi più grandi". In questa frase, si nota come Emerson non abbracci un facile relativismo secondo il quale è de facto virtù ciò che in ogni tempo è assunto come tale e getta un'ombra di sospetto su tutti i modi di pensare ed agire stabiliti dal conformismo. Il male è infatti la cieca ubbidienza, la volontà di imitazione, di omologazione. Le virtù sopravvivono nel nuovo momento, il momento della verità, dell'originalità, della creazione; il momento in cui ciò che una volta sembrava importante può ora apparire come ridicolo o vano. In questa prospettiva, il compito del poeta è quello di guidare le persone ed essere loro da esempio, affinché queste da passive diventino attive, lettori creativi che usano i libri come stimoli per cogliere principi principi che li portino ad avere esperienze proprie e non a imitazione degli altri.



[SCHEMA 2.1] le caratteristiche da sfruttare per la progettazione di prodotti che si possano chiamare creativi

valutazione sociale. Come conseguenza, esistono anche persone che credono nella loro creatività e che non sono riconosciute dalla società come tali, ma anche altre che fanno delle scoperte che sono solo di loro personale conoscenza. Per evitare confusioni concettuali, Csikszentmihalyi fa la distinzione tra tre comuni tipologie di persone considerate creative. Le persone brillanti sono persone dotate di tutte le caratteristiche necessarie per essere considerate creative, ma che non sfruttano le proprie capacità per arricchire la cultura in modo significativo, nel mezzo stanno le persone creative, ed infine i cosiddetti geni, individui come Leonardo, Picasso, Pascal, i cui contributi sono pubblici e culturalmente affermati.

“CREATIVITÀ  
È UNIRE  
ELEMENTI  
ESISTENTI  
CON CONNES-  
SIONI NUOVE  
E UTILI”

Henri Poincaré (1908, pag. 130)



## 2.2 UNA DEFINIZIONE

Considerando che la creatività si usa in diverse situazioni, in diversi ambiti e in tante diverse accezioni, è necessario fare alcune distinzioni prima di addentrarsi nell'argomento; questo può essere studiato da punti di vista diversi, e dunque molteplici possono essere le sue definizioni, tanto che addirittura non esiste nemmeno una terminologia comune a tutti gli studi effettuati: creatività, fantasia e immaginazione sono parole dal significato molto diverso ma che sono spesso usate nella stessa accezione.

Numerosi sono, per esempio, gli studi di neuropsicologia, che prendono in considerazione le funzioni cerebrali, come la memoria, il linguaggio e l'attenzione. Per necessità e interesse di chi ha sviluppato questi studi, essi si sono concentrati sulle capacità dell'atto creativo del singolo, arrivando a scoprire che il cervello contiene informazioni memorizzate in maniera isolata e che alcuni stati mentali consentono di dare vita a nuove associazioni tra gli elementi conservati nella nostra mente.

D'altra parte c'è anche chi romanticamente esaurisce il problema delineando la creatività come “pensiero basato su possibilità, ispirazione e incertezza” (De Bono, 2007), e chi cerca dare spiegazioni alla sua utilità, come Dewey che ne descrive la funzione come “la visione di realtà e possibilità che non possono mostrarsi nelle normali condizioni della percezione sensibile, il cui scopo è quello di penetrare chiaramente nel remoto, nell'assente, nell'oscuro e i cui campi non sono solo la storia, la letteratura, la geografia, i principi delle scienze, ma anche ambiti come la geometria e l'aritmetica, perché anch'essi contengono una quantità di argomenti su cui deve operare l'immaginazione se devono essere compresi”. (Rodari, 1973, p.174)

Altri, come Antonietti e Cornoldi, si concentrano sui suoi prodotti ed effetti, definendola come la capacità dell'essere umano di produrre

materialmente e culturalmente qualcosa di inesistente prima e che è apprezzabile e accettabile per le sue qualità pratiche, intellettuali o estetiche. (Kaufmann e Sternberg, 2006, p. 124)

### 2.2.1 IL PENSIERO LATERALE

Se studiata in modo tale da indagarne i processi, la creatività può essere paragonata e a volte assimilata al concetto noto come pensiero laterale o divergente. Rodari, sconfinando nel campo della psicologia per giustificare le sue teorie educative, sostiene che “creatività” è sinonimo di pensiero divergente, cioè capace di rompere continuamente gli schemi dell'esperienza e che il suo processo ha un carattere giocoso.” (Rodari, 1973, p. 171). Da sottolineare è però che questi due concetti sono molto diversi, in quanto il primo riguarda la descrizione di un risultato dato da una determinata operazione mentale, mentre il secondo riguarda solamente la descrizione della stessa. Se guardati da un punto di vista più pratico, tuttavia, essi sono metodi analoghi per trattare le informazioni e ricercare soluzioni, tanto da poter affermare che le stesse tecniche per sviluppare il pensiero laterale funzionano anche per lo sviluppo della creatività. Le caratteristiche tra loro comuni sono molte: entrambi i processi sono molto produttivi e prevedono l'analisi dei problemi usando più approcci diversi contemporaneamente, allentando così la rigidità dei modelli precostituiti e stimolando la formazione di nuovi paradigmi, senza però fornire la piena certezza del raggiungimento di una soluzione (al contrario del pensiero logico che è selettivo e prevede la costante correttezza di un unico percorso scelto, da seguire dall'inizio alla fine e a cui corrisponde sempre e comunque almeno una soluzione); entrambi sono processi che stimolano la mente a ricercare costantemente nuovi

approcci e nuovi punti di vista (mentre il procedimento logico è analitico); entrambi promuovono la ricerca di percorsi alternativi a quelli più probabili stimolando un senso di curiosità e voglia di esplorazione. (De Bono, 2010)

### 2.2.2 FANTASIA, IMMAGINAZIONE, CREATIVITÀ

C'è poi chi tratta la materia introducendo concetti più naïf come quelli di fantasia e immaginazione, come Zolla che in “Storia del fantastico” (1964) fa una prima distinzione tra la fantasia, che si costruisce reale su reale, e la fantasticheria che è un evadere dal reale facendo appello alle fonti più inaccessibili dell'esperienza interiore.

Un'altra distinzione è quella di Munari (1977), che definisce la fantasia in opposizione alla logica (così come Rodari), indicandola come quella capacità di stabilire relazioni tra cose conosciute senza curarsi che queste siano logiche o realizzabili. In quest'ottica più cose si conoscono più si



[IMMAGINE 2.1] Edward De Bono

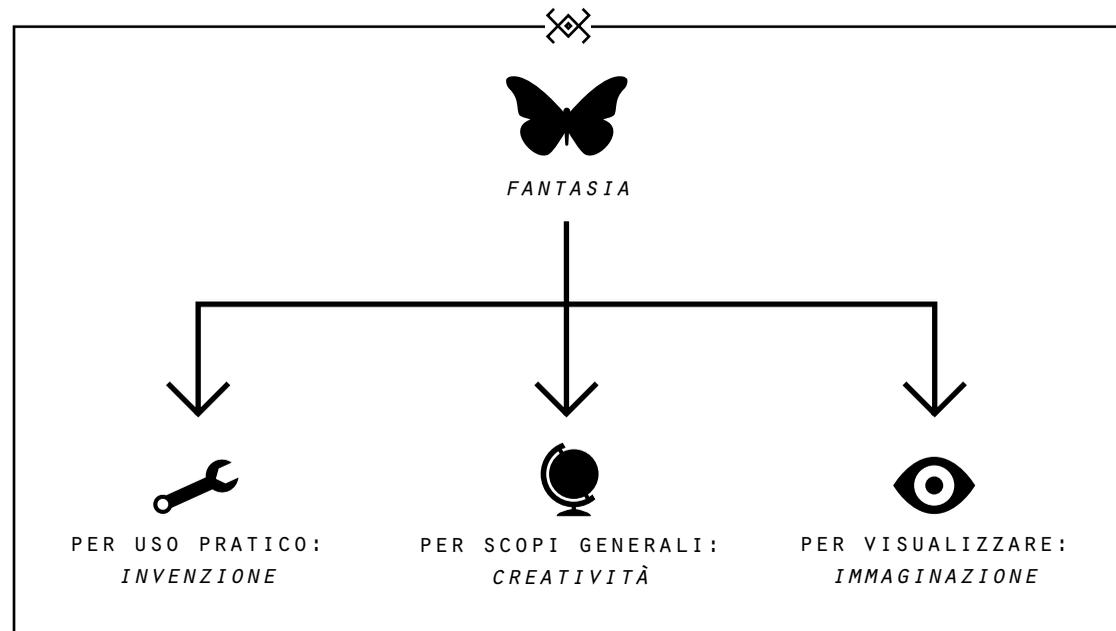


può essere fantasiosi, ma la cultura e la conoscenza non sono abbastanza, perché poi bisogna metterle al servizio della fantasia, e non frenarsi pensando ad essa come un esercizio da perdita di tempo.

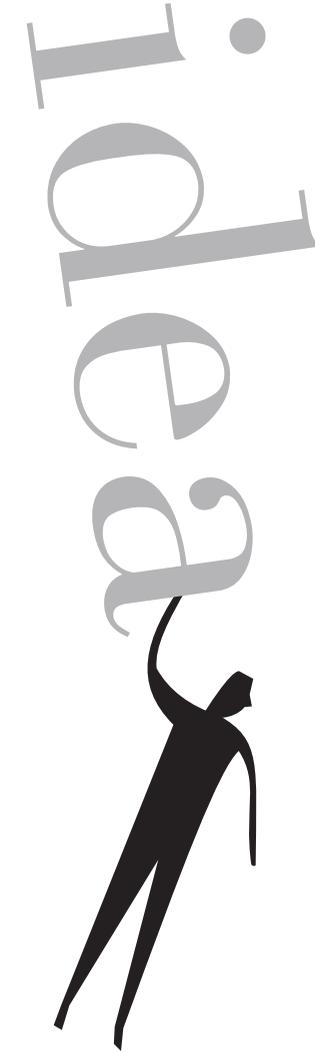
A seconda del tipo di risultato prodotto, la fantasia può poi essere scomposta in tre diverse “sotto-capacità”: l’invenzione, ovvero l’uso della fantasia per scopi pratici che ha come prodotto un qualcosa di nuovo e utile ma il cui lato estetico non è curato; l’immaginazione, cioè lo strumento per rendere visibili e comunicare i prodotti della fantasia e che non è per forza creativa, in quanto si può immaginare qualcosa che già esiste ma che al momento non è presente; ed infine la creatività, ovvero un uso globale e finalizzato della fantasia, che si occupa della funzionalità dei prodotti, ma anche del loro aspetto estetico, psicologico, sociale, economico e umano. [SCHEMA 2.2]

Queste tre caratteristiche della fantasia sono simultanee, e non per forza danno risultati innovativi. Esistono infatti due diversi tipi di novità riscontrabili dagli esseri umani: quella individuale e quella assoluta; la prima soggettiva, che si basa sulle conoscenze del singolo, per cui una cosa è nuova quando non se ne è mai fatta esperienza prima; la seconda oggettiva e che per essere accettata in quanto tale dev’essere universalmente verificata.

In tutta questa diversità, è possibile però trovare alcune caratteristiche comuni, che possono essere utilizzate come ulteriori tratti identificativi del concetto di creatività. Essa è una forma di pensiero rivolta alla produzione di idee nuove, è misurabile, è sviluppabile e richiede lo spostamento continuo tra campi di ricerca generali e specifici. (Kaufmann e Sternberg, 2006)



[SCHEMA 2.2] Secondo Munari la fantasia si trasforma a seconda dell’uso che ne si fa



[IMMAGINE 2.2] cambiare il proprio punto di vista con la creatività

### 2.3 LA CULTURA E LA CREATIVITÀ

Molto interessante è anche considerare il tema da una prospettiva trasversale, quella geo culturale, che stimola una riflessione nuova sul concetto di creatività: non solo, come è stato detto, questa ha infatti un valore culturale, ma è anche un vero e proprio prodotto della cultura stessa, perché a seconda dei valori ad essa attribuiti dai diversi gruppi di popolazione, se ne nota un maggiore o un minore sviluppo. Come suggerito da Munari, il livello di creatività (e lo stato della ricerca) di un gruppo dipende dai diversi approcci e credenze che derivano del contesto culturale e sociale in cui questo è collocato. Per compiere questo excursus, mi servirò della raccolta di studi di Kaufman e Sternberg "The International Book of Creativity" (2006), in cui vengono sistematicamente analizzati lo stato della ricerca e le credenze popolari (più o meno strutturate e fondate nelle varie società) del concetto di creatività.

[SPAGNA] Lo studioso più importante a cui riferirsi è Huertas, psicologo cognitivo che definisce la creatività come "produzione di contenuti originali, modelli, regole ed oggetti che sono accettati dalla società in quanto adatti a risolvere particolari situazioni".

[SCANDINAVIA] Non esistono studi dedicati completamente all'argomento, perciò è impossibile fornire una panoramica esaustiva dell'argomento dal suo punto di vista accademico. Tradizionalmente è invece considerata generalmente come un'attitudine alla vita e un modo di risolvere problemi.

[PAESI FRANCOFONI] In Francia, ma anche negli altri paesi le cui culture derivano da quella francofona, l'approccio allo studio della creatività è per lo più di natura psicologico-cognitiva. Quattro sono i fattori riconosciuti da cui dipende lo sviluppo individuale della creatività: il tipo di persona che si è, come si processano le informazioni a disposizione, cosa si deve sviluppare e l'ambiente in cui si opera.

[PAESI ANGLOFONI] Principalmente negli Stati Uniti, ma anche in Inghilterra e negli altri paesi di cultura anglofona, la creatività viene spesso associata al pensiero divergente. Il suo sviluppo nell'individuo viene dunque considerato come derivante da fattori ambientali, motivazionali e di personalità, mentre il suo funzionamento generale è descritto come un tandem continuo di selezione e ritenzione di idee. Il maggior studioso del campo è Guilford, secondo il quale la creatività coinvolge tre diverse dimensioni cognitive: i processi di pensiero, i contenuti ai quali applicarli ed i prodotti derivanti dalla loro applicazioni in contesti e categorie di contenuti differenti.

[GERMANIA] Culturalmente più pragmatici, i ricercatori tedeschi tendono a preferire uno studio sul processo creativo finalizzato ad individuarne le caratteristiche che facciano produrre risultati innovativi ed utili.

[POLONIA] In Polonia l'interesse all'argomento è abbastanza alto, perché da sempre la creatività è considerata come un dono che solo alcune persone hanno, e che influisce direttamente sul loro comportamento, sul loro pensiero e sul loro modo di vivere. Da un punto di vista più scientifico invece, la teoria più popolare è quella di Necka, che distingue tra due tipi di creatività, quella di tutti i giorni di cui ho appena accennato (suddivisa in fluida o quotidiana, cristallizzata o soluzione mediata di problemi di bassa complessità, matura o soluzione creativa di problemi comuni ma complessi) e quella eminente, che produce l'innovazione vera e propria e può portare a scoperte epocali.

[ISRAELE] La ricerca è di stampo più pratico che teorico, perché si cerca di sfruttare la creatività per costruire soluzioni a problemi reali.

[AMERICA LATINA] Nonostante la creatività sia considerata una dote molto importante, non è studiata scientificamente perché la scienza è considerata di scarso valore culturale.

[RUSSIA] L'approccio più in auge tra i ricercatori è quello gestaltico filtrato attraverso la psicologia marxista: siccome la creatività è vista come un incrocio tra logica ed intuizione di origine "innata", la ricerca mira soprattutto alla definizione di come funziona il processo creativo. Ad oggi quest'ultimo è scomposto in quattro diverse fasi operative: ricerca logica, ricerca e soluzione intuitiva, verbalizzazione e formalizzazione della soluzione.

[TURCHIA] Il concetto di creatività è strettamente connesso al concetto di fantasia. Per distinguere i due campi, l'accento viene posto sui processi razionanti e sulla definizione dei suoi processi, al fine di incasellare la creatività in una serie di percorsi pratici attraverso i quali è possibile servirsene. La matrice dalla quale tutti questi prendono vita è suddivisa in cinque diverse fasi pratiche: test dell'idea, realizzazione del prototipo, test del risultato ed espansione del tema, creazione di idee alternative "figlie" della precedente, creazione di idee alternative ed indipendenti dall'originaria.

[INDIA] La concezione della creatività è influenzata dalla religione induista, che la considera come un desiderio naturale dell'essere umano perché rappresenta un'estensione dello stesso in quanto il creare è un bisogno adattivo dell'uomo all'ambiente. In questi termini, il concetto viene considerato più da una prospettiva culturale e mistica piuttosto che da una più scientifica.

[CINA E TAIWAN] In questi paesi la creatività è una specie di mito. Questa permette agli individui che ne possiedono il dono, di portare contributi sostanziali al progresso, e sono infatti visti come un'ispirazione per la società. I creativi sono, dunque, dei veri e propri modelli di comportamento che vivono costantemente sotto lo sguardo altrui, e devono riflettere determinati valori riconosciuti fondanti dalla loro società.

[CULTURA ARABA] È l'unica in tutta l'Africa e il Medio Oriente che dimostra interesse per l'argomento, infatti l'arabo è l'unica lingua che prevede un termine per definire il concetto di creatività, che viene soprattutto utilizzato in contesti religiosi.



Ogni cluster geografico analizzato ha convinzioni proprie sulla creatività e diversi modi di sfruttarla e ricercarla, dimostrando dunque come i prodotti della creatività vengano sì, riconosciuti nella stessa maniera nel mondo occidentale, in cui comunque le visioni particolari si sovrappongono in più di un punto, ma non è detto che vengano ugualmente riconosciuti come tali nel resto del mondo. Questo è banalmente dimostrabile analizzando lo status della persona creativa in Europa e in Cina: nel primo caso essa ha una marcia in più ed è più facile, se ben indirizzata, che abbia successo e diventi uno strumento che la società sfrutta per progredire, mentre nel secondo caso il suo status è innalzato rispetto agli altri affinché la sua persona fornisca un modello d'ispirazione a tutti gli altri.

In conclusione, la creatività è dunque quella capacità che permette di richiamare, nelle peculiari modalità individuate precedentemente, diversi modelli e prodotti culturali per costruire qualcosa di nuovo: come spiegherò più avanti, questa operazione è la stessa svolta nel momento del recupero di un archetipo e della formazione di un nuovo cliché. [SCHEMA 2.3]



[SCHEMA 2.3] le maggiori correnti di pensiero sulla creatività nelle parti del mondo considerate

## 2.4 COME ALLENARE LA CREATIVITÀ

Ricercando i modi per allenarsi ad essere più creativi, si scopre come questi siano molti e disparati, ma che tutti quanti prevedono un esercizio pratico che coinvolge il pensiero laterale. Il professor Torrance, che nel 1972 condusse una meta-analisi degli studi sull'allenamento creativo, scoprì che ben il 75% dei partecipanti ai programmi che allora erano stati sviluppati avevano dichiarato di aver ottenuto benefici sia a lungo che a breve termine.

Da un punto di vista più pratico, se si vuole sviluppare un test di misura o un programma di allenamento, bisogna aver ben chiaro l'obiettivo che si vuole raggiungere; secondo Basador (2005), infatti, diversi tipi di allenamento favoriscono lo sviluppo di tipi specifici di creatività.

Ancora, si può notare la differenza che intercorre tra gli addestramenti in questo campo e gli altri; in particolare, in uno studio del '97, Baer notò che un sistema basato sulle ricompense estrinseche era inutile, se non controproducente (soprattutto negli individui di sesso femminile), perché abbassava il livello di motivazione dei partecipanti causandone un peggioramento delle prestazioni: i tester venivano infatti distratti dalle ricompense, l'ottenimento delle quali veniva riconosciuto come l'obiettivo delle esperienze, quando in realtà le vere ricompense (e quindi i veri obiettivi) erano intrinseche alle stesse, ed identificabili nel piacere provato dai partecipanti nello svolgere il test in sé e per sé.

### 2.4.1 ALLENAMENTI GENERICI

Per quanto riguarda la ricerca applicata sulla creatività, è da rilevare che le tecniche ed i test utilizzati sono di natura psicometrica e affini ai test di misura sul pensiero laterale, e che i settori che sono maggiormente interessati al suo finanziamento sono quello dell'industria e quello dell'educazione, principalmente interessati allo sviluppo di tecniche legate al *problem solving* mirato come il *brainstorming* e la gestione dei *focus group*.



[SCHEMA 2.4] il test "Espressioni" di Calvi

In Italia, il test più utilizzato è "Espressioni", di Calvi, che misura la creatività sforzando le capacità di visualizzazione e di verbalizzazione del tester attraverso sei prove: le prime due testano la capacità di produrre un numero illimitato di idee e consistono nel disegnare più forme possibili con tre sole linee e lo scrivere il maggior numero di frasi possibili con tre parole con la stessa iniziale; le due prove successive testano la capacità di originare risultati sintetici dato un flusso di idee orientato e prevedono il disegnare simboli che rappresentino dei concetti e l'inventare titoli

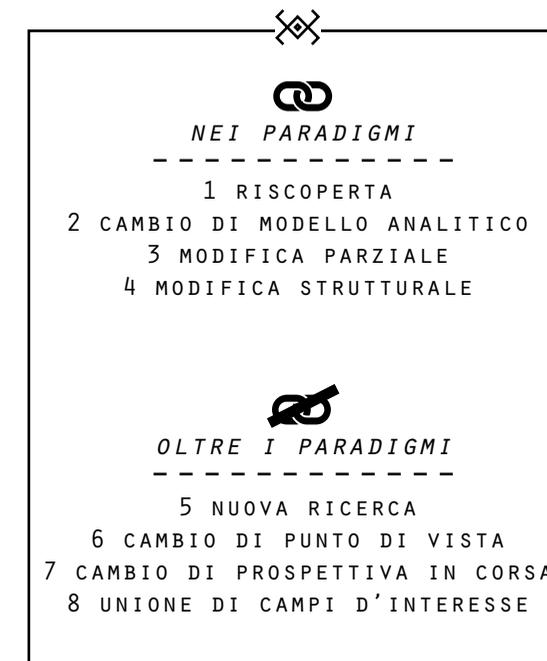
per una storia data; infine le ultime due prove testano il rendimento delle capacità creative in base alle implicazioni concettuali che i risultati producono, e consistono nel completare una figura astratta data e nel progettare una scenografia.

Queste prove, però, sono del tutto autoreferenziali: dopo essere state svolte una volta, i tester che tornano ai propri contesti abituali tendono a dimenticarsi del contenuto stesso dell'esperienza stessa perché incasellata in un contesto di laboratorio, da cui non hanno imparato quasi nulla, lasciando semplicemente una serie di dati utili ai ricercatori.

Il programma costruito da Sternberg (1999-2004) si basa invece sul concetto di *paradigma*, ovvero quell'informazione, metodo o concetto

base sul quale ogni comportamento, disciplina o teoria poggia. Essendo i paradigmi molteplici e specifici per ogni campo di indagine, questo training ha come obiettivo quello di insegnare a generare nuove soluzioni per ogni genere di problema complesso. Esso è diviso in otto livelli a seconda dell'intensità dello sforzo creativo richiesto: se ci si muove all'interno di paradigmi esistenti si possono riscoprire cose, analizzare in modo nuovo campi già battuti o modificare teorie già proposte (in maniera più o meno significativa e stravolgente); se invece si rifiutano

questi paradigmi e si cercano nuove strade da battere, si possono reindirizzare i campi in cui si agisce sia muovendosi a ritroso, per proporre nuovi punti di partenza per rianalizzare il problema, sia ricostruendolo a partire dal dove si è al momento; si può anche reindirizzare il problema verso un nuovo inizio ignorando le esperienze passate; e infine si possono integrare due campi che mai prima erano stati accostati tra loro.



[SCHEMA 2.5] le tecniche creative per la risoluzione di problemi lavorano sia all'interno dei paradigmi che si vogliono sorpassare che al loro esterno

[SCHEMA 2.5]

Il metodo inventato da Parnes nel 1972, invece, chiamato *problem solving creativo*, definisce un percorso di sei fasi che guidano verso la soluzione dei problemi: capire il problema, ricercare dati, analizzare il problema, trovare idee per risolverlo, capire quale soluzione è la migliore e sviluppare attorno ad essa una strategia. (Kaufmann e Sternberg, 2006)

#### 2.4.2 ALLENAMENTI DI SFORZO QUOTIDIANO

La pecca degli allenamenti descritti in precedenza, è quella di essere molto generici: non vengono fornite tempistiche, non viene incentivata la ripetizione dell'esercizio e, soprattutto, non ne vengono delimitati i campi d'azione. Lasciati in balia di loro stessi, è dunque facile che chi si vuole allenare si perda e interrompa l'allenamento perché percepito come troppo astratto dalla vita quotidiana.

Un'alternativa a questi allenamenti viene fornita da Antonietti e Roveda (2004), che delineano tre processi giornalieri per esercitare l'attitudine creativa: l'apertura, che consiste nel tenere sempre la mente aperta e vigile per riconoscere tutti gli aspetti di una situazione per valutarne anche i significati nascosti, connessione (cioè stabilire relazioni reciproche tra elementi diversi, costruire analogie, combinare idee e sintetizzare la molteplicità) e ristrutturazione (cambiare prospettiva, invertire i punti di vista e le relazioni tra gli elementi, immaginare percorsi alternativi). Secondo questi professori, per ottenere benefici a lungo termine, è necessario praticare questi esercizi il più spesso possibile, in modo tale da renderli processi automatici. (Kaufmann e Sternberg, 2006)

Il problema di questo allenamento è, però, derivante dalla sua natura attitudinale: assomigliano infatti più a buoni propositi di comportamento che vere e proprie regole ferree da seguire, e come tali sono molto difficili da mantenere.

Un altro tipo di allenamento attitudinale quotidiano, che però fornisce delle linee guida più chiare, è quello descritto da De Bono nel saggio "Intelligence is not enough", in cui il professore lascia da parte il pensiero laterale per concentrarsi sulla creatività, definendo i tre strumenti percettivi utilizzabili per cambiare il proprio punto di vista ed esplorare nuove possibilità applicabili facilmente anche in contesti di vita pratica: PMI (*plus, minus and interesting*) il problema viene riconsiderato analizzandone i pro, i contro e i punti interessanti; C&S (*consequence & sequel*) si

considera il problema in base alle conseguenze che ci si aspetta accadano nel breve, medio e lungo termine; OPV (*other people's view*) il punto di vista di chi osserva o vive il problema viene ribaltato in quello del soggetto opponente (De Bono, 2007)

#### 2.4.3 ALLENAMENTI DI LINGUAGGIO

Nel libro "Grammatica della Fantasia" (1973) Rodari analizza come la fantasia possa essere stimolata attraverso lo strumento del linguaggio, e ne individua subito tre diversi ambiti d'esercizio: la combinazione e la creazione di parole tramite giochi semantici, partendo da una combinazione di due parole estranee l'una all'altra chiamata "binomio fantastico" per la sua apparente illogicità e mancanza di significato, che si declina poi in base all'estensione e alle qualità del campo dell'esercizio in tema, ipotesi o prefisso fantastici; il partecipare ai giochi dadaisti e surrealisti, cioè fondati sullo straniamento, il ribaltamento e la casualità; l'uso delle fiabe popolari: si tratta di esercizi di complessità diversi che vanno dalla modifica di un solo elemento di fiabe già esistenti alla creazione di strumenti (come ad esempio le carte di Propp) per la generazione di fiabe dal nulla.

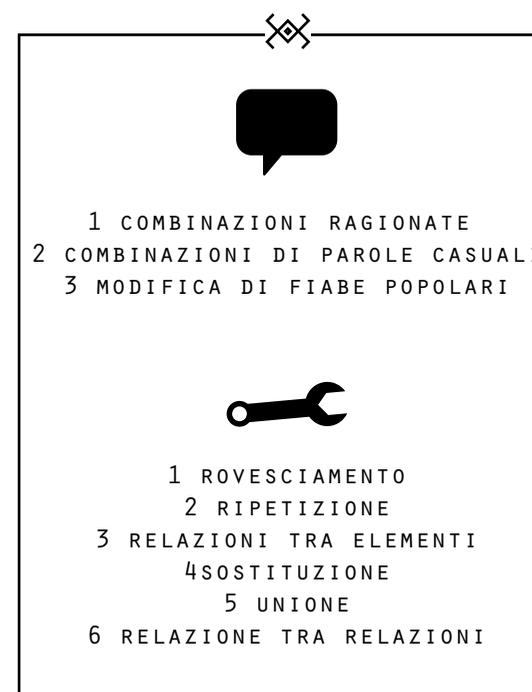
Munari (1977, p.130) proponeva di sviluppare giochi sia per insegnare le cose sia per allenare la mente ad essere elastica, perché se la nostra cultura ci impone la serietà, è anche vero che essa ha mantenuto uno spazio in cui poter sfuggire a questo meccanismo, che è lo spazio del gioco, all'interno di cui "ogni complesso d'inferiorità, ogni remora e ogni imbarazzo spariscono".

Più nello specifico, sono indicati diversi modi di stimolare la creatività [SCHEMA 2.6] :

1 il rovesciamento come descritto da Rodari, è una tecnica che sfrutta la natura binaria della mente: ogni volta che si pensa a qualcosa, infatti, automaticamente si pensa anche al suo contrario (come elemento equilibratore);

2 ripetizione di singoli o gruppi di elementi,

senza che a questi vengano fatti mutamenti;  
3 costruzione di relazioni tra affinità visive o funzionali delle cose (ovvero considerare delle cose in modi diversi dal solito);  
4 cambio o sostituzione di elementi in sistemi già dati e preordinati (di colore, materia, luogo, funzione, moto, dimensione, peso,...);  
5 unione di elementi diversi tramite la ostruzione di una rete di relazione;  
6 creazione di relazioni tra reti di relazioni, creando così sistemi complessi.



[SCHEMA 2.6] gli esercizi e gli strumenti per allenare la creatività verbalmente

De Bono, in "Creatività e Pensiero Laterale" (2010) propone diverse tecniche, tre delle quali sono destinate alla soluzione dei problemi più semplici e poco strutturati: la descrizione (di figure geometriche o immagini), molto efficace in quanto normalmente non siamo abituati a (e

non ci viene richiesto di) definire cose che ci sembrano ovvie, e quella del trattamento di storie esistenti, le quali possono essere riconsiderate a partire dalla generazione di punti di vista sulle persone coinvolte (mettersi nei panni dell'altro), oppure possono essere ribaltate nelle loro sorti o significato. A metà fra queste sta la tecnica del perché, che prevede il costante mettere in discussione tutto, cercando il perché di ogni cosa, che implica tuttavia un coinvolgimento psicologico maggiore, determinato dal disagio prodotto dalla continua richiesta di spiegazioni.

Per quanto riguarda la ricerca di soluzioni innovative complesse, invece, De Bono suggerisce che prima di tutto si debbano scomporre i problemi ricercandone le idee dominanti (che sono i temi che organizzano e determinano i modi di considerare le diverse situazioni, e che pertanto costituiscono dei blocchi da superare) e i loro fattori cruciali (che invece sono quei punti di costrizione delle situazioni che non possono essere mutati senza che, di conseguenza, cambino le situazioni stesse). Dopo aver chiarito questi aspetti, si possono adottare diverse tecniche: il frazionamento del problema (suddividendolo in maniera artificiale in modo tale da evitare di cadere in frazionamenti scontati che riporterebbero, una volta ricomposti, ai modelli originali); l'inversione (tecnica dei contrari); l'utilizzo di analogie tra il problema e una serie di situazioni differenti utilizzate per creare movimento: si traduce il problema in qualcosa d'altro e poi lo si ritraduce solo quando si è ottenuta una soluzione; la scelta di punti di accesso insoliti, in quanto essi focalizzano su sé stessi il campo d'attenzione, influenzando incredibilmente l'analisi; l'introduzione di uno stimolo esterno e casuale che non c'entra nulla col problema ma che, proprio per questo motivo, crea straniamento; ed infine l'utilizzo della tecnica del brainstorming, che prevede la costruzione di uno scenario convenzionale all'interno del quale si attua una momentanea sospensione del giudizio e un gruppo di persone ha la possibilità di usare liberamente le tecniche sopra citate per stimolarsi a vicenda e costruire un percorso comune verso una o più soluzioni al problema.



Si è citato, nell'analisi precedente, l'importanza del piacere fine a se stesso come propulsore di spinta creativa da parte dei partecipanti ai vari test. Questo è molto importante perché offre un'interessante chiave di lettura al problema di come veicolare questi programmi d'allenamento all'esterno delle aule di laboratorio.

L'attività autotelica per eccellenza, come spiegherò nel suo capitolo dedicato, è il gioco, ed è anche per questo che l'output di questa ricerca sarà proprio un artefatto ludico.

## 3. IL NARRARE

## IL NARRARE



Il secondo argomento su cui soffermarsi è quello della narrazione. Il motivo per cui ho scelto questa forma di comunicazione è perché, come spiegherò più avanti, è da sempre la forma più comune e comprensibile a tutti gli esseri umani per veicolare informazioni e conoscenza senza che queste vengano imbrigliate rigidamente in dogmi. Nel mio caso, non è però necessario soffermarsi in riflessioni troppo letterarie: la narratologia è una disciplina vastissima e complessissima, ma a me non interessa spingermi eccessivamente nel dettaglio.

La narrazione è infatti solamente lo strumento attraverso cui promuovere l'allenamento creativo, perciò a riguardo credo sia per lo più necessario capirne gli elementi principali, il sistema di comunicazione e il modo in cui oggi la narrazione viene usata e a quali scopi. La riflessione finale di questo capitolo riguarderà infatti un aspetto che non è comunemente trattato riguardo la narrazione: la sua funzione originaria, che nei secoli è stata perduta ma che oggi sta cominciando timidamente a riemergere in alcuni ambiti. Questa sarà poi molto importante ai fini della mia ricerca perché è proprio ad essa che mi riferirò e che cercherò di riproporre in fase di progetto.

### 3.1 IL TESTO NARRATIVO

La narrazione è una forma espressiva che nasce come pratica arcaica per veicolare una serie di insegnamenti privi di chiavi di lettura univoche, in maniera non didascalica, e che possano dunque continuare a essere trasmessi nel tempo. Benjamin (2011, p. 37) dice a proposito che “la narrazione non mira a trasmettere il puro “in sé” dell'accaduto, ma cala il fatto nella vita del lettore”, e quindi in un contesto, spaziale, temporale, che si modifica continuamente a seconda di chi, di volta in volta, trasmette il messaggio. [SCHEMA 3.1]



[SCHEMA 3.1] come viene generata una narrazione consistente

Da un punto di vista storico, “il primo vero narratore è e rimane quello di fiabe. Dove il consiglio era più difficile, la favola sapeva indicarlo, e dove l'angustia era più grave, il suo aiuto era più vicino. Essa ci fa vedere, nel tipo dello sciocco, come l'umanità si “finga tonta” davanti a un mito, ci fa vedere, nel tipo dell'ultimo fratello, come le sue chance aumentino con la distanza dalle origini mitiche, ci fa vedere che le cose di cui abbiamo paura possono essere scrutate nella loro realtà” (Benjamin, 2011, p.71)

Queste narrazioni “originarie” erano basate sul ricordo: esse non erano che l'unione in catene di tradizioni e fatti dispersi e sparsi, proposte in un prodotto che definiremmo oggi a bassa risoluzione, in quanto il livello di dettaglio riportato non era quello minuzioso, ma quello complessivo di una totalità di eventi che permettessero di fermare una determinata morale nella storia. Ecco allora che possiamo definire le coordinate delle narrazioni originarie: la memoria, che ha ampio raggio, e la definizione, che è inversamente proporzionale, e si rivela bassa. Come sottolinea Segre (in Marchese, 1983) “uno stesso sistema concettuale e logico si realizza attraverso molteplici temi, miti, stereotipi, i quali a loro volta possono esprimersi con una gran varietà di modi di narrazione, sino alla lingua, così sensibile alle correnti culturali e alle mode, così infinitamente plasmabile da istruirsi in tanti “idioletti” quanti sono i parlanti”.

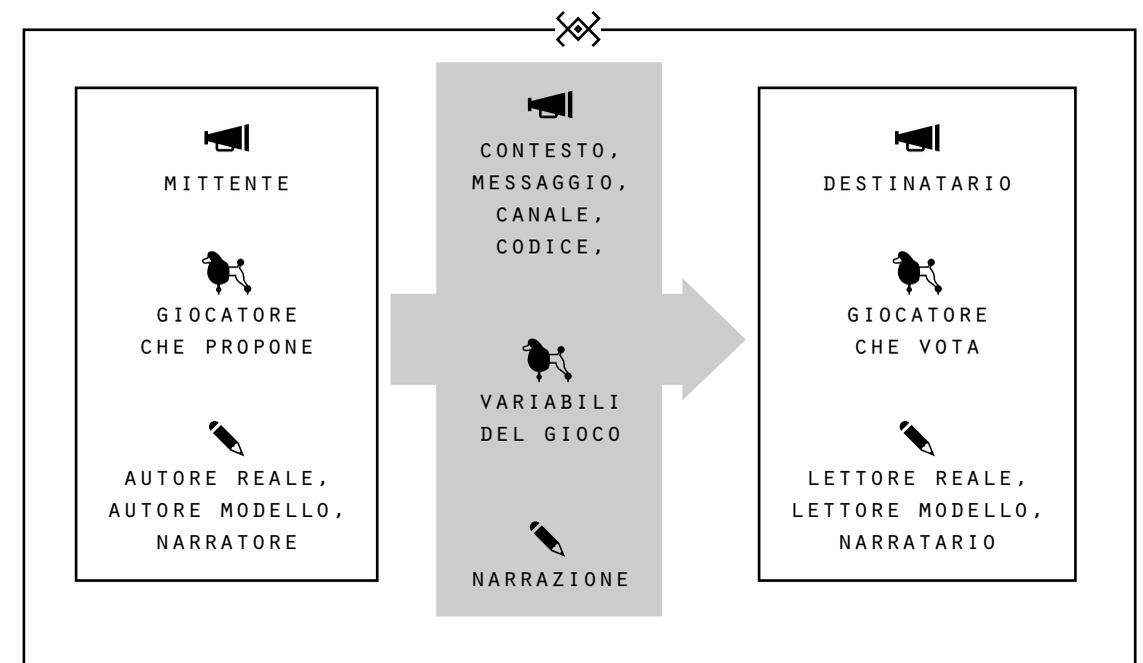
Oltre a definire il cosa e il perché della narrazione, bisogna analizzare come essa sia veicolata. Secondo il modello della comunicazione di Jakobson, il messaggio, organizzato da uno o più codici diversi, viene trasmesso attraverso un canale, in un determinato contesto, da un emittente verso un ricevente. Importantissimo, però, è distinguere ciò che è narrazione da ciò che è descrizione, che vengono confuse perché entrambe prevedono un uso simile delle stesse facoltà del linguaggio. Ma “la narrazione s'interessa di azioni o eventi considerati come puri processi, e perciò pone l'accento sull'aspetto temporale e drammatico del

racconto;” mentre “la descrizione, indulgiando su certi oggetti e certi esseri colti nella loro simultaneità, e anzi considerando i processi stessi come spettacoli, sembra sospendere il corso del tempo e contribuisce a dilatare il racconto nello spazio” (Genette in Marchese, 1983, p. 102). Ecco allora che la narrazione non fa altro che servirsi della descrizione per veicolare informazioni “statiche” e determinare il ritmo della lettura.

### 3.2 IL SISTEMA DELLA COMUNICAZIONE

Essendo la narrazione una comunicazione, è naturale trovare come protagonisti un emittente ed un ricevente che si scambiano informazioni, ma queste, come sottolinea Chatman (in “Officina del Racconto”, 1983), sono entità stratificate e dai molteplici significati. Chi racconta la

storia, allora, a seconda del tipo di analisi che si vuole fare del racconto, può essere l'autore reale, l'autore implicito o il narratore, mentre viceversa, chi ascolta, può essere il pubblico reale, quello implicito o il narratario. La prima cosa da precisare è che il lettore e l'autore reali, cioè immersi nell'universo immanente, comunicano attraverso le loro controparti implicite, edulcorate da ogni particolarismo di contesto: questo è possibile perché il lettore reale si trasforma nel momento in cui accetta il patto finzionale proposto dall'autore reale, che stabilendo una serie di regole che definiscano senso e codici culturali interni alla storia, diventa implicito. L'ultimo livello è quello in cui emittente e ricevente sono immersi nel mondo della narrazione, e ad essi corrispondono il narratore, che è chi racconta direttamente la vicenda e ne regola le modalità di fruizione (decidendo come e quando dire cosa), ed il narratario. [SCHEMA 3.2]



[SCHEMA 3.2] il sistema della comunicazione di Jakobson applicato sul gioco e la narrazione

### 3.2.1 IL NARRATORE

Esistono tre macro categorie di narratori, a seconda del grado di conoscenza che essi hanno della storia: quello onnisciente, che, conoscendo tutto, osserva e racconta la vicenda dall'alto; quello non onnisciente, il cui campo visivo è ristretto e il cui ruolo può essere svolto alternativamente da un personaggio (focalizzazione interna) o gestita da un narratore esterno (focalizzazione esterna); ed infine il transfert, che consiste nel delegare, in alcune parti della vicenda, la narrazione ad un personaggio. Secondo Genette, il ruolo e la focalizzazione del narratore, dipendono soprattutto dal modo della narrazione, cioè dalla distanza prospettica da cui l'autore decide di raccontare la storia. Dal punto di vista del rapporto che il narratore ha con la storia, si possono definire due diversi livelli narrativi, quello eterodiegetico, in cui il narratore è esterno, e l'omodiegetico, in cui è interno alla storia, che può essere autodiegetico se è incarnato dal protagonista, o allodiegetico, se è invece solo un testimone.

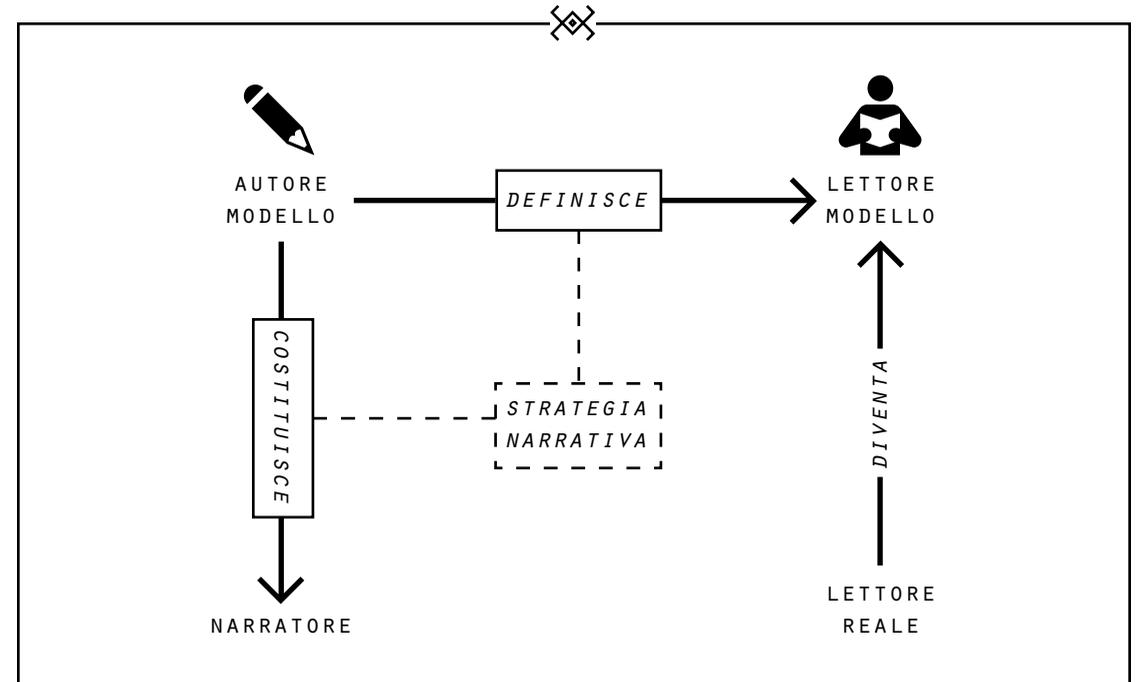
"UNA NARRAZIONE CHE NON PASSA PER L'IO DELL'AUTORE NON È LETTERATURA"

Peter Handke (2002, pag. 101)



### 3.3 GLI ELEMENTI DELLA NARRAZIONE

Secondo Baricco (2011) esiste un DNA della narrazione che rimane immutato e che è proprio anche di modelli diversi e trasversali come quelli di televisione, fumetti, pubblicità, ecc. Esso ricalca a grandi linee il modello arcaico, ed è composto da: esperienza, consiglio, verità, comunità, mistero, eternità, corso del mondo, morale della storia. Questi elementi possono essere come non essere compresenti, e possono presentarsi singolarmente o in sequenza, ma la loro esistenza è legata imprescindibilmente all'esistenza degli



[SCHEMA 3.3] elementi e processi della narrazione



attori che costruiscono gli universi narrativi, che sono fondamentalmente quattro.

Il [NARRATORE], o regola del gioco, che è stabilito e costruito da un [AUTORE MODELLO], il quale si manifesta sotto forma di una strategia narrativa volta a dare istruzioni di comportamento per il terzo elemento, il [LETTORE MODELLO], ovvero il lettore-tipo che l'autore prevede per il testo (la cui identità e il cui bagaglio culturale richiesto cambiano di racconto in racconto), identificato nel [LETTORE EMPIRICO] o reale che riesce, smascherando l'autore modello, a superare una lettura riempita di significati e interpretata soggettivamente. [SCHEMA 3.3]

Oltre a questi, Eco (1994) individua cinque regole fondamentali per la costruzione di una narrazione:

1) autore e lettore devono stipulare un patto finzionale chiamato "sospensione dell'incredulità" che sancisca l'accettazione da parte di chi legge

della verità del mondo circoscritto dalla narrazione, quant'anche questo sia assurdo.

2) senza fabula e discorso narrativo non può esserci narrazione, ma solo la descrizione di fatti o circostanze.

3) fabula e discorso hanno due tempi diversi e dedicati (il primo riguarda il contenuto della storia, l'altro quello dell'espressione linguistica) sulla cui manipolazione è possibile creare effetti di rallentamento e accelerazione. L'unico esempio di identità si trova nel dialogo.

4) i mondi narrativi sono mondi finzionali e parassiti di quello reale, anche se a volte sono praticamente indistinguibili. In essi, il mondo reale è ricostruito solo parzialmente, in quanto ai fini della narrazione basta la definizione di un contesto che risulti finito e concluso solamente all'interno dei limiti della storia. Certo, più questi sono complessi, più è richiesto al lettore modello di essere colto.

5) i personaggi sono gli attori della storia, ma di essi viene raccontato lo stretto necessario.



### 3.3.4 LA TRAMA

La trama viene identificata come quella struttura immutabile che sottostà ad ogni narrazione. Secondo l'analisi storico-contenutistica realizzata da Bachtin (1979), questa non è altro che un insieme di motivi tipici, chiamati cronotipi, che hanno una valenza educativa, che cambia a seconda dell'epoca. In quest'ottica, è possibile individuare cinque grandi tipologie di racconto (fermandosi agli anni Cinquanta): quello antico, in cui l'eroe si ritrova per caso all'interno di un'avventura che può alternativamente comprendere prove o fornire elementi di costume; quello medievale, che è simile al precedente, ma nel quale le avventure sono ricercate dall'eroe; quello idillico, in cui l'eroe si riavvicina al suo luogo di origine per aderire alle sue tradizioni; quello familiare, ed infine quello di formazione, in cui l'uomo borghese viene educato a vivere in un mondo ormai capitalista, grande ed estraneo. Secondo l'analisi più moderna di Friedman (1983), invece, l'analisi narratologica dev'essere fatta in base alla tipologia della trama, che può essere di destini (d'azione, melodrammatica, tragica, di castigo, cinica, sentimentale o apologetica), di personaggi (di maturazione, di riscatto, di prova o di degenerazione) o di pensiero (di educazione, di rivelazione, affettiva o di disillusione). Tuttavia, come sottolineato dal Marchese (1983, p.76), "il problema dell'analisi strutturale-semiologica della narrativa è un altro: non si tratta d'inventariare e classificare delle trame, ma di determinare rigorosamente la natura del racconto e le modalità delle trasformazioni che vi si attuano. In questa ipotesi metodologica il concetto contenutistico di trama viene abbandonato e sostituito da termini più precisi, la fabula e l'intreccio". Bisogna definire, allora, questi due ultimi termini. La fabula corrisponde al livello diegetico del racconto, ovvero al contenuto della narrazione, quello dei fatti e delle azioni, e ne coglie la logica funzionale secondo una successione logico-cronologica; da un punto di vista culturale a questo aspetto corrisponde tutta la serie di materiali antropologici raccolti. Infatti, alcune narrazioni,

come quelle arcaiche, ma soprattutto i miti, sono composte di sola fabula.

L'intreccio, invece, comprende sempre tutte le azioni del racconto, ma nell'ordine in cui vengono disposte sulla linea temporale della narrazione; questo corrisponde invece al livello delle tecniche narrative che l'autore decide di sfruttare. Ma ci sono altri due addendi all'operazione, ovvero il discorso narrativo, che corrisponde all'aspetto verbale del testo, cioè il modo di comunicare i contenuti, tramite l'utilizzo particolare della lingua e particolari strategie narrative; ed il modello narrativo, ovvero la logica dell'azione, o la struttura che si decide di dare alla narrazione.

## " CHI COMANDA AL RACCONTO È L' ORECCHIO "

Italo Calvino (1996, pag. 97)



### 3.4 LA TRASFORMAZIONE DELLA NARRAZIONE

Il termine "narrare", in tutte le sue declinazioni, viene oggi utilizzato in maniera scorretta come sinonimo di raccontare: esso è stato contaminato dall'uso spesso trasversale della narrazione in campi originariamente inusuali come quello della politica, del marketing e della finanza. Da un punto di vista strutturale, il raccontare è la presentazione di esperienze passate organizzate cronologicamente tramite la descrizione dettagliata degli eventi che le hanno costituite in cui viene però tralasciato l'aspetto conflittuale e dina-

mico che li ha fatti scaturire ed evolvere. La narrazione è invece proprio costruita attorno a queste crisi, delle quali si dipinge il ritratto e si indicano le conseguenze e gli effetti subiti dai partecipanti. Narrare ha a che fare tanto con la creazione di un mondo quanto con la strutturazione di una storia. La storia sarà appunto l'occasione per esplorare il mondo. Visitarlo, conoscerlo, interagire con esso, nel caso modificarlo o addirittura combatterlo. Secondo Baricco (2011, p. 91) "nello scrivere letterario si è arrivati a un estremismo anti-narrativo che fino agli anni Ottanta ha preteso, e a volte ottenuto, di confinare a pratica kitsch qualsiasi desiderio, semplice, di raccontare storie, e nello stesso cinema, che per le sue radici plebee da luna-park aveva una sorta di lasciapassare per la volgare pratica del narrare, è rimasta comunque a lungo una linea di demarcazione tra prodotto commerciale e film d'arte dove l'accesso all'arte era spesso fatto risalire al rattrappirsi dell'enfasi narrativa". Per Benjamin (2011), i motivi per cui la narrazione ha perduto la sua funzione originaria sono tre: l'invenzione della stampa, che ha permesso la nascita del romanzo, che ha segnato il passaggio dall'oralità alla lettura, cambiando dunque radicalmente le modalità di fruizione dello stesso contenuto, che da emotivo diventa razionale e che da dipendente da una performance che ne sottolinea la malleabilità di significato e forma diviene invece inscritto in una struttura rigida la cui comprensione è soltanto interpretativa; la nascita di una cultura dell'informazione, che

basandosi sul dato plausibile e verificabile, si oppone al dato meraviglioso, aperto e modificabile della narrazione; ed infine, la rivoluzione industriale, che segnando la fine del mondo artigiano delle botteghe e dei tempi lunghi di produzione, ha cancellato per sempre i luoghi e i momenti dedicati al racconto-ascolto delle storie. Riguardo questo ultimo punto, Benjamin aggiunge che non solo il mondo della narrazione è quello artigianale, ma che artigianale è lo stesso gesto del narrare, perché anch'esso necessita una lunghezza di tempi, una ricerca di perfezione e una disponibilità ad essere pazienti. Il gesto del narrare, per guadagnarsi una consistenza, deve riuscire ad adempiere ad una triade di caratteristiche definite dagli aggettivi solido-utile-irripetibile, dove il primo descrive l'unione delle parti della narrazione, che hanno senso come entità unica; il secondo sancisce lo scopo, che è quello di portare consiglio, e l'ultimo pone l'accento sulle qualità che rendono l'anima memorabile. Ma nonostante oggi la realtà sia molto diversa da quella artigianale, una nuova forma di narrazione riprende le funzioni e i modi di quella originaria: quella multimediale che prende vita sul web. Blog, forum, social network, ecc, danno a tutti gli utenti la possibilità di esprimersi e di registrare pezzi di storia garantendo un' "anonima oralità" e costruendo un racconto collettivo vastissimo, produttore di un nuovo tipo di coscienza di massa, multiforme e pluralistica. [SCHEMA 3.4]



[SCHEMA 3.4] come le caratteristiche originarie della narrazione sono state perse





Quanto appena detto rischia però di portare all'overdose di informazioni e all'offuscamento di ciò che è di qualità e ricopre veramente tutte le funzioni della narrazione originaria: le possibilità offerte dal web sono dunque un'arma a doppio taglio, difficili da imbriigliare per prevederne un uso e un comportamento corretto da parte degli utenti. Il luogo più indicato per riportare la narrazione alla sua funzione originaria è invece, secondo me, il gioco: come spiegherò nel capitolo successivo, infatti, la caratteristica dei giochi è quella di istituire contesti controllati e delimitati che possono essere riempiti di valori e caratteristiche scelti arbitrariamente, escludendone altri per costruire ambienti che nel mondo reale sarebbero impossibili o anacronistici. Così, sarà possibile ricreare le condizioni di oralità e socialità della narrazione originaria per sfruttarne il potenziale educativo e d'intrattenimento.

## 4. IL GIOCO

## IL GIOCO



Nel capitolo dedicato alla creatività, mi sono soffermata ad analizzare le varie tipologie di studio e di allenamento di quest'ultima, sottolineando l'importanza del piacere fine a se stesso come propulsore per accendere la spinta creativa dei partecipanti ai vari test. Questi mancano però di sufficiente capacità di coinvolgimento dei partecipanti, che si prestano a svolgere queste attività in ambito controllato con la consapevolezza di star partecipando ad un esperimento scientifico, che una volta concluso cadrà nel dimenticatoio della propria esperienza. Dal mio punto di vista è però fondamentale trovare il modo per veicolare, se non questi programmi specifici, almeno un tipo di attività che aiuti ad abituarsi ad avere un atteggiamento creativo nella quotidianità. Scoprire che i partecipanti ai test di natura scientifica erano più reattivi in mancanza di ricompense mi è stato di fondamentale importanza perché mi ha offerto un'interessante chiave di lettura per risolvere il problema di come veicolare questi programmi d'allenamento all'esterno delle aule di laboratorio. Facendo una breve ricerca sulle attività autoteliche, ovvero quelle attività dotate di obiettivi pratici che trovano nel

proprio stesso svolgimento lo scopo del loro realizzarsi e che provocano come conseguenza piacere e benessere, ho scoperto che quella che da sempre è considerata l'attività autotelica per eccellenza è il gioco. D'altra parte, come invece accennato in chiusura del capitolo precedente, il gioco possiede anche determinate caratteristiche che lo rendono il mezzo perfetto per riproporre quel tipo specifico di comunicazione narrativa, ora in disuso, che nacque proprio per veicolare insegnamenti fluidi, da comprendere autonomamente tramite l'esperienza.

In questo capitolo mi soffermerò dunque sul gioco, spiegando in primo luogo che cosa sia, rifacendomi sia ai più moderni *game studies*, ma scavando anche negli ambiti della semiotica e dell'antropologia, per poi definirne gli scopi e le funzioni, sia per quanto riguarda il suo ruolo culturale e sociale, sia per quanto riguarda la sua capacità di essere veicolo di significati. Questa analisi costituisce una base per la trattazione successiva: se il gioco si presenta come un'ottima opportunità per sviluppare i miei intenti, allora è importante anche spiegare come mai questo mezzo è così potente, sottolineandone i punti di forza.

#### 4.1 UNA DEFINIZIONE

Nella lingua italiana, il termine “gioco” è uno solo, ma veicola due concetti molto diversi tra loro, quelli che in inglese sono il *game* e il *play*. Il primo indica il gioco come un sistema organizzato di regole che permettono un'azione finalizzata all'ottenimento di qualcosa, mentre il secondo termine indica un processo che si caratterizza come libero e privo di scopi se non quello di giocare per divertirsi nel farlo: il *game* allora non è che uno dei modi possibili di manifestazione del *play*. Più nello specifico, il *game* costituisce il materiale attraverso cui provare l'esperienza del *play*. Così, se il *play* costituisce il giocare, il *game* in italiano è identificato nel gioco come artefatto.

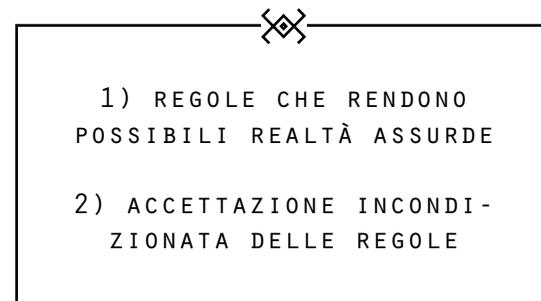
Questa contrapposizione è sottolineata da Parlett (in Salen e Zimmerman, 2004): il *play* come gioco non coordinato può essere definito anche gioco informale, mentre il *game*, caratterizzato e connotato da un contesto strutturato da regole e obiettivi, viene indicato come gioco formale. Questa non è tuttavia l'unica differenza tra i due termini, anzi a volerla guardare bene essa è conseguenza di una diversità molto più radicata: il *play* è una vera e propria condizione pre culturale mentre il *game*, che consiste in un'esperienza formalmente codificata, è una conseguenza della cultura stessa.

Huizinga, sostiene nel saggio “Homo Ludens” (1939) che il gioco è uno degli stessi fondamenti della cultura e non una sua conseguenza, perché il concetto di cultura presuppone l'esistenza di una convivenza fatta di interazioni e sistemi complessi per elaborare le informazioni che sono esclusivamente umani, mentre è noto che l'attività di gioco è svolta anche dagli animali. Da questa prospettiva, l'homo ludens precede l'homo faber e quello sapiens, coi quali ha pari dignità: il gioco, da mero intrattenimento è rivalutato come attività primaria, seconda soltanto a quelli che sono i fabbisogni basilari come mangiare, dormire, e sentirsi al sicuro. La sua condizione si palesa nella volontà e nella necessità di partecipare ad attività libere,

esterne alla vita ordinaria ed autoreferenziali che non si presentano come “serie” ma che comunque sono in grado di modellare la cultura attraverso rituali ed etichette sociali in un contesto parallelo alla realtà in cui valgono regole dedicate. Questo viene chiamato “cerchio magico”, ed è uno spazio chiuso ed artificiale in cui viene riprodotto parte dell'ambiente reale: istituirlo comporta dunque il possesso di una consapevolezza e di una padronanza sulla problematica e sul contesto in questione, che viene, così, archetipizzata.

Ma questo processo è molto simile a quello che sta alla base della creazione artistica. A fare questo parallelo è Costikyan (2002), che riflette sulla natura dei giochi come se questi fossero vere e proprie forme d'arte. A suo parere, i giochi come l'arte hanno scopo sociale e culturale, perché chiedono ai giocatori-fruitori di prendere decisioni e posizioni e di organizzare risorse attraverso media fisici (come possono essere pedine, tasselli e carte) al fine di raggiungere un obiettivo. Ecco, allora, come il gioco come *play* preceda la cultura stessa, mentre il gioco come *game*, formalizzato ed artefatto, ne diventa veicolo.

Da queste considerazioni si evince l'importanza di questo cerchio magico nell'istituzione di giochi o situazioni in cui il *play* è possibile. Riprendendo il concetto da un punto di vista antropologico, si possono definire ulteriori tratti di questo contesto: esso è, come già detto, una realtà parallela a quella ordinaria, circoscritta da spazi e tempi predefiniti, ma è soprattutto carat-



[SCHEMA 4.1] gioco come finzione

terizzato dalla mancanza del concetto di impossibilità, che garantisce dunque la libertà di poter sperimentare una serie infinita di possibilità. Il suo atto costitutivo è un'accettazione libera di regole, nessuno è dunque costretto a parteciparvi o a condividerle, poste per guidare l'esperienza verso risultati che sono sempre incerti e che non producono mai beni materiali. (Callois, 1958)

Il gioco può dunque prendere vita solo in situazioni confortevoli: il cerchio magico è infatti uno spazio di sicurezza in cui poter esplorare, riconsiderare, ritrattare e stravolgere concetti e paradigmi apparentemente irrisolvibili senza il timore di sbagliare o di venire giudicati. Questo permette di catalizzare l'interesse di chi partecipa verso il problema, ma senza dover sacrificare la propria soggettività, che anzi, viene sfruttata nella creazione di nuovi sistemi affettivi e relazionali. In sostanza, il gioco non serve per insegnare o formare esperti, ma si presenta piuttosto come uno spazio costruito ad hoc per la risoluzione dei problemi (Flanagan, 2009). [SCHEMA 4.1]

Guardando il cerchio magico dal suo interno, Abt (1970) individua le dinamiche relazionali che si instaurano tra i giocatori: al fine di raggiungere degli obiettivi, due o più individui sono portati da una parte a prendere delle decisioni indipendentemente l'uno dall'altro, mentre dall'altra sono obbligati dalle regole ad interagire tra loro, sia solo per fini strategici (come valutare le mosse dell'altro per costruirsi un piano d'azione) che per fini strutturali del gioco (come comunicare con gli altri per fare indovinare qualcosa). Ma la riflessione di Abt non si ferma qui: la funzione di queste regole, infatti, non è solo quella di dare indicazione di come devono svolgersi ed evolversi le relazioni interpersonali tra i giocatori, ma vengono soprattutto sancite per creare obiettivi che appaiono accessibili ma le cui possibilità di raggiungimento sono limitate. Da questo punto di vista, si può riconsiderare il gioco e identificare la spinta ludica come quella volontà innata degli esseri umani di superare ostacoli anche quando questi non sono necessari alla sopravvivenza. Il

" I MURI DI  
MATTONI  
SONO LÌ PER  
FERMARE LE  
PERSONE CHE  
NON HANNO  
ABBASTANZA  
VOGLIA DI  
SUPERARLI "

Randy Pausch (2008, pag. 33)



gioco è dunque un esercizio volontario di controllo su sistemi in cui vigono costanti conflitti tra poteri diversi che devono essere risolti rompendo degli equilibri facendo in modo che una parte prevalga sull'altra, giungendo per primi alla soluzione, qualsiasi essa sia.

Secondo Brian Sutton-Smith (1997) il motivo per cui si gioca, e dunque si ricerca una situazione di attività emotiva conflittuale, è la ricerca di una fuga emozionante dalla realtà verso luoghi protetti in cui compiere, divertendosi, esperienze amplificate di piccole sezioni della realtà dalle quali è possibile imparare con creatività norme sociali, culturali ed emotive. Più nello specifico,



[SCHEMA 4.2] gioco come interazione e trasformazione dell'archetipo in cliché



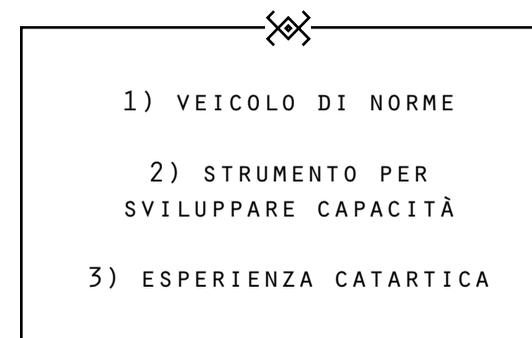
L'antropologo individua quattro diversi tipi di esperienze sperimentabili nel gioco, alle quali corrispondono diversi risultati e diversi processi necessari al raggiungimento degli obiettivi: quelli che hanno come fine l'apprendimento di qualcosa, quelli che stimolano la fantasia (come i giochi di *storytelling*), quelli che aiutano a formare il concetto di identità (come ad esempio i giochi di genere) ed infine quelli che stimolano il conflitto tra poteri (cioè giochi in cui la competizione arriva a livelli di aggressività molto alti come ad esempio i giochi fisici). [SCHEMA 4.2]

Per concludere, riassumo ciò che operativamente caratterizza i giochi riproponendo la definizione che ne dà Crawford (1984). Questi sono formati da quattro elementi portanti: la rappresentazione, come semplificazione soggettiva della realtà in un contesto chiuso, completo ed autosufficiente; l'interazione di più soggetti che, giocando, generano cause e ne osservano/subiscono gli effetti; il conflitto, che scaturisce dall'interazione dei giocatori per raggiungere gli obiettivi; e la sicurezza nella sperimentazione del conflitto perché fittizio e avente luogo in uno spazio extra reale.

#### 4.2 LE FUNZIONI DEL GIOCO

Tramite canali alternativi a quelli canonici dell'istruzione, giocare aiuta a sviluppare capacità logiche come quelle matematiche, ma aiuta anche a migliorare la capacità di leggere e scrivere, provocando consistenti impatti positivi sulla psicologia umana. Il fatto che non ci si accorga di stare imparando, infatti, rende il processo più facile perché non costrittivo ed aiuta di riflesso ad allenare la propria creatività, comportamento che come si è visto è molto importante nella società attuale. Così come l'ambiente narrativo più classico, si è visto che il gioco prende vita all'interno di un contesto separato dalla realtà in cui l'apprendimento è veicolato da una sorta di catarsi.

Quanto appena detto è osservabile nelle esperienze di gioco che si hanno fin da giovane età: i bambini non solo esercitano e utilizzano concetti imparati precedentemente, ma tendono anche ad andare oltre agli stessi, modificandoli flessibilmente per adattarli alla situazione specifica in cui sono immersi. [SCHEMA 4.3]



[SCHEMA 4.3] gioco come insegnamento



Dal punto di vista sociologico, la funzione del gioco è dunque quella di razionalizzare in una forma ben definita funzioni sociali e comportamentali proprie di contesti di espressione e produzione totalmente diversi l'uno dall'altro. Sebbene possa sembrare che il gioco liberi forze che sono state addomesticate e imbrigliate da una

società estremamente razionale, il controllo e la limitazione della loro esperienza all'interno del cerchio magico fanno sì che queste evitino la standardizzazione aiutando lo sviluppo di nuovi paradigmi culturali e sociali. Un problema sottolineato dai sociologi è, tuttavia, quello della standardizzazione stessa dei sistemi di gioco: il crescente interesse verso tutto ciò che si classifica come bene d'intrattenimento, infatti, ha fatto dei giochi dei veri e propri oggetti di consumo, tali per cui il divertimento non è più una conseguenza dell'attività di gioco ma piuttosto un tipo di attività vera e propria. Questa logica economica è quindi del tutto controproducente: se da una parte garantisce una dignità allo studio dei giochi, dall'altra li svilisce soggiogandoli alle regole del mercato, comportando la creazione di giochi poco strutturati e tutti molto simili.

D'altra parte, però, i giochi, come le forme d'arte, sono altamente influenzati dal periodo storico in cui questi vengono progettati, ed è quindi molto importante che ne riflettano e diano soluzione ai bisogni più pressanti e sentiti. Questa considerazione aiuta allora a separare in due categorie opposte i giochi contemporanei: quelli progettati per avere delle conseguenze sui vari gruppi sociali, che hanno come conseguenza l'intrattenimento, e quelli progettati apposta per divertire, che essendo privi della riflessione costruttiva sulle loro funzioni, finiscono per essere puri oggetti commerciali che spesso ribadiscono quella visione appiattita e anestetizzata del mondo proposta dai mass media.

I giochi del primo tipo sono anche definiti da Flanagan (2009) "giochi sovversivi", cioè capaci di influenzare attivamente le sorti di un'epoca. La sovversione secondo Toni Negri (2000) è infatti un gesto produttivo e creativo e non, come spesso viene imposto, distruttivo, ed il suo campo d'azione non si limita alla contestazione politica, ma è molto più allargato e può essere applicabile a tutti quei contesti in cui si percepiscono delle mancanze: sovvertire significa infatti uscire dalle regole e dagli schemi predefiniti per trovare delle soluzioni nuove a dei vecchi problemi come a problemi che non hanno ancora solu-

zione. Questa situazione implica naturalmente un conflitto, perché imporre qualcosa di nuovo in un contesto in cui qualcos'altro è già radicato significa mettere in discussione il vecchio paradigma, distruggerlo e motivare la validità di quello nuovo.

Come è stato già più volte ripetuto, i giochi sono tutti sistemi di confronto per fingere conflitti, e si configurano dunque gli strumenti per eccellenza della sovversione. Come eccellentemente scritto da Alex Randolph in *Homo Ordinator* (2002), infatti, immersi nella dinamica di gioco, “senza pericolo, e abbastanza certi che non ci capiterà nulla di spiacevole, possiamo combatterci, o piuttosto simulare di farlo, sperando sempre, naturalmente, di cavarcela al meglio, e allo stesso tempo di soddisfare due nostri profondi e contraddittori stimoli sociali: l'uno di stare insieme e l'altro di confrontarci.”

#### 4.3 LA COSTRUZIONE DI SIGNIFICATI

Secondo l'antropologo Carl Geertz (1987), la cultura consiste proprio in ragnatele di significati da interpretarsi secondo le leggi della semiotica.

I giochi, come media culturali ed espressivi che si presentano sotto forma di istanze di scenari artificiali in cui si sviluppa un'esperienza, devono dunque essere analizzati anche da questo punto di vista. Non solo la loro rappresentazione oggettiva, ma anche le loro regole, i loro codici di condotta e i vari processi e le varie tipologie di costruzione di contesti, hanno significati e simboli specifici che si intrecciano e si mescolano per formare dei sistemi molto complessi e multiformi. È necessario, allora, chiarire alcuni concetti fondamentali. Il significato e la consistenza delle cose sono prerogative fondamentali per le interazioni umane, senza di essi non esisterebbe ricerca, e di conseguenza nemmeno conoscenza e scambio reciproco. Formalmente, l'interpretazione di questi è compiuta dalla semiotica, mentre operativamente, questi vengono studiati e confezionati dalla progettazione, o design, il cui scopo è, appunto, quello di creare significati. I

“L'UOMO È  
UN ANIMALE  
SOSPESO FRA  
RAGNATELE  
DI SIGNIFICATI  
CHE  
EGLI STESSO  
HA TESSUTO”

Carl Geertz (1987, pag. 93)



significati, infatti, non sono altro che interpretazioni mediate dai diversi contesti e dalle diverse convenzioni culturali di una serie di segni, cioè rappresentazioni di qualcos'altro. Si nota subito, quindi, quanto l'interpretazione, seppur soggettiva, sia in realtà influenzata da elementi del tutto oggettivi che si accorpano per formare sistemi. Questi, infatti, per essere tali devono comprendere, all'interno di un contesto, degli elementi variabili (oggetti) che sono in relazione l'uno con l'altro secondo una serie di attributi di qualità propri del sistema, tra cui il grado di apertura verso l'esterno. Come sottolinea A.R. Luria (1932) “ogni sistema simbolico può essere un mezzo potente di organizzazione delle emozioni. Ciò è provato dal ruolo che i sistemi simbolici hanno svolto, come immagini, nella storia della cultura; essi sono connessi con le emozioni e

sono ampiamente impiegati nell'arte, nel teatro ecc per organizzare le emozioni”

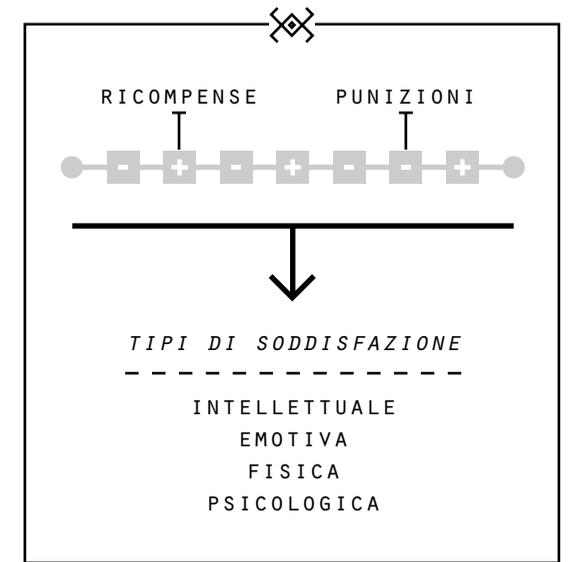
Da questo punto di vista, quasi tutto è considerabile oggi un sistema, e questa grande diversità e variabilità ne rende di difficile la classificazione. Se questi, poi, sono complessi, ovvero formati da una serie di sistemi diversi, la categorizzazione diventa ancora più ardua: a seconda del punto di vista da cui li si analizza, infatti, questi possono essere alternativamente aperti o chiusi. Se si considera, ad esempio, il gioco come sistema, è subito chiaro che la stessa cosa, con la stessa struttura e le stesse regole (che ne delineano quindi un contesto), muta se guardata sotto luci diverse, quali ad esempio quella del sistema formale che ne sottostà, o quella del contesto culturale a cui si riferisce; questa proprietà rende il gioco uno strumento molto duttile ma anche molto controllabile.

#### 4.4 IL PIACERE COME MOTIVAZIONE

I significati del termine “intrattenimento” utili per capire il significato sociologico del gioco sono due. Il primo è quello che indica l'intrattenimento come quel piacere che i giocatori provano come conseguenza del gioco, mentre il secondo vede nell'intrattenimento una vera e propria attività indipendente. Come è stato già detto, ai fini di questa ricerca interessa la prima accezione.

Il piacere è ciò che motiva le persone ad avvicinarsi ad un gioco, per continuare a giocare e a ripetere eventualmente l'esperienza. Il piacere deriva da una soddisfazione che può essere di varia natura (fisica, emotiva, psicologica o intellettuale), generata da una serie strutturata di ricompense e punizioni distribuite su tutto l'arco dell'esperienza. Fondamentale, in questo processo, è l'esperienza della frustrazione: la sfida tra gli opposti, infatti, acuisce la percezione finale di piacere.

Ne “La realtà in gioco”, Jane McGonigall sostiene che i giochi soddisfano esigenze umane genuine (che permangono nonostante i cambiamenti culturali, sociali, ecc) che la realtà non riesce a soddisfare e sono dunque delle occasioni grazie



[SCHEMA 4.4] il piacere in qualsiasi sua forma è generato dalla tensione tra soddisfazione e frustrazione



a cui la si può evadere. Questa fuga si costituisce già da subito, quindi, come dotata di scopo: da una parte i giochi fanno sentire l'individuo che ne è all'interno un senso di potere e struttura che può mancare all'esterno, soprattutto in situazioni caotiche o in momenti in cui ci si sente impotenti; dall'altra, i giochi si caratterizzano per essere coinvolgenti laddove la realtà spesso non lo è. Mentre si gioca, inoltre, si vivono le proprie capacità in maniera ottimistica (al contrario di ciò che spesso accade nella vita di tutti i giorni) e si è spinti, di conseguenza, ad utilizzarle tramite l'azione concentrata delle proprie energie verso qualcosa in cui si è bravi e si trova personalmente divertente o appagante. Questo processo che rende momentaneamente felici, è però del tutto simile al processo sperimentato quando si lavora: ecco allora come il gioco sia un vero e proprio lavoro che, scelto indipendentemente da altri vincoli e dunque auto imposto e totalmente controllabile, provoca felicità. Sutton-Smith (1997, pag. 198) affermando che “l'opposto del gioco non è il lavoro ma la depressione” pone l'accento sulla questione: sono l'attività e la sfida a rendere inte-

“L'OPPOSTO DEL GIOCO NON È IL LAVORO MA LA DEPRESSIONE”

Brian Sutton-Smith (1997, pag. 198)



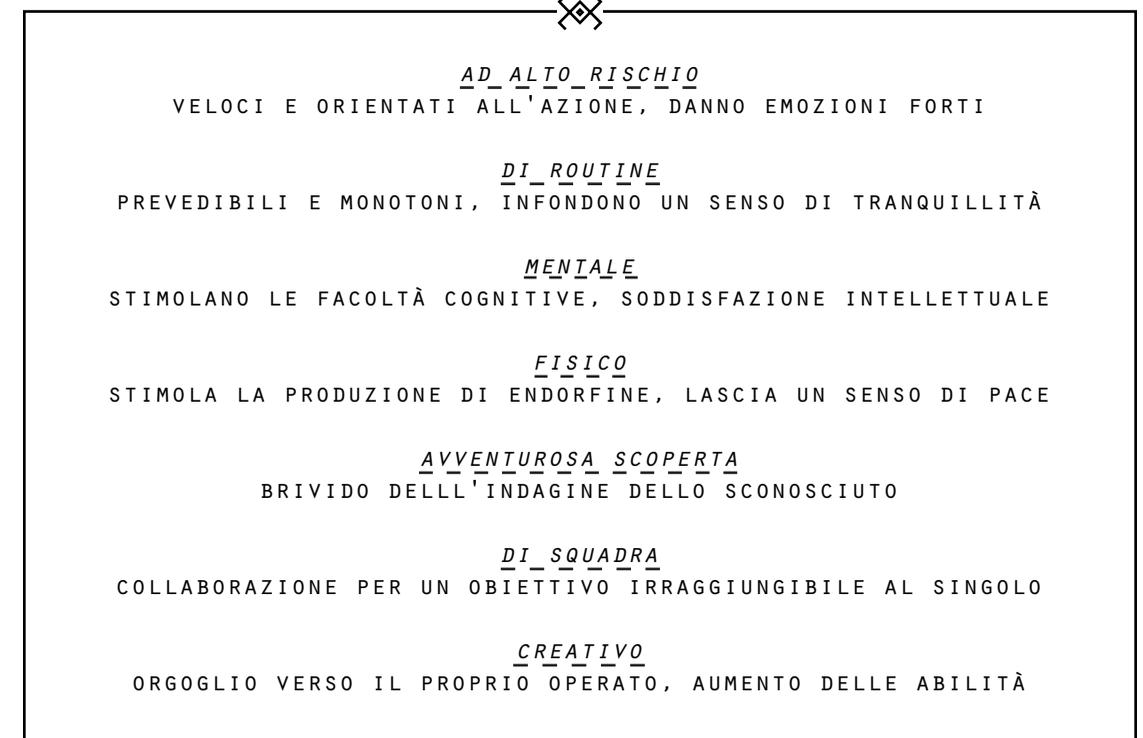
ressati e costruttive le esperienze ludiche e lavorative, al cui opposto si pone dunque la noia dell'inattività. Oggi la maggior parte delle persone tende a considerare il lavoro come un dovere negativo ed obbligatorio perché non hanno trovato un mestiere che le stimoli e che si adatti a loro, e quindi non possono condividere la similitudine gioco-lavoro. Per facilitare la sua comprensione si devono inserire nell'equazione due elementi centrali: gli hobby e gli sport, ovvero attività più o meno lavorative che tutti

identificano come auto imposte. Sebbene questi condividano caratteristiche diverse con il lavoro e il gioco, non possono comunque identificarsi né con l'uno né con l'altro. Hobby è qualcosa che si fa volontariamente e per piacere, come i giochi, ma si inserisce in un altro contesto, che è quello del lavoro, in quanto culturalmente un hobby non è altro che una qualsiasi attività ricreativa che ricalca mestieri e abitudini che non rientrano nel proprio ambito lavorativo o nel proprio tempo, come possono essere il giardinaggio o la costruzione di oggetti artigianali. Gli sport si configurano similmente, ponendo però l'accento sull'azione fisica e ginnica: la corsa, ma anche sport più codificati come la pallacanestro prendono vita all'interno di un contesto regolamentato rigidamente e hanno funzioni sociali, ma non ricoprono invece alcuna funzione culturale. Si spara o s'intrappolano animali per rivivere il piacere e la

vanità che provavano i cacciatori quando cacciare era ancora un'attività necessaria alla sopravvivenza umana, così come scalare una montagna rappresenta una sfida a sé stessi nei confronti della natura. Non è escluso, naturalmente, che grazie alla pratica degli sport scaturiscano negli individui riflessioni culturalmente importanti, ma queste non sono necessarie e si sviluppano di conseguenza solo in certi individui.

Nonostante esistano altre forme d'intrattenimento e divertimento socialmente più accettate rispetto al gioco, questo rimane comunque una delle prerogative umane, in quanto in grado di fornire all'uomo un divertimento robusto. L'intrattenimento leggero, che può essere per esempio quello derivante dal guardare la televisione, permette di invertire un eventuale stato di negatività, ma che presto si tramuta in noia, non essendo in grado di fornire il necessario numero di stimoli. Il divertimento robusto, al contrario, consiste nello sperimentare uno stress positivo auto generato che come conseguenza stimola, attiva, tonifica, motiva e coinvolge, generando così un senso di fierezza che è una delle emozioni più primitive e che causa nel cervello picchi neurochimici molto potenti che provocano uno stato di soddisfazione totale che fa sentire gli individui in grado di dominare la realtà, ed è quindi l'emozione che tutti aspirano a provare il più spesso possibile.

Da queste considerazioni, ritengo sia importante sottolineare la strettissima connessione tra lavoro e piacere grazie alla quale è possibile, nonché molto utile, suddividere i giochi in categorie definite in base ai diversi tipi di lavoro che essi richiedono, ad ognuna delle quali corrisponderà un target diverso costituito da gruppi di persone che condividono diversi interessi a cui naturalmente corrispondono diversi tipi di divertimento. La prima tipologia comprende i giochi che prevedono un lavoro ad alto rischio, e sono dunque veloci e orientati all'azione, che elettrizzano perché le probabilità di fallire sono molto alte, come ad esempio gli sparatutto e piaceranno a quelle persone che trovano diletto in attività semi automatiche e dall'alta concentrazione di emozioni forti, come ad esempio i maschi adolescenti. La seconda prevede un lavoro di routine, sono quindi giochi prevedibili, monotoni e che infondono un senso di tranquillità produttiva,



[SCHEMA 4.5] tipologie di lavoro nel gioco ed effetti nei giocatori



come ad esempio Farmville, e piaceranno a chi nel gioco cerca un momento di piattezza emozionale o di svago estemporaneo in una situazione già noiosa. La terza comprende tutti quei giochi che stimolano le facoltà cognitive e prevedono dunque un lavoro mentale, come ad esempio i rompicapi ed i puzzle, e piaceranno a persone di cultura medio alta che trovano svago in attività intellettuali [NOTA 4.1]. La quarta tipologia è quella del lavoro fisico, piacevole perché stimola la produzione di endorfine e spesso fa esaurire ogni energia lasciando un senso di pace, come ad esempio l'hockey da tavolo, apprezzati per lo più da chi nel gioco cerca uno sfogo fisico. La quinta tipologia prevede l'analisi e l'indagine dello sconosciuto, richiedendo un lavoro di avventurosa scoperta, come ad esempio Cluedo o Monkey Island. La sesta è quella che comprende tutti i giochi squadra, ovvero sistemi in cui tutti collaborano e cooperano per raggiungere lo stesso obiettivo e ogni giocatore ha un ruolo specifico che assume importanza se visto da una prospettiva d'insieme, come ad esempio World of Warcraft. Infine ci sono i giochi che prevedono un lavoro creativo giocando ai quali è richiesto di prendere decisioni significative che stimolano un senso d'orgoglio verso il proprio operato e che lasciano una sensazione finale di aver affinato le proprie abilità, come ad esempio il Pictionary, apprezzati particolarmente da chi ama mettersi alla prova in maniera semiseria.

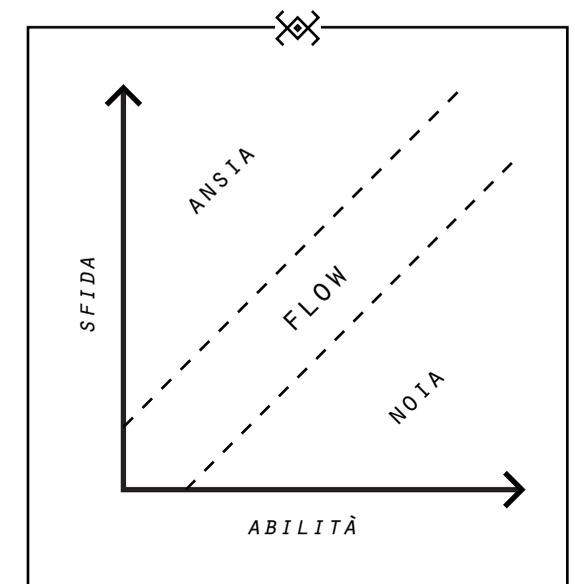
#### 4.4.1 LA RIPETIZIONE DELL'ESPERIENZA

Finora è stato spiegato cosa sia l'intrattenimento e come lo si possa collegare alla tematica del gioco, ma non sono ancora state esplorate le dinamiche che spieghino come questi siano in grado di generarlo. Una cosa è certa, per continuare un'esperienza di gioco e ripeterla ancora in momenti successivi, serve che questa intrattenga e continui a farlo anche dopo il primo assaggio che se ne fa. La reiterazione non è, infatti, controproducente perché l'intrattenimento è un tipo di piacere strutturale ed esperienziale che può derivare anche da un'attività limitata e ripetitiva. Affinché i giocatori sfruttino al meglio le potenzialità del gioco, devono provarlo e riprovarlo, perché è solo tramite l'esercizio e la ripetizione che s'impara a padroneggiare qualcosa. La ridondanza ha infatti almeno due funzioni nei processi di apprendimento: l'insistere su un concetto ed il chiarirlo. Questo è molto importante perché il gioco in generale, così come l'allenamento

che intendo strutturare sono due tipi di attività che nascono per veicolare insegnamenti. L'insistenza, sotto forma di ripetizione, è una strategia retorica molto comune che, se ben usata, porta a una migliore memorizzazione delle informazioni e a una gerarchizzazione dei messaggi. Per evitare, però, che questi stufino, con la conseguente chiusura di chi deve percepirli, o che vengano sempre per lo stesso motivo ricordati nella loro accezione negativa, devono essere presentati in maniera sempre diversa, usando anche codici di volta in volta differenti. (Frascara, 2004) La ripetizione di un'esperienza di gioco è dovuta da una parte dal ricordo positivo dell'esperienza già fatta, dall'altra invece si ottiene promettendo e soddisfacendo la necessità della reiterazione di un comportamento sempre diversa. Le attività ripetitive generano un piacere strutturale: ogni volta che l'esperienza viene riproposta, infatti, si ha la percezione di dominarla perché già vista o vissuta, ma il non cambiamento genererebbe noia, se non che, se ogni volta che si rigioca c'è qualcosa di diverso, il giocatore è da una parte sempre più abile a dominare le regole e a raggiungere gli obiettivi preposti, ma dall'altra il processo per raggiungerli cambia sempre, portando a un costante rinnovamento e sorpresa.

“L'incertezza” è infatti “l'essenza del nostro godimento in un gioco, è ciò che rende il gioco irripetibile, mai due volte lo stesso. Questo è a volte indicato con il termine di suspense, il timore di qualcosa di imminente. Questa sensazione è anche tipica della narrazione, ma in questo caso può essere goduta una volta soltanto: la seconda volta che si legge qualcosa sarà anche possibile goderne di più, ma nulla impedirà di sapere già come questa andrà a finire, mentre nel gioco ogni volta non si sa cosa succederà” (Alex Randolph, 2002, pag 104)

Per comprendere come la ripetizione è resa interessante in un gioco, bisogna in primo luogo sottolineare il ruolo delle regole in questa equazione: secondo Vygotsky (1966) i giocatori le accettano non per restringere e limitare il piacere ma per massimizzarlo perché la soddisfazione che scaturisce da un'attività complessa è molto più grande di una soddisfazione immediata, non sudata e percepita come dovuta o addirittura immeritata. Il picco di questo tipo di piacere è chiamato *flow* (Csikszentmihalyi, 1990), ed è quello stato “estatico” che un giocatore raggiunge giocando al massimo delle sue potenzialità, instaurando quindi una relazione col gioco al massimo del suo possibile coinvolgimento. Questa condizione genera uno stato psicologico ed emozionale di felicità partecipata grazie alla sensazione di essere in totale controllo delle proprie azioni e della situazione. Ci sono, oltre al gioco, altre circostanze nella vita nelle quali si prova questa sensazione, come quando si percepisce la necessità di mettere qualcosa per iscritto, o ci si sente sul punto di risolvere un problema, o quando si è totalmente immersi nella lettura, ma queste sono tutte esperienze individuali e derivanti da attività molto specifiche e concentrate, mentre quello derivante dai giochi è prodotto da una sfida che coinvolge i giocatori su molteplici fronti contemporaneamente. I giochi sono, come già detto, attività di sfida dagli obiettivi chiari e con sistemi di feedback grati-



[SCHEMA 4.6] condizioni per lo sviluppo del flow

“ LO STESSO,  
DI NUOVO ”

James Joyce (1999, pag. 71)



[NOTA 4.1] I giornali di enigmistica sono un esempio di come i giochi mentali, di solito destinati e recepiti principalmente da un pubblico acculturato possano essere apprezzati da un target più che mai mainstream. Il primo di questi giornali ad essere pubblicato è La Settimana Enigmistica, che da più di cinquanta anni è una delle riviste più vendute in Italia. Le considerazioni da fare sono però due: da una parte, la stragrande maggioranza di chi compra questi giornali si limita a completarne i cruciverba e giochi simili come le parole crittografate e tralascia i rompicapi più difficili (a parte naturalmente quelli a premio!). Per questo motivo molti giornali di enigmistica si limitano a proporre esclusivamente parole crociate. Inoltre, come suggerito dal linguista ed enigmista Stefano Bartezzaghi (nitro del libro parole improbabili), non è vero che è stato il pubblico ad “elevarsi intellettualmente” nel tempo verso questi giochi, ma è vero anzi il contrario. Si nota infatti un inaridimento e un forte abbassamento della qualità di questi giochi per adattarsi ad un pubblico più ampio che ha sempre meno cultura. Gli argomenti di cultura popolare presenti un tempo si limitavano a riferimenti cinematografici o di costume, mentre oggi il mondo della televisione, con i suoi gossip e le sue starlette è entrato di diritto tra gli argomenti delle definizioni.

ficanti che infondono un senso di controllo su situazioni che sono in realtà incerte, e sono quindi in grado di coinvolgere chi li gioca talmente tanto da provocarne uno “scollamento dalla realtà”. L'alto livello di concentrazione e la convergenza di azione e consapevolezza che si mantengono, provocano una totale immersione nel sistema di gioco, facendo perdere il senso del tempo e rendendo così assorti in quello che si sta facendo da renderlo molto spesso quasi automatico.

Dal punto di vista del designer, però, non basta progettare un gioco in modo che questo produca flow perché questo, in quanto attivazione emotiva subitanea, si presenta tramite un ciclo iperveloce di apprendimento e gratificazione, che provoca uno stato che non può perdurare. Mi spiego meglio. Csikszentmihalyi (1990) spiega che il flow (e quindi l'ipotetica esperienza ottimale di gioco) si progetta e prevede bilanciando difficoltà delle sfide che un gioco propone e le sue richieste di abilità verso il giocatore perché uno sbilanciamento di questi fattori provocherebbe noia o ansia. Chi progetta giochi sa che sicuramente uno di questi due stadi superaggunderà, e prepara perciò una serie di contromisure necessarie a riportare il giocatore nello stato precedente. L'esperienza di un flow costante costruita meccanicamente, però, porta ad un sovraffollamento di felicità, di cui si diventa dipendenti, facendone svalutare la consistenza e il valore e trasportando infine il giocatore in uno stato di noia permanente (relativamente, ovvio, allo spazio e all'esperienza di quel gioco specifico). Questo processo viene chiamato in psicologia positiva “adattamento edonico”, che è lo sviluppo di tolleranza verso tutto ciò che piace come conseguenza a gratificazioni estrinseche, che sono quelle che hanno come fonte qualcosa di esterno all'individuo e sono perciò consumabili. I giochi invece dovrebbero mirare al superaggundero nel giocatore dello stato di flow come conseguenza di attività autoteliche, che trovano cioè in sé la propria motivazione e ricompensa. Queste generano la resistenza edonica, che è una fonte di emozioni positive sempre rinnovabili perché generate da

gratificazioni intrinseche (lavoro soddisfacente, successo, connessione sociale e significato) e tramite cui è possibile prendere il controllo sulla qualità della propria vita disabituandosi ai piaceri di consumo e possesso.

In conclusione, “i giochi sono la quintessenza dell'attività autotelica, ci arricchiscono di gratificazioni intrinseche, ci impegnano attivamente in lavori soddisfacenti in cui abbiamo la possibilità di avere successo. Ci danno un modo estremamente strutturato di passare il tempo e di costruire legami con le persone che ci piacciono. E, se giochiamo a un gioco abbastanza lungo, con una rete di giocatori abbastanza grande, ci sentiamo parte di qualcosa di più grande di noi”. (Jane McGonigall, 2011, p.54)

#### 4.4.2 LE GRATIFICAZIONI INTRINSECHE

Nel paragrafo precedente sono state citate le gratificazioni intrinseche come fonte di emozioni positive e rinnovabili: è necessario quindi un breve excursus per capire cosa siano. Tutte le informazioni da me riportate sono desunte dalla loro trattazione più esaustiva da parte di Jane McGonigall nel libro "La realtà in gioco" (2011)

[SUCCESSO] Il successo è quella sensazione di potenza che, da una parte porta gli individui ad esibirsi in ciò che sono più bravi a fare e che, dall'altra, li spinge ad essere ottimisti e ad aspirare a raggiungere qualcosa di più. Questa speranza di successo è più forte del successo stesso perché il suo raggiungimento, che costituisce una vittoria, segna anche la fine del processo che vi ha portato, e quindi, nel caso dei giochi, del divertimento. Il fallimento invece può tonificare, se dosato, perché fa sviluppare una resistenza emotiva che rende capaci di continuare l'attività più a lungo, lavorare più duramente e affrontare sfide sempre più complesse, allenando quello che è risultato essere il vero carburante motivazionale delle persone: l'ottimismo flessibile, ovvero quella sensazione positiva che permane anche nei momenti

difficili e evita di cadere nello sconforto.

Nei giochi, secondo Koster (in McGonigall, 2011), il divertimento arriva dall'apprendistato, si passa infatti più tempo a fallire che ad avere successo, ma questo non fa che spronare i giocatori a migliorarsi costantemente. L'ottimismo è reso flessibile allora da una progettazione molto accurata di obiettivi e sistemi di feedback: i primi devono essere appropriati e modulabili a seconda delle nostre esigenze del momento, il secondo invece deve essere studiato in modo da riuscire a dare ricompense anche nel fallimento.

[LAVORO SODDISFACENTE] Un lavoro soddisfacente è un tipo di lavoro che richiede lo svolgimento di attività definite ed esigenti che mostrano l'impatto diretto del nostro impegno. La gratificazione che ne deriva è quella di una beata produttività, ovvero un senso d'immersione in un'attività che produce risultati immediati e ovvi, e tanto quanto essi sono più chiari e visibili, tanto più il risultato è soddisfacente, perché toccare con mano il risultato fornisce un immediato feedback riflettendo un senso positivo delle proprie capacità. I giochi sono in grado di produrla perché danno missioni chiare negli scopi e nelle modalità, garantendo la possibilità reale di un raggiungimento dell'obiettivo. Si prospettano dunque due scenari compresenti e contemporanei: quello della sicurezza dell'ottenibilità del risultato e quello dell'incertezza caratteristica dei modi e dei processi necessari ad arrivarci.

[CONNESSIONE SOCIALE] Condividere esperienze e costruire connessioni con gli altri giocatori è molto importante per lo sviluppo delle emozioni dirette verso gli altri, o prosociali (amore, compassione, devozione, ammirazione ...), che aiutano a costruire e rafforzare legami sociali. I giochi aiutano a sviluppare principalmente due di queste emozioni prosociali: l'imbarazzo felice e l'orgoglio per procura. Il primo fa leva sullo status dei giocatori che si stanno rapportando: il *trash talking* (o sfottò), intensifica la positività dell'esperienza di gioco perché l'insulto bonario può avere luogo solo in presenza di una rela-

zione di fiducia reciproca. Chi è momentaneamente in una posizione di superiorità (relativa) sa di essere in grado di ferire l'altra persona ma può di scegliere di non farlo, mentre chi è dall'altra parte ha una consapevolezza tale del contesto da accettare tranquillamente la propria posizione di vulnerabilità. Nel momento in cui scatta la presa in giro, allora, chi la fa si sente al contempo potente per la sua posizione privilegiata, ma anche grato perché l'altro glielo permette, e viceversa, chi viene preso in giro prova felicità per la sua benevolenza nei riguardi dell'altro.

L'orgoglio per procura si prova invece quando ha successo qualcuno a cui abbiamo insegnato qualcosa, “la felicità che ricaviamo dall'incoraggiare amici e parenti garantisce il nostro investimento personale nella crescita e nei risultati di altri. Ci incoraggia a contribuire al successo altrui e come risultato formiamo reti di sostegno da cui traggo beneficio tutte le persone coinvolte” (P. Ekman in McGonigall, 2011, p. 94).

Questo è un meccanismo assai ricorrente nell'ambito dei giochi: spesso infatti si viene introdotti da altri ad un gioco, altri che per forza sono già più abili di noi e che in un certo senso, ci insegnano a giocare.

[SIGNIFICATO] Quella del significato è un'emozione che rende gli individui consapevoli delle proprie possibilità di fare qualcosa di più grande di loro stessi. In generale, le attività che la provocano sono quelle in grado di infondere curiosità, stupore e meraviglia e che si collocano su dimensioni epiche perché perdurano al di là della vita individuale. Il piacere e la consistenza di questa emozione derivano dunque dalla realizzazione di stare facendo qualcosa che abbia importanza su una scala più ampia di quella individuale e che è perciò in grado di generare una sensazione di riverenza.

Partecipare alla stesura di un racconto collettivo, ad esempio, gratifica perché ci si mette in gioco, confrontandosi con se stessi e gli altri con la costante consapevolezza di stare partecipando alla creazione di un vero e proprio prodotto culturale che rimarrà nella storia e potrebbe influenzare o



Per riuscire dunque a coinvolgere i partecipanti alle attività di allenamento creativo in ambiti esterni a quello scientifico, inducendoli a ripetere l'esperienza con piacere e spirito di competizione il mezzo che ho dimostrato essere il migliore è quello del gioco, che è l'attività autotelica per eccellenza. Ora che ne ho definito i punti di forza, è possibile portare la mia trattazione su un piano più specifico. La creatività, la narrazione e il gioco, le cui comunanze sono finora state soltanto accennate, prenderanno vita e una forma più definita nel capitolo successivo, nel quale non solo verranno apertamente dichiarate, ma verranno già elaborate ed interpretate per giungere a delle conclusioni che guideranno, poi, il processo progettuale che mi porterà alla creazione di un sistema di gioco definito.

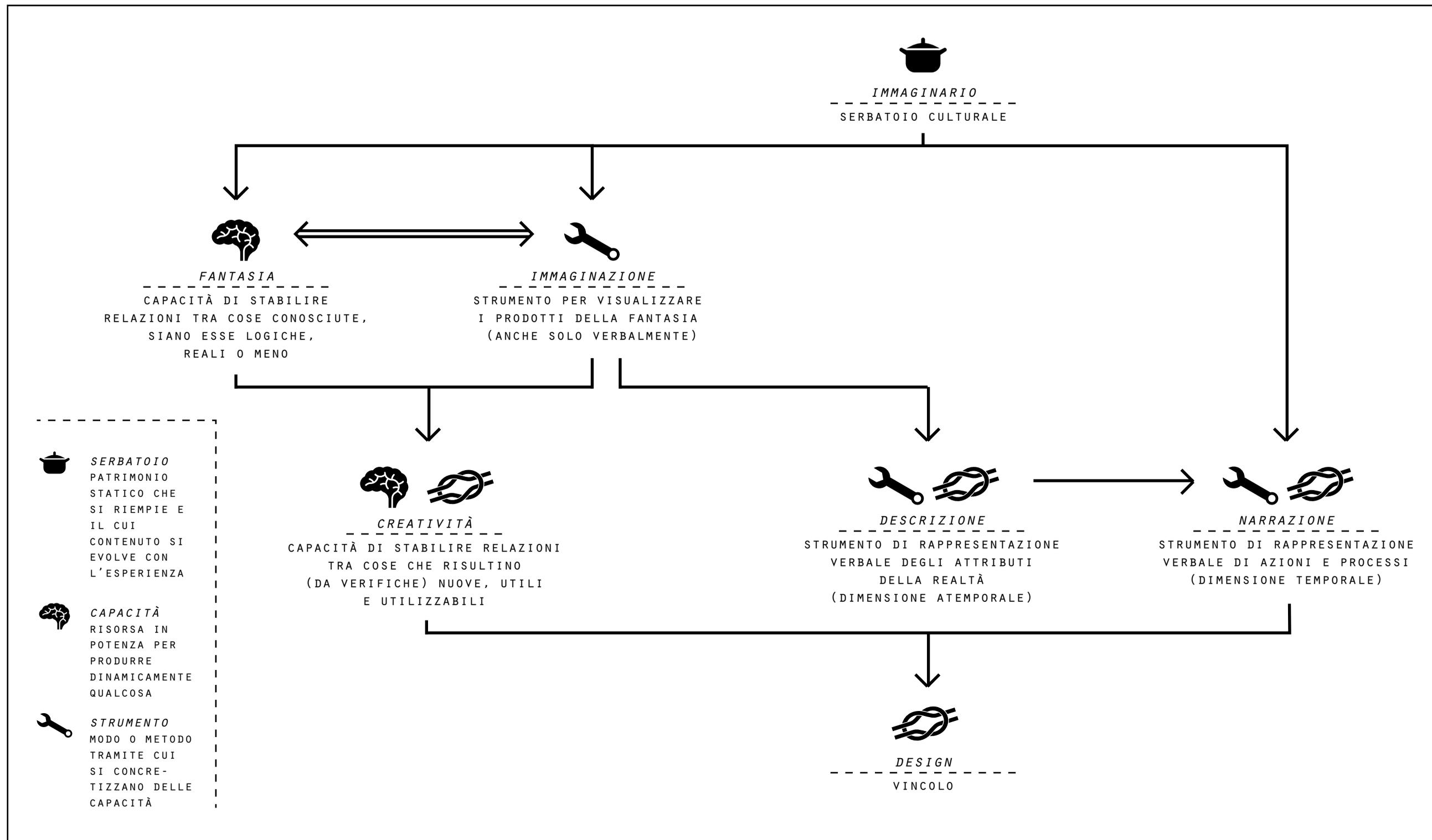
## 5. IL DESIGN

## IL DESIGN



La creatività, la narrazione e il gioco, le cui comunanze sono finora state soltanto accennate, prenderanno vita e una forma più definita in questo capitolo, in cui esse saranno elaborate ed interpretate per trasformarsi in vere e proprie linee guida per il processo progettuale che mi porterà alla creazione di un sistema di gioco definito. Tutte queste attività hanno in comune l'essere incentivate incredibilmente dalla presenza di vincoli.

[SCHEMA 5.1] Da questo punto di vista si palesa l'interesse che ha il design a proposito della questione: come disciplina del limite e della creatività, il design della comunicazione si presenta come lo strumento naturale per sviluppare un progetto di questa natura. Ogni progettista che si rispetti, però, pur partendo da forti basi teoriche, ha bisogno di derivare da queste del materiale da modellare e su cui lavorare. Ciò su cui io mi sono concentrata sono i luoghi comuni, sia per la loro natura malleabile sia per il loro utilizzo contemporaneo, che è prettamente di natura sociale.



[SCHEMA 5.1]

“LA CATEGORIA PIÙ VICINA AI GIOCHI È FORSE IL RACCONTARE STORIE: ANCHE LE STORIE SONO ORDINATE RIPRODUZIONI DELLA VITA, SCENARI ARTIFICIALI IN CUI SI FANNO ACCADERE LE COSE”

Alex Randolph (2002, p.103)

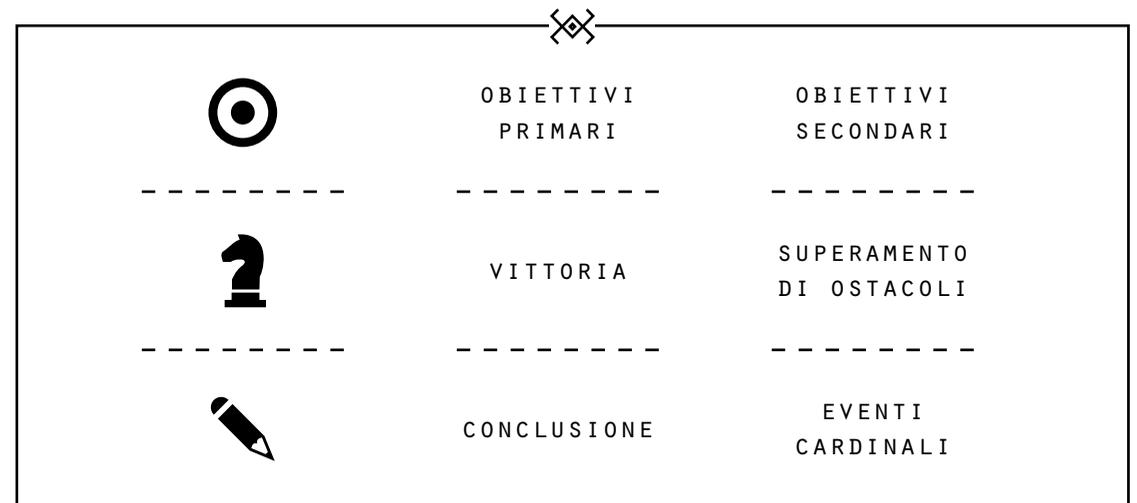


### 5.1 LA NARRAZIONE E IL GIOCO

Narrativa e gioco sono interconnessi perché, in primo luogo la narrativa è lo strumento principale di comunicazione occidentale, e viene usata in tutti i campi e contesti, compreso quello del gioco. Un esempio concreto di quanto appena detto è rappresentato dall'influenza dei tabloid nella percezione della realtà di tutti i giorni: i fatti e le notizie sono oggi trasformati in veri e propri racconti che ridisegnano il panorama sociale. Il gioco può infatti essere strutturato come una narrazione, perché i processi che entrambi implicano si basano su una serie di imprese il cui scopo è essere risolte: anche le non risoluzioni e i fallimenti costituiscono una soluzione in ambito narrativo perché ne stabiliscono una conclusione. Il raggiungimento degli obiettivi è infatti solo la conseguenza del superamento di situazioni di conflitto ed il bello, come già sottolineato, è il processo per arrivarvi. Nei giochi, questi obiettivi sono però di due tipi differenti: quelli primari, che corrispondono in ambito narrativo ai finali, e quelli intermedi, che corrispondono invece a quei punti fermi nello svolgimento di una storia che aiutano il lettore a tenere conto di tutti i cambiamenti e dettagli esplorati fino a quel momento.

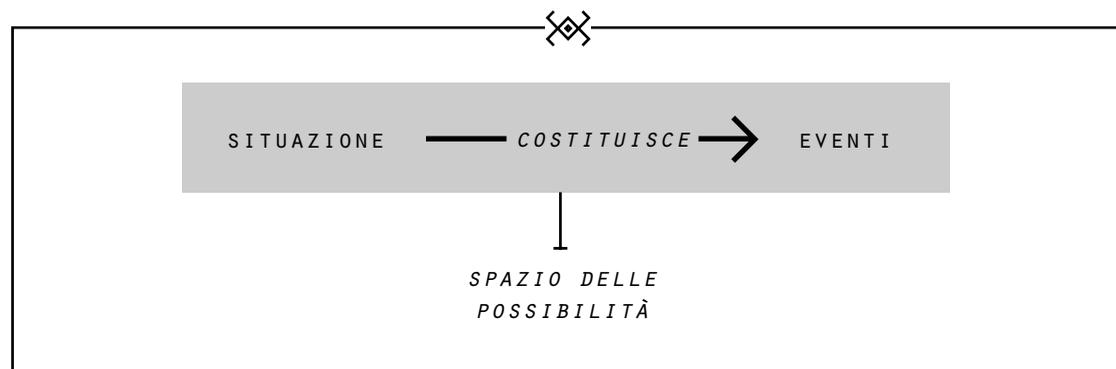
[SCHEMA 5.2]

Oltre alla struttura dinamica, anche la complessità, i meccanismi di partecipazione, il ritmo e il tipo di esperienza vissuta concorrono al rendere il gioco un'esperienza narrativa: spesso nei giochi la situazione e il contesto sono costruiti attorno ad una storia vera e propria, i cui elementi vengono traslati in elementi di gioco. Secondo Miller, infatti (in Salen e Zimmerman, 2004, pag. 380), entrambi gli ambiti sono caratterizzati dall'essere costituiti da una compresenza di situazioni, personaggi e forme. La situazione costituisce una serie di elementi in continuo cambiamento di stato ed evoluzione, gli eventi. Questo è perciò un vero e proprio spazio delle possibilità, un contesto costruito artificialmente in cui possono essere contenuti problemi interessanti le cui chance di risoluzione sono infinite per chi ne fruisce, a cui è consentita ogni tipo di risoluzione creativa di cui si possono sperimentare direttamente le conseguenze, senza che la sua vita reale venga intaccata o compromessa. Come già sottolineato, la libertà dalle convenzioni esterne favorisce l'instaurarsi di relazioni sociali e lo sviluppo di emozioni positive, ma è pur sempre tuttavia necessario che questo contesto venga creato in modo tale che gli utenti vi si sentano a proprio agio, stando attenti dunque alle qualità spaziali che lo caratterizzano. [SCHEMA 5.3]



[SCHEMA 5.2] il sistema di gioco è strutturato come il sistema della narrazione



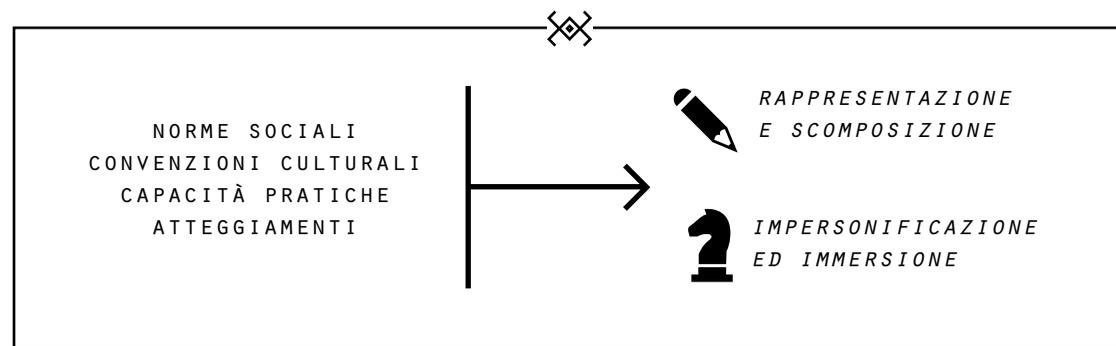


[SCHEMA 5.3] il gioco e la narrazione si sviluppano dalle stesse condizioni



L'interazione e la comunicazione costituiscono dunque il cuore di entrambi i sistemi; per Segre (in Marchese, 1983) il narrare è una realizzazione linguistica mediata avente lo scopo di comunicare a molteplici interlocutori una serie di avvenimenti, così da renderli partecipi estendendo il loro contesto pragmatico, così come nel gioco la sfida (sia questa tra persone, tra un individuo e un sistema o altro) propone un continuo scambio e un miglioramento progressivo delle proprie conoscenze e abilità. Così come la narrazione, il gioco permette la sperimentazione, l'impersonificazione e la manipolazione di ruoli, identità, costumi sociali, rituali della vita quotidiana e tradizionale: osservando i bambini giocare alla casa, a guardie e ladri, ma anche a giochi che prevedono l'utilizzo di artefatti

culturali e simbolici come ad esempio i Lego, si nota come essi riescano a sviluppare una profonda comprensione del sistema sociale in cui sono inseriti, e ciò li aiuta a crescere in individui in grado di inserirsi attivamente al suo interno. (Carlisle, 2009, "Psychology of Play as Human Activity") Entrambi nascono dunque per espletare la funzione di insegnamento di norme sociali e culturali, allo scopo di formare gli individui e di incoraggiarli a sviluppare determinate capacità e atteggiamenti. In entrambi i casi si fa esperienza, in contesti protetti di qualcosa di catartico: nella narrazione l'individuo trova una rappresentazione e la scomposizione della condizione umana che può per una volta vedere dall'alto, mentre nel gioco egli ha una visione trasversale del problema



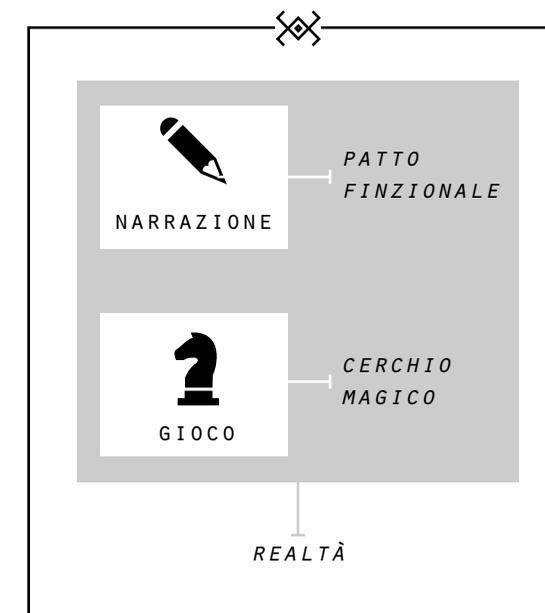
[SCHEMA 5.4] il gioco e la narrazione veicolano in maniera diversa gli stessi insegnamenti



perché ve ne è immerso, ma trovandosi in un contesto artificiale in cui solo parte delle costrizioni della realtà sono riprodotte, ha la possibilità di tentare un numero infinito di alternative. [SCHEMA 5.4]

Secondo Jerome Bruner (in Eco, 1994, p. 163), infatti, "la finzione narrativa ci offre la possibilità di esercitare senza limiti quella facoltà che noi usiamo sia per percepire il mondo che per ricostruire il passato. La finzione ha la stessa funzione del gioco. Giocando, il bambino apprende a vivere, perché simula situazioni in cui potrebbe trovarsi da adulto. E noi adulti, attraverso la finzione narrativa addestriamo la nostra capacità di dare ordine sia all'esperienza del presente sia a quella del passato". [SCHEMA 5.5]

Come manifestazione dell'homo ludens in tutte le età, l'azione del gioco può essere interpretata come un utile drenaggio di bisogni negativi o un metodo per sbarazzarsi della tensione provocata dall'accumulo di energie: questa visione, sebbene incompleta, offre un interessante spunto per una riflessione che abbia come presupposto il considerare il gioco un mezzo di catarsi. Questa non ha semplicemente funzione sociologica o psicologica, ma anche culturale, così come il teatro, che altro non è che una rappresentazione narrativa multisensoriale. Lo scopo della catarsi è quello di dissipare vecchi modelli ormai inutili e di proporre di nuovi tramite un'esperienza diretta ma distaccata del problema. Questa può infatti avvenire solo se il soggetto è riuscito a distaccarsi dalle emozioni passate che lo hanno fatto soffrire quel tanto che basta per diventare un osservatore partecipante del problema in questione. Secondo Gerald F Else, che fornisce un'interpretazione rivoluzionaria dell'argomento, però, il motore della catarsi non è lo spettatore, ma è da trovarsi negli eventi del dramma stesso e quindi nella sua sceneggiatura: il pubblico, osservando la ripetizione di gesti ed eventi, è così in grado di eliminare gradualmente alcune emozioni come la paura, la rabbia, l'insicurezza e l'alienazione. La catarsi è dunque un processo portato avanti lungo tutto il corso dell'esperienza tramite i suoi



[SCHEMA 5.5] il gioco e la narrazione esistono entrambi in particolari contesti extra reali



elementi strutturali e che è, come abbiamo visto, lo stesso che avviene quando si gioca. (Carlisle, 2009, "Psychology of Play as Human Activity") La catarsi, però, può solo avvenire all'interno di contesti chiusi e particolari, strutturati da codici precisi che limitano la rappresentazione della realtà. L'istituzione di questi contesti è dunque un altro importantissimo elemento comune tra gioco e narrativa: in primis, il lettore, come il giocatore, compie continuamente scelte, prefigurandosi i passaggi successivi del discorso, ed inoltre, entrambi stipulano un patto finzionale prima ancora che si inizi a leggere o a giocare, per stabilire una sospensione del giudizio e delimitare lo spazio della narrazione nel primo caso e formare il cerchio magico nel secondo. Queste operazioni hanno come finalità quella che Eco (1994) definisce "sospensione d'incredulità", cioè l'accettazione senza riserve di una realtà fittizia che emula parzialmente il mondo reale. Al centro di queste operazioni ci sono dunque l'interazione e la comunicazione: queste sono ormai convenzionali, e tutti le conoscono; sono

diventati automatismi, nessuno si sofferma a pensare alla sospensione del giudizio, perché ormai è diventata cosa scontata. Ma questo è molto importante perché quando una cosa diventa automatica e universale vuol dire che è riuscita a radicarsi nella cultura. Come sottolinea Alex Randolph (2002), infatti, nessuno si stupisce più, anzi, "il fascino dei giochi da tavolo è che si tratta di miniature (...) il che significa che li giochiamo con la nostra mente e non con i nostri corpi fisicamente. Senza la minima difficoltà accettiamo che un tavoliere rappresenti un campo di battaglia, o tutta l'Europa, o tutto un universo e dove noi, naturalmente non siamo noi stessi ma i nostri pezzi". Ecco dunque come il processo di astrazione simbolica e d'interpretazione dei segni sia fondamentale per accettare delle convenzioni che nel mondo reale sarebbero bislacche: così come si accetta di essere impersonati da un coniglietto di plastica, si accetta di immedesimarsi in una narrazione in una dama seicentesca o in un alieno mutaforma, e lo si fa così naturalmente e profondamente che la cosa non provoca scalpore.

## "LA FIN- ZIONE HA LA STESSA FUN- ZIONE DEL GIOCO"

Jerome Bruner (in Eco, 1994, p. 163)



### 5.2 IL RUOLO DEL DESIGN

Nonostante erroneamente il termine "design" venga percepito come una qualità degli oggetti dalla maggior parte delle persone, questo si riferisce piuttosto al percorso progettuale (e dunque intenzionale) che il progettista intraprende per arrivare ad una soluzione che comprenda una serie molto complessa di fattori specifici. Il designer si occupa infatti di progettare, programmare, coordinare risorse umane e tecniche, tradurre ciò che è astratto o nascosto in qualcosa di comprensibile e, soprattutto, di comunicare dei messaggi specifici a specifici settori di target, e per farlo egli è chiamato a dare dei giudizi, prendere decisioni coerenti e generare nuove forme di conoscenza. Come definito già nel 1979 da J. Mullender, allora direttore del Centre of Industrial Creation of France, il designer è dunque una guida e un consigliere che, avendo alle spalle un'estesa esperienza pratica, è in grado di supportare le persone ed i loro bisogni con analisi originali e creative ma comunque realiste e realizzabili.

Come già sottolineato, qualcosa per essere definito creativo deve riflettere in sé una serie di canoni, che sono dei veri e propri vincoli da rispettare: ecco dunque che la creatività nel design non ha nulla a che fare con l'espressione egocentrica e non mediata di sé, ma è chiaro come l'individuo che la utilizzi necessiti invece di obiettività e flessibilità per poter compiere le adeguate operazioni di analisi sul problema prima di affrontarlo.

Se dunque il design è lo stesso strumento del vincolo, è naturale che sia il mezzo tramite cui far combaciare narrazione e gioco che, come già dimostrato, proprio tramite l'istituzione di limiti sono in grado di produrre esperienze specifiche. L'obiettivo del designer è quello di progettare artefatti, situazioni o eventi dalla forma tangibile attraverso cui interagire col suo pubblico, il quale deve essere colpito dall'atto comunicativo nelle sue attitudini, comportamenti e conoscenze.

Il design permette di riportare, inoltre, nel contesto reale le due esperienze extra reali che si vivono immergendosi negli spazi narrativi o

ludici, perché il suo scopo è, parimenti, quello di instaurare nuove interazioni, modificare paradigmi, creare nuove convenzioni e modellare abitudini. Tutti e tre sono quindi strumenti di mediazione culturale; come contro prova, è facile notare come essi siano tutti soggetti alle condizioni del tempo in cui li si colloca: a seconda del periodo storico essi non cambiano solo formalmente, nel linguaggio e nei modi, ma anche funzionalmente. In quanto strumenti di sovversione, essi sono modellati in modo da raggiungere scopi sempre diversi il cui unico denominatore comune è il cambiamento.

#### 5.2.1 IL VINCOLO

Il vincolo di cui si è parlato finora è un vincolo la cui natura è manifesta: regole di forma, di delimitazione di campi di conoscenza e di comportamento, servono nella narrativa per costituire un discorso strutturato e dotato di senso e nel gioco per stabilire il cerchio magico e le sue convenzioni. Nel design, invece, il vincolo è un vero e proprio strumento utilizzato per sfruttare al massimo il proprio potenziale creativo, ma anche l'autore e il giocatore, come il designer, sono chiamati a ragionare criticamente e creativamente se vogliono produrre e avere esperienza di qualcosa d'insolito e più soddisfacente.

Più limiti e paletti si mettono al processo creativo, più le soluzioni trovate saranno originali e creative. Lasciate libere di fare quello che vogliono, le persone tendono infatti a ripercorrere strade già battute in passato che hanno già dimostrato di essere soddisfacenti: le soluzioni trovate sono, così, sicuramente di successo, ma non sorprendenti; prevedibili e affidabili, ma non innovative. Questo è un grosso problema in un momento in cui la novità è uno dei fattori fondamentali per fare arrivare gli artefatti e le idee appena nate alle persone, perché queste, bombardate costantemente da informazioni, notano ormai solo ciò che le sorprende, così com'è vero che non basta scrivere un buon romanzo perché questo diventi un best seller.

Calvino, in una conferenza del 1993, affermò a questo proposito che nella letteratura le regole che limitano la libertà creativa sono uno strumento fondamentale per stimolare lo scrittore, che per sua natura è già comunque soggetto ad una serie di vincoli determinati dal tipo di pubblico a cui si rivolge, alla grammatica e all'organizzazione strutturale, ed il modo in cui ogni singolo individuo vi risponde costituisce la sua propria peculiarità stilistica. Ad esempio, uno dei modi più comuni di trattare il materiale narrativo è quello di stravolgere la struttura narrativa tradizionale, che come si è visto è il percorso lineare tramite cui da un'introduzione si raggiunge una conclusione passando attraverso un climax, per riproporlo in ordine non cronologico ma secondo logiche derivanti da altri contesti.

Non tutti i limiti agiscono però nello stesso modo: quelli posti in contesti iper strutturati o adattati a problematiche che hanno una soluzione univoca, come ad esempio quelli che aiutano a memorizzare o a compiere dei calcoli arginano talmente tanto il problema che precludono ogni possibilità di sviare dal sentiero corretto e sono dunque veri e propri limiti che garantiscono il conformismo. Al contrario, i limiti dati ad un problema da risolversi con creatività funzionano in modo da portare il pensiero verso quelle che la psicologa Patricia Stokes (2006) chiama vere e proprie "illuminazioni". Secondo la dottoressa, questi agiscono sempre in un tandem in cui il primo elemento preclude la bassa varianza delle soluzioni, limitando la ricerca nell'ambito del convenzionale e conosciuto, mentre il secondo limite promuove la ricerca di soluzioni inaspettate e non convenzionali. Prendendo ad esempio il movimento Impressionista, Stokes nota come l'abolizione dei chiari scuri da parte di Monet abbia avuto come conseguenza l'impossibilità di definire pittoricamente forme definite, promuovendo invece l'utilizzo di una vasta palette di colori molto simili tra loro che morbidamente

interagiscono tra loro e mostrano come la luce complessivamente interagisce con le varie superfici in tutti i loro punti. Il problema da risolvere con creatività è, dunque, da affrontare sia strategicamente che strutturalmente: prima di tutto bisogna selezionare tra tante una coppia di limiti che precluda soluzioni scontate e diriga verso territori molto specifici ancora non esplorati. Tornando all'esempio, se Monet non avesse negato la rappresentazione classica di una natura caratterizzata da contrasti, non sarebbe nemmeno arrivato a concepire il suo nuovo metodo pittorico.



[IMMAGINE 5.1] padroneggiare vincoli e difficoltà aiuta lo sviluppo del pensiero creativo

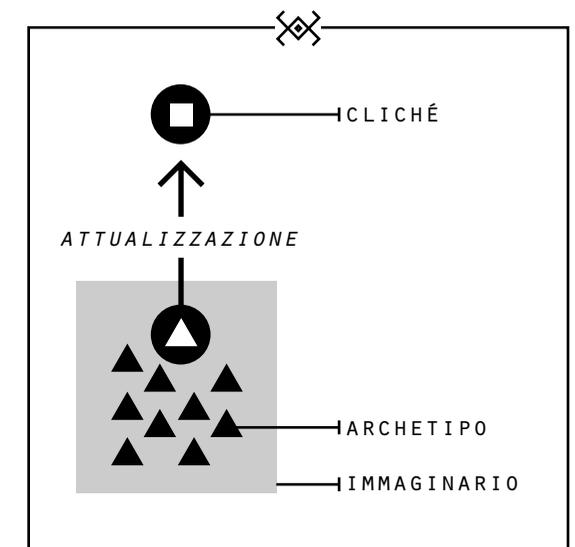
### 5.3 IL CLICHÉ

È fondamentale notare ora l'importanza che hanno i sistemi di rappresentazione (verbale, visivo, tattile ...) che si scelgono per comunicare e personificare gli eventi, tramite ad esempio la costituzione di personaggi o la formazione di pattern di comportamento. Per decidere quale nel mio caso possa essere la migliore da utilizzare e costruirne di conseguenza ad hoc gli strumenti, si dovrebbe dunque cercare di comprendere e aderire il più possibile all'immaginario che si suppone abbia l'insieme di utenti a cui ci si rivolge. Questo è però molto difficile e porta spesso ad un appiattimento eccessivo del target. Per un designer, conviene allora non scendere nella soggettività del singolo, per sfruttarne invece l'immaginario collettivo, che si manifesta, nelle sue espressioni più stereotipate, in cliché. In "Creatività e pensiero laterale", De Bono (1970) identifica i cliché come quei modelli grazie a cui si categorizza ed inscatola la propria esperienza passata, per interiorizzarla e impararne gli insegnamenti. Oltre ad essere riferiti all'elaborazione di idee, essi riguardano le idee stesse, alcune delle quali si assume (per motivazioni culturali, derivanti dall'esperienza, ...) siano valide sempre e comunque e che si modellano per adattarsi man mano ai tempi che cambiano. "È la continuità storica", come infatti sottolinea De Bono (1970, p. 89) "che conserva la maggior parte delle assunzioni, e non un giudizio ripetuto sulla loro validità". Il loro uso è dunque molto proficuo per la comunicazione con gli altri perché sono facili da comprendere e da riconoscere nell'ambiente anche se si manifestano solo parzialmente. Come sottolinea Alex Randolph (2002), "noi abbiamo questa facilità di concentrare la nostra attenzione: scegliamo un argomento che ci interessa, ne rimuoviamo ciò che non è essenziale, poi ri assembliamo ciò che rimane in un modello o sequenza che è nuovo e significa qualcosa". Le percezioni vengono strutturate dunque dalle recondite strutture ambientali della cultura in modelli, o cliché, che è in quanto tale un vero e proprio atto di consapevolezza.

Queste considerazioni sono tutti molto utili ed interessanti, ma peccano di superficialità. I termini "cliché", "pattern di comportamento", "modello" e così via, sono utilizzati in maniera interscambiabile, e spesso utilizzati in maniera errata al posto di concetti come quello di "stereotipo" o di "archetipo": per desumere informazioni utili è perciò necessario fare chiarezza in questa confusione.

#### 5.3.1 L'ARCHETIPO E IL CLICHÉ

I cliché sono forme arcaiche di organizzazione della conoscenza che risiedono nell'immaginario e che vengono utilizzati come sonde e modelli di paragone nel momento in cui ci si trovi in presenza di qualcosa di nuovo e sconosciuto che bisogna inquadrare: un cliché banale come "verde come l'erba" diventa ad esempio utile nel momento in cui si voglia fare una deduzione come "i pascoli che vedo lontani sono verdi, dunque d'erba". Il materiale da cui il cliché prende vita è l'archetipo che, come definito da Jung (1928), è una sorta di figura mitologica derivante dalla condensazione in formule di una serie di esperienze tipiche degli antenati. [SCHEMA 5.5]



[SCHEMA 5.6] trasformazione dell'archetipo in cliché

Gli archetipi sono dunque delle consapevolezze e delle conoscenze che derivano dall'esperienza passata dell'umanità e che vengono recuperati per formare un immaginario collettivo sul quale si basa la cultura. Il cliché non è altro che il prodotto attualizzato di questo recupero, che pertanto muta di volta in volta. Così, come i cliché sono incompatibili tra loro perché totalmente diversi o ormai anacronistici, gli archetipi sono molto coesi tra loro, perché quando si pesca nell'immaginario per recuperarne uno, se ne toccano ed evocano contemporaneamente una serie di altri.

Qualsiasi estensione della vita sensoriale umana, come ad esempio il cane o l'automobile, imprime numerosi cliché sul linguaggio, estendendone la gamma d'indagine. Tutti i mezzi di comunicazione sono cliché che servono ad allargare il raggio d'azione dell'uomo, i suoi moduli di associazione e consapevolezza. La loro funzione è quella di selezionare per l'uso un soggetto, una fattezza o, semplicemente, un dato, dall'immenso cumulo di rifiuti di materiale mitologico che è organizzato nella memoria secondo archetipi. Per compiere questa operazione si procede eliminando progressivamente enormi quantitativi di materiale archetipale inconscio: una mente ha, infatti molte logiche diverse, ma il cliché ne mette in risalto soltanto una alla volta, impedendo salti o passaggi dall'una all'altra. Quello che succede è, per fare un esempio concreto, quello che accade in continuazione nel campo dell'informazione: una storia che fa notizia è costruita in maniera sensazionale, convincente e narrativa solo se ne si sopprimono consciamente quasi tutti i materiali disponibili (quindi i dati, i diversi punti di vista ecc, che renderebbero consistente ed informativa e, perciò, noiosa la notizia) e se ne colorano i rimanenti con espedienti narrativi.

Così il cliché si rinnova costantemente, e aderisce sempre perfettamente al tempo in cui viene formato: d'altronde, le tecniche stesse con cui si conseguono delle innovazioni desiderabili distruggono la maggior parte delle realizzazioni

## " IL CLICHÉ ADERISCE SEMPRE PER- FETTAMENTE AL SUO TEMPO "



pre esistenti e richiedono una nuova creazione. "Il nuovo cliché e la nuova tecnologia recuperano gli archetipi insospettati dal negozio del rigattiere. Nuovi mezzi creano nuovi fini, allo stesso modo in cui nuovi servizi creano nuovi disagi" (McLuhan, 1970 p.34). I nuovi cliché o le nuove indagini e aree tecnologiche portano come risultato alla liquidazione e allo smantellamento dei precedenti cliché culturali e ambientali, creati da tecnologie precedenti. Tutte le favole e i racconti antichi sono in realtà la registrazione di momenti di progresso tecnico a cui gli antichi attribuivano lo status e il nome di un dio, ma Vico nella "Scienza Nuova" (1725) insisteva anche sul fatto che, quando si scriveva nei moduli del discorso e della sensibilità umana, gli effetti di tali conquiste erano registrati nei nuovi simboli. Vico, come Joyce, sottolinea che la nuova tecnologia non è aggiunta alla cultura, ma "rovina" tutte le società passate gettandole sul cumulo di rifiuti da cui poi solo successivamente, sotto forma archetipale, verranno recuperate per fare una conoscenza del passato o rimesse a nuovo tramite nuovi cliché.

L'esempio più concreto che si può fare di quanto appena detto è quello dell'uso dell'archetipo nel mondo dell'arte e della letteratura. In questi ambiti, è normale costruire personaggi e situazioni attorno a tipi preesistenti che sono già conosciuti e familiari al proprio ascoltatore, ma l'operazione dell'autore è quella di caratterizzarli e sofisticarli finché questi non assumono tratti peculiari o vere e proprie identità. Se questo non accade, la critica letteraria ritiene che un'opera scada nel cliché, nel senso che non si ritiene che l'autore sia stato in grado di creare qualcosa di nuovo da una radice antica e consolidata, ma abbia bensì semplicemente riesumato quest'ultima ammodernandola senza svilupparla con originalità.

Se però, come sostenuto da Partridge, il bando del cliché dall'attenzione seria è stato il gesto naturale dei letterati, si osserva però che alcune correnti moderne, come quella del Teatro dell'Assurdo, sono state in grado di utilizzarli creativamente.

Nel 1948, nel suo primo dramma "La cantatrice calva", Ionesco sfrutta i dialoghi stereotipati trovati nel manuale con cui stava imparando l'inglese per comporre una vera e propria tragedia del linguaggio. Questi cliché sono combinati fra loro fino a comporre un vero e proprio gergo che, venendo utilizzato dai personaggi in modo meccanico, fornisce una rappresentazione esemplare della disintegrazione e della perdita di senso riscontrata nella vita quotidiana. La scoperta del cliché da parte di Ionesco ha un grandissimo valore, perché dimostra come il linguaggio, portato ai suoi estremi della forma, perda ogni funzione comunicativa ed espressiva, diventando, secondo McLuhan, "una sostanza esotica secreta, in una specie di trance, da persone intercambiabili". Il linguaggio, tramite la sua formulazione spasmodica per via del cliché, si trasforma dunque in una sorta di plastilina modellabile in qualsiasi maniera, caricandosi di volta in volta di energie e significati diversi in base alla percezione collettiva. (McLuhan, 1970 p. 124)

Ecco allora dimostrato quanto scritto da Archer in "The Old Drama and the New" (1923), e cioè che il cliché è una forma molto più ricca e profonda di qualsiasi cosa che possa essere conseguita "dal realismo pittorico e dalle sfumature più delicate di chiaroscuro". La piatta icona è infatti portatrice di una molteplicità di significati contemporanei e contemporanei, mentre l'illusione prospettica tridimensionale necessariamente si specializza in una sfaccettatura alla volta, fornendo significati univoci.

## " L'ICONA NON È PIATTA MA È PORTA- TRICE IN REALTÀ DI MOLTEPLICI SIGNIFI- CATI "

McLuhan (1970 p. 124)



### 5.3.2 LO STEREOTIPO E IL LUOGO COMUNE

La corrente della psicologia cognitiva afferma che tutte le persone si servono di categorie circoscritte per dare un senso al mondo esteriore, ma che queste possono diventare uno strumento se estremizzate: in questo modo uno stereotipo, da utile diventa negativo. Il professor John Bargh della New York University sostiene che questo avviene a causa delle dinamiche di interazione tra l'interno e l'esterno di gruppi circoscritti: gli esseri umani, come d'altronde

## " LO STEREO- TIPO È UNA ROCCIA INSTA- BILE "

Elémire Zolla (1959, pag. 251)



gli altri animali sociali, hanno la necessità di sentirsi accettati ed inclusi nel gruppo a cui appartengono, ma siccome le strutture tradizionali, come quelle dei clan e dei villaggi, sono scomparse, l'identificazione dell'individuo moderno deve basarsi su categorie più ambigue e labili. Gli stereotipi sono infatti delle forme di cliché che servono a classificare gli individui non appartenenti al proprio gruppo d'appartenenza tramite l'appiattimento della loro diversità e la loro inclusione in categorie come ad esempio quella della razza, della nazionalità, della classe o dell'orientamento sessuale. Gli stereotipi, però, non sono un'invenzione culturale recente, ma, come i cliché, sono stati formati anticamente per uno scopo ben preciso: che siano veicolati da una singola parola o da un'espressione verbale, così come da un'immagine o da una combinazione delle due, i significati che essi portano hanno la proprietà di essere immediatamente compresi da tutti coloro che condividono lo stesso punto di vista. In un contesto complesso come quello contemporaneo, però, questa semplificazione può risultare pericolosa, perché banalizza e appiattisce concetti che sono molto più complessi e variegati rispetto a quelli che pote-

vano essere in passato; sono noti gli effetti che questi hanno se usati come strumenti di discriminazione nelle società moderna e contemporanea (Murphy, 2011). Come definito da Elémire Zolla in "Eclissi dell'intellettuale" (1959), "lo stereotipo è una roccia instabile; se la si alza rivela il marciume e i parassiti al di sotto. Si tratta di un Robinsonismo, ovvero di una deduzione che scaturisce da un'ipotesi di isolamento totale, applicata ad una realtà in cui non vi è isolamento."

Gli stereotipi sono dunque cristallizzazioni pre-costituite di cliché e sono, come è stato detto, relativamente inutili, ma comunque molto radicati nella contemporaneità (che paradossalmente viene caratterizzata dalla sua dinamicità).

Il motivo di quanto appena detto è spiegato dalla psicologa Margo Monteith, dell'università del Kentucky, che individua la formazione degli stereotipi entro i cinque anni d'età. Dal suo punto di vista, gli stereotipi si formano in base ai messaggi più o meno subliminali che la cultura fornisce, ma i bambini così piccoli sono ancora in fase di formazione delle abilità cognitive e nella maggior parte dei casi sono privi di esperienze dirette con cui confrontare gli stimoli esterni, che vengono dunque percepiti come si presentano e nello stesso modo ritenuti. Come teorizzato da James Ellud in "Propaganda", la vita totale di qualsiasi cultura tende ad essere una sorta di propaganda che è ambientale e invisibile, e tutti quelli che ve ne sono immersi, compresi dunque i bambini, ne assorbono in una maniera involontaria i precetti e li rielaborano in maniera personale più o meno mediata. I bambini in età prescolare non hanno però ancora la conoscenza e gli strumenti necessari per riconoscere archetipi e cliché autonomamente. Come nota McLuhan (1970, p.122), il sistema educativo è ancora ordinato in base al presupposto che non si possono avere una serie di informazioni finché lo studente non entra in classe. Come conseguenza, il bambino odierno, che vive in un ambiente sovraccarico d'informazione, si ritrova del tutto impreparato a elaborare criticamente gli input che riceve, e ne viene travolto. In questo modo, cliché e stereotipi indotti

si radicano nella mente e nella memoria dell'infante che, a seconda del contesto in cui vive, dell'educazione e dell'istruzione che riceve, sarà successivamente più o meno in grado di metterli in discussione.

Successiva a questo periodo è invece la formazione dei luoghi comuni, formule spesso confuse con gli stereotipi, che appartengono a gruppi più specifici e che sono delle rielaborazioni dei fatti più complesse e direzionate rispetto ad essi. Riferendosi ad eventi o a situazioni più particolareggiate, si formano in età più avanzata, quando l'individuo è già in grado di accettarne o meno la veridicità e la valenza. Inoltre, essendo veicolati da formule precise e spesso legate alla tradizione (sotto forma di proverbi, ad esempio), essi possono risultare criptici o incompleti, e dunque non assoluti, perché il messaggio ad essi sotteso ha la forma che aveva la narrazione originaria (Murphy, 2011).

I luoghi comuni sono definiti da Partridge nel suo "Dizionario del cliché" (1978) come quelle espressioni che sono diventate così trite da far sì che interlocutori attenti e scrittori scrupolosi rifuggano da esse perché ritengono che il loro sia un insulto all'intelligenza del pubblico. Questi possono prendere la forma di espressioni ridondanti, metafore che sono ora insensate, formule che sono diventate convenzionali, soprannomi che hanno perso tutta la loro freschezza e la maggior parte del loro significato, citazioni nauseabonde, detti, proverbi, modi di dire o espressioni straniere utilizzate come slogan.

Anch'essi, come gli stereotipi, sono opinioni e concetti la cui diffusione, ricorrenza o familiarità ne determinano l'ovvietà o l'immediata riconoscibilità, ma, a differenza di questi, queste espressioni popolari indicano una particolare capacità di comprendere a fondo i processi del cliché e dell'archetipo. Come esemplificato da McLuhan (1970, p. 113) "quando qualcuno si "monta la testa" è sottinteso che in precedenza costui non aveva una gran testa. La situazione nuova ha un tale effetto sulla situazione precedente da far sì che questa persona prenda se stessa molto più sul serio."

### 5.3.3 IL LUOGO COMUNE COME CONNETTORE SOCIALE

I luoghi comuni sono strettamente legati alla tradizione e si presentano come vere e proprie formalizzazioni narrative dei cliché e dunque, come detto in precedenza, dipendenti dal contesto in cui si collocano. Le forme più diffuse di luoghi comuni sono infatti i detti, i proverbi e le citazioni, ovvero vere e proprie micro narrazioni contenenti una morale o un insegnamento, utilizzati per veicolare il pensiero critico o essere pronunciate come rappresentazione di una verità inconfutabile e derivante da quell'immaginario comune appartenente a gruppi culturali legati al territorio, che viene comunemente identificato con la "saggezza popolare". (Partridge, 1978)

La funzione narrativa da essi espletata è quella originaria (capitolo 3), perché veicolano il sapere in una forma aperta, da completare a seconda del contesto in cui li si utilizza e del messaggio che si vuole passare. Questo li rende da una parte strumenti metaforici il cui significato si modifica nel tempo e in base alle proprie esperienze, mentre dall'altra possono essere visti come buffi residui culturali di un'epoca in cui l'informazione doveva essere veicolata da giochi di parole che sono però ormai diventati archetipici. La valenza culturale del luogo comune è dunque parzialmente scaduta, ma questo non è diventato inutile. Oggi viene infatti deliberatamente utilizzato come una sorta di tecnica empatica: affermando un'opinione condivisa, non si comunica più nulla, ma si è quasi certi di attirare la simpatia dell'interlocutore. Adattando ad egli i luoghi comuni si manifesta inoltre l'appartenenza, o almeno la vicinanza, al suo stesso gruppo o al modo di pensare dello stesso, istituendo così una sorta di legame di fratellanza. L'utilizzo del luogo comune come collante sociale, allora, si prefigura in partenza come prolifico per i miei scopi, da una parte per infondere ai giocatori del gioco che costruirò quella socialità fondamentale per creare e mantenere il cerchio magico, e dall'altra per stimolarne una conflittualità creativa, che come si è visto, costituisce il motore dei giochi e delle narrazioni.

## " IL LUOGO COMUNE TRA- DIZIONALE SCANDALIZZA L' UOMO MODERNO "

Nicolás Gómez Dávila (2001, pag. 159)



### 5.4 I GIOCHI DI PAROLE

La costruzione del luogo comune, nella sua forma così sintetica e quasi poetica è del tutto simile a quella dei giochi di parole: laddove i primi, però, sono costituiti da una forma fissa e chiarissima per lasciare nell'incertezza il significato, il meccanismo dei secondi è del tutto inverso, in quanto ad una forma misteriosa corrisponde un messaggio chiaro ed univoco, che semplicemente va decodificato.

A tal proposito, i giochi di parole abbondano in moltissimi generi letterari perché possono assolvere le più svariate funzioni: possono fornire descrizioni immaginifiche, comunicare concetti astratti, essere mezzo di ironia oppure possono semplicemente essere belle espressioni che catturino il lettore nella dinamica del testo. Questi sono molto prolifici perché, a seconda della base di esperienza e di conoscenza che ci si aspetta che il proprio lettore abbia, si possono porre in maniera diversa in modo che possono essere compresi da tutti come da pochi. Gli scrittori se ne sono serviti spesso sia per veicolare messaggi

in maniera creativa sia per sfidare i propri lettori sul fronte culturale ed interpretativo, divertendoli come se stessero partecipando ad un gioco vero e proprio. A ben vedere, infatti, i giochi di parole non differiscono che nella forma dai più comuni giochi enigmistici: la letteratura è piena di puzzle nascosti, di acrostici, acronimi rebus, e chi più ne ha più ne metta. Questi giochi non sono diversi dagli altri: i partecipanti, sotto forma di lettori, fanno esperienza dei medesimi benefici psicologici, culturali e sociali tramite operazioni mentali complesse che sfidano le loro abilità linguistiche e logiche (Carlisle, 2009, "Worldgames")

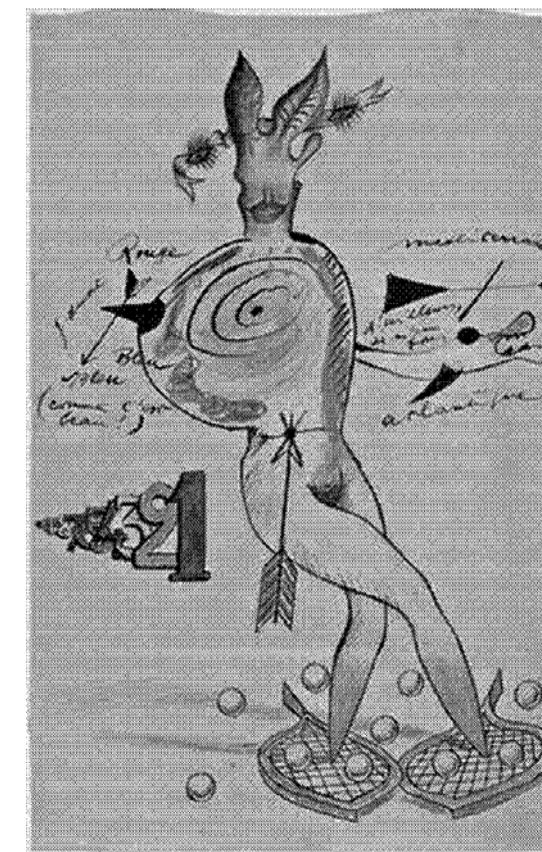
Una forma leggermente diversa di gioco verbale è anche quella che è stata citata nel capitolo sui giochi: l'insulto come forma d'intrattenimento e fonte di emozioni prosociali. Roger D. Abrahams tocca un tasto molto importante dei meccanismi psicologici che si sviluppano come sua conseguenza: così come il trash talking fatto durante esperienze di gioco più strutturate, egli nota come le varie forme di insulto giocoso derivino dall'ambiguità che esse implicano. L'ironia scatta perché la presa in giro aggressiva si colloca all'interno di un discorso che non è né totalmente serio né totalmente giocoso e che ritualizza tensioni o ostilità reali in una sorta di pantomima capace di divertire il proprio pubblico. (Carlisle, 2009, "Psychology of Play as Entertainment"). Sebbene questi non siano dei giochi ma forme d'intrattenimento, è necessario sottolinearne l'esistenza sia per la loro importanza nell'esperienza di gioco, sia perché quello che sfrutta l'ambiguità è un meccanismo che sta alla base di molti giochi di parole veri e propri come gli indovinelli.

#### 5.4.1 LE AVANGUARDIE ARTISTICHE

Poesie, metafore, puzzle, indovinelli, limerick e tutte le sperimentazioni artistiche di avanguardie quali il dadaismo e il surrealismo sono forme testuali che appartengono alla stessa categoria, quella dei giochi di parole. Così come per le incisioni su pietra e i rudimentali giochi da tavolo, i

giochi di parole hanno origine antica, fornendo messaggi molteplici ed altamente soggettivi ed interpretabili, che venivano usati per divinazioni e analisi dei sogni (Flanagan, 2009)

La narrazione è come già sottolineato una modalità di organizzazione della conoscenza, ed i giochi di parole sono spesso usati come strumento di ricerca. Questi sono stati sfruttati da varie correnti artistiche, che ne hanno formalizzato una serie di tipi in base alle operazioni concettuali e formali che si effettuano per formarli. Sebbene il Surrealismo sia un movimento del tutto contrapposto al Dadaismo, entrambi si sono distinti per l'utilizzo di tecniche come quella



[IMMAGINE 5.2]cadavre exquisi

dell'assemblaggio, cioè una combinazione di oggetti diversi tra loro o provenienti da campi semantici diversi messi insieme in maniera casuale e apparentemente disordinata.

I Surrealisti, la cui ricerca artistica si fonda sull'inconscio, dal quale attingono direttamente per accendere la propria creatività, utilizzavano tecniche e strumenti del tutto simili a quelli propri dei moderni allenamenti della creatività, come il brainstorming, l'introduzione dello stimolo casuale e l'associazione arbitraria di oggetti il cui collegamento è da trovarsi a posteriori. Una delle tecniche più interessanti da loro sviluppate è quella del *cadavre exquis* (cadavere squisito), che prevede la composizione visiva di un qualcosa frutto della collaborazione corale di un gruppo di individui che ignorano gli eventuali scopi degli altri: operativamente, ognuno di essi è chiamato a turno a tracciare un segno, un disegno o una figura, che deve essere però indipendente da quelli già presenti sul foglio e solo alla fine della sessione è concesso guardare il risultato nel suo insieme. Questa stessa tecnica è anche utilizzata in ambito poetico, nel quale al posto di segni visivi si utilizzano parole singole o frasi.

Allo stesso modo i Dadaisti, che rifiutavano quella cultura, quei valori e quell'ordine tradizionale che avevano trascinato la società negli orrori della guerra, trovando l'unica via di salvezza nel rifiuto della logica per abbracciare l'anarchia e l'irrazionale, enfatizzando la stravaganza, la derisione e l'umorismo. Gli artisti dada erano volutamente irrispettosi, stravaganti e inseguivano la libertà creativa con l'utilizzo di tutti i materiali e le forme disponibili. È da questa volontà di mettere in crisi modi di pensare definiti borghesi che questi artisti definiscono una strategia di spiazzamento imperniata sull'accostamento di forme e materiali inconsueti, sulla degerarchizzazione delle tecniche e dei generi artistici tradizionali e sulla valorizzazione dei nuovi procedimenti quali il fotomontaggio ed il collage. Questo consiste nell'accostare casualmente ritagli di giornali o libri sviluppando un processo di straniamento tramite giustapposizioni e concatenazioni inusuali di eventi, oggetti e parole che stimolino narrazioni comiche, sia

visive che verbali. Entrambe le correnti sfruttano, oltre al caso, le proprietà proprie del significante delle parole, combinandole e rimescolandole attraverso catene sonore, di analogie e di significati in strutture più o meno fisse e codificate. Gli esempi più frequenti nella letteratura di utilizzo di questa tecnica sono i *limerick*, dei nonsensi in cui la narrazione ha per assunto esiti stravaganti, e gli indovinelli, che sfruttano lo straniamento per generare associazioni di idee e metafore.

" UN SIGNORE  
MOLTO PIC-  
COLO DI COMO  
/  
UNA VOLTA  
SALÌ IN CIMA  
AL DUOMO /  
E QUANDO  
FU IN CIMA  
/  
ERA ALTO  
COME PRIMA /  
QUEL SIGNORE  
MICROPICCOLO  
DI COMO "

Gianni Rodari (1970)

## 5.5 LA COMUNICAZIONE VERBALE

Dopo questa panoramica e prima di inoltrarmi nella fase progettuale, ritengo che sia importante tirare le fila del discorso rileggendo quanto appena detto dal punto di vista del sistema di comunicazione che mette in relazione gli attori in ballo in questi contesti. La lettura di quanto appena descritto viene veicolata dalla tendenza occidentale a considerare tutto ciò che è testuale come visivo (nel senso di lettura) o, al massimo, orale (nel senso di ascolto). Questo non è però per forza vero: da una parte perché questi testi, che siano archetipici o ludici, possono presentarsi anche tramite immagini, sensazioni, impressioni o, ad esempio, odori, dall'altra perché, anche se veicolati oralmente, non significa che l'unico senso coinvolto nella percezione sia l'udito. Come già sottolineato a proposito delle caratteristiche della narrazione originaria, infatti, l'oralità è multisensoriale, perché il messaggio così veicolato prevede l'attivazione di quasi tutti i sensi.

Il lavoro previsto dal gioco, è infatti un atto cognitivo sia linguistico che semiotico, in cui l'azione produce una qualche trasformazione che prende forma sia verbalmente che con la mediazione di un artefatto comunicativo fisico. Questo deve naturalmente avere uno scopo, senza il quale l'oggetto sarebbe inutilizzabile, ed è in base a questo che il design sviluppa idee e sfrutta tecniche specifiche per la costruzione di ciò che poi diventerà l'artefatto finale. Questo è infatti concepito come un insieme di parti sintatticamente articolate, composte secondo funzioni differenti, quella strumentale e quella comunicativa: la prima nel caso del gioco da tavolo è quella espletata dalle regole e dai meccanismi di gioco, mentre la seconda è veicolata dall'oggetto fisico del gioco, dall'insieme di tutti gli strumenti che lo compongono e da come queste si presentano al giocatore. Il giocatore, di fronte al gioco, è pilotato nella sua comprensione, ma allo stesso tempo è lasciato libero di interpretarlo autonomamente. Il materiale di gioco si presenta soprattutto visivamente e tattilmente, ma i dati e le informa-

zioni immagazzinate attraverso questi sensi vengono poi interpretate e danno origine ad output che ho progettato come verbali. L'esperienza di gioco è dunque multisensoriale: sebbene sia stato studiato che il senso dominante dell'uomo contemporaneo è la vista, è stato anche dimostrato che un messaggio che coinvolga due o più altri sensi contemporaneamente è percepito come dominante e più veritiero rispetto ad uno prettamente visivo, ma se all'input visivo si associano altri input concordanti, ecco che la consistenza dell'esperienza non può che essere innegabile.

" IL GIOCO E  
LA VERBALITÀ  
SONO ESPE-  
RIENZE MULTI  
SENSORIALI "

Marshall McLuhan (1970, pag. 34)



McLuhan aggiunge anche che la lingua è il più complesso e grande artefatto dell'uomo e che ogni sua parola si estende e coinvolge tutta la sua vita sensoriale, laddove "la lingua scritta specializza immediatamente il linguaggio orale, limitando le parole ad uno dei sensi" (1970, p.12)

A questo proposito ritengo interessante almeno citare gli stili di linguaggio per l'oratoria definiti da Quintiliano già nel primo secolo dopo Cristo. Questi per primo ha categorizzato la parola in base agli scopi comunicativi per cui si utilizza: per istruire è necessario convincere con l'acume ed usare un linguaggio quanto più descrittivo, per commuovere serve forza ed un linguaggio aulico mentre per convincere, accattivarsi ed affascinare

un pubblico serve la gentilezza ed uno stile definito intermedio, che ricorre spesso all'uso di metafore, simboli e strumenti narrativi che diano un ritmo, come la digressione. In tutti i casi, ma specialmente nell'ultimo, sottolinea McLuhan (1970, p. 98), è molto importante basare il proprio discorso su frammenti archetipali che hanno la proprietà di stimolare sia chi li utilizza sia chi le riceve per far sì che si creino molteplici livelli di lettura della narrazione (non per forza di significato).

Chiarita dunque la natura della comunicazione prevista nel gioco, è importante capire come questa si svolge dal punto di vista degli attori e dei mezzi che ne sono coinvolti, perché solo così si potranno capire le dinamiche interne dell'esperienza. Il modello più calzante per questa riflessione è quello di Jakobson, che all'inizio del secolo scorso approfondisce la teoria strutturalista di Sassaure per sviluppare una propria teoria sulla comunicazione. Questa è studiata come un processo essenzialmente lineare su cui il contesto svolge un ruolo essenziale ed è suddivisa in sei funzioni proprie del linguaggio, per le quali ciò che conta di più sono l'intenzionalità del mittente di comunicare qualcosa e la consapevolezza di ciò da parte del destinatario.

[FUNZIONE EMOTIVA] propria dell'emittente, che ha come fine l'espressione dei suoi stati d'animo e del suo mondo interiore.

[FUNZIONE FÀTICA] per la quale lo scopo del messaggio è quello di aprire un canale di comunicazione tra i due interlocutori.

[FUNZIONE CONATIVA] propria del ricevente, che avviene quando, tramite un atto di comunicazione, l'emittente cerca in qualche modo di influenzare il ricevente

[FUNZIONE POETICA] propria del messaggio e che valorizza il piano del significante.

Avviene quando il messaggio che l'emittente invia all'ascoltatore ha una complessità tale da obbligare il ricevente a ridecodificare il messaggio stesso

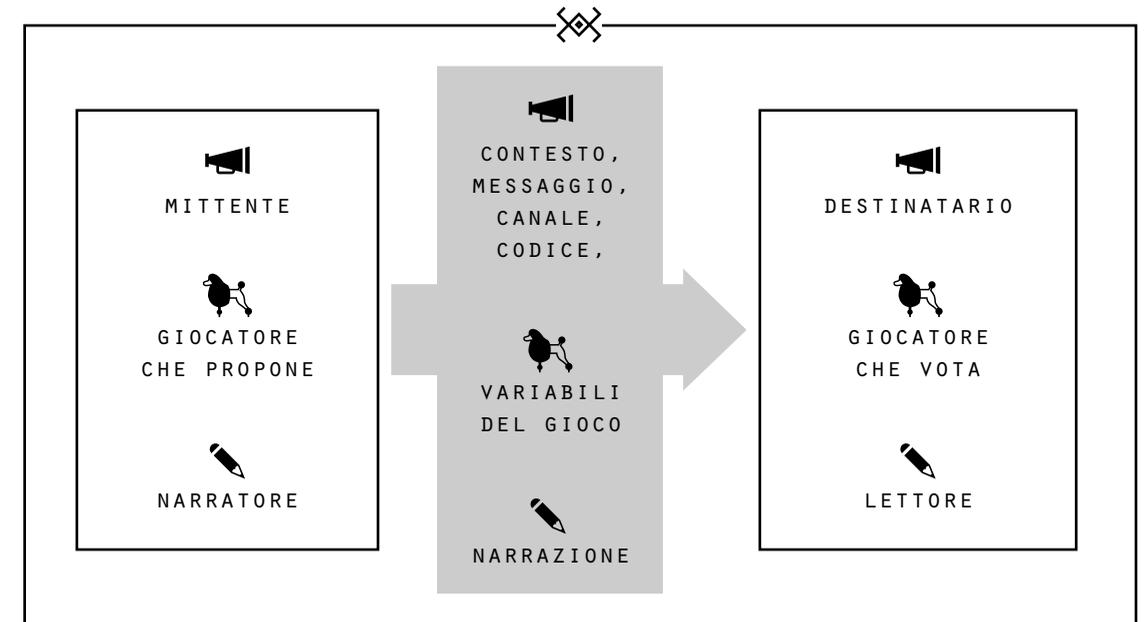
[FUNZIONE METALINGUISTICA] propria del codice (o linguaggio) stesso della comunicazione, inteso nella sua accezione sia semantica che pragmatica, che si ha quando lo scopo del messaggio è dire o chiedere qualcosa sul codice stesso

[FUNZIONE REFERENZIALE] che avviene ogni qualvolta lo scopo del messaggio è quello di fornire informazioni sul contesto.

La caratteristica fondamentale dei processi comunicativi complessi, come quelli umani, è che, a differenza di quelli più semplici, in cui vi è un solo codice immutabile all'interno del quale ciascun messaggio ha un significato univoco indipendente dal contesto, questi prevedono sempre un processo d'interpretazione dei segnali ricevuti che dipende in modo essenziale dal contesto, dalla conoscenza di sfondo del destinatario e da fattori emotivi.

In un linguaggio interpretato sono presenti dunque una serie di significati, una serie di simboli astratti che possono essere connessi in modo convenzionale ai significati (linguaggio astratto) e che hanno riscontro in un sistema di eventi fisici che lo veicolano (linguaggio concreto) e da una serie di regole sintattiche che governino la combinazione dei simboli così da determinare quali sequenze siano da considerare accettabili o "ben formate" e quali siano invece da scartare.

L'atto comunicativo va inteso quindi non come semplice trasferimento di un messaggio che rimane sempre uguale a se stesso (a meno di disturbi esterni), ma come traduzione da un linguaggio proprio del mittente ad uno proprio del destinatario. Il punto centrale è che questo ha una conoscenza solo parziale del codice del mittente. Nella realtà, come osserva il semiologo



[SCHEMA 5.7] il modello di Jakobson è valido per spiegare dinamiche comunicative specifiche



Lotman (1980), "l'emittente codifica il messaggio per mezzo di un complesso di codici di cui solo una parte è presente nella coscienza decifrate del destinatario. Ogni atto di comprensione dunque, quando si usa un sistema semiotico abbastanza sviluppato, è parziale e approssimativo. (...) L'aumento di incomprensione o una scarsa comprensione può anche essere indice del complicarsi del sistema, della sua capacità di assolvere funzioni culturali più complesse e importanti." Inoltre, il gioco implica una molteplicità di processi comunicativi dialoganti e collegati tra loro in un sistema complesso come quello dell'interazione umana. In questo modo, la comunicazione perde la sua dimensione lineare per diventare dinamica: gli attori si scambiano di ruolo continuamente ed il codice, seppure simile per tutti perché basato sullo stesso linguaggio (che nel mio caso è quello del luogo comune), si carica di accezioni leggermente differenti dipendenti sia dal mittente che dal ricevente. Queste non sono

tuttavia rilevanti, perché il presupposto su cui si basa il mio gioco, ovvero l'utilizzo del cliché, dello stereotipo e del luogo comune, è fondato su un modello riconoscibile da tutti. La comunicazione che ne risulta è dunque efficace, perché fortemente dipendente dalla possibilità dei giocatori di condividere nozioni e credenze, dalla loro capacità di elaborare un sistema comune e condiviso di idee e di punti di vista.

Per concludere: in un contesto dato e immutabile come quello del cerchio magico, un'emittente, che è anche narratore e giocatore, comunica tramite un canale verbale ad un destinatario, costituito da una pluralità di individui, ovvero gli altri giocatori che per il momento sono passivi in quanto ascoltatori ma attivi in quanto interpreti del messaggio. Questo, come già sottolineato, non produce una comunicazione che si avvale del solo senso dell'udito, bensì una comunicazione del tutto plurisensoriale in grado di coinvolgere in maniera profonda tutti i partecipanti al processo.



In questo capitolo non solo si sono definite le comunanze tra creatività, narrazione e gioco, ma ho anche delineato il vero e proprio filo conduttore di questa ricerca: il vincolo. In questa prospettiva è diventato chiaro come il design della comunicazione sia lo strumento naturale per sviluppare un progetto di questa natura. Inoltre, approfondendo ulteriormente il discorso e spostandomi su un piano meno teorico e più operativo, ho definito lo strumento attraverso cui il design potesse imbrigliare allo stesso tempo i vincoli della narrazione, della creatività e dei giochi. I luoghi comuni, sia per la loro natura malleabile sia per il loro utilizzo contemporaneo, che è prettamente di natura sociale, costituiranno dunque lo scheletro su cui poi costruirò tutto il mio progetto di gioco.

## 6. IL PROGETTO

## IL PROGETTO



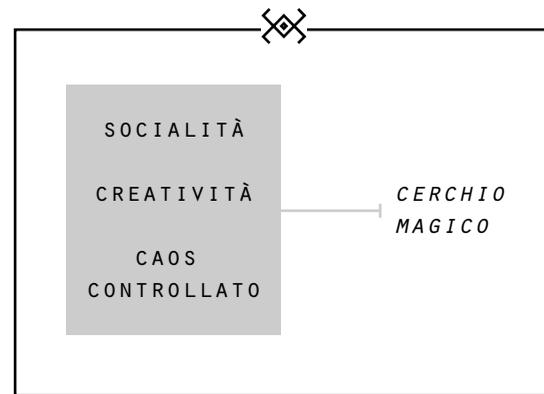
Dopo aver posto delle ampie basi teoriche, è ora per me possibile usufruire di queste conoscenze per iniziare a muovermi su un piano più operativo. Le premesse poste nei capitoli precedenti saranno qui riassunte ed accorpate in un corpus progettuale molto denso e specifico. Se fino ad ora ho avuto un approccio tutto sommato generalistico e globale alla materia, d'ora in poi parlerò nel linguaggio dei *Game Studies*: non è possibile, infatti, concretizzare qualcosa di astratto senza avere un rigore ma soprattutto un ambito di riferimento a cui appoggiarsi.

Prima di inoltrarmi nella descrizione vera e propria del progetto, mi soffermerò su alcuni aspetti meno tecnici in modo tale da inquadrare bene sia l'ambito in cui andrò ad agire, sia al pubblico a cui ho intenzione di rivolgermi, per inoltrarmi solo nel capitolo successivo in quella che sarà una trattazione più esaustiva del prodotto finale.

## 6.1 L'AMBITO

Nei capitoli precedenti ho proposto come il design, inteso come corpus di limitazioni e vincoli, sia uno strumento molto malleabile e adatto a sviluppare un progetto che imbrigli in un'unica identità i tre grandi argomenti che ho fin qui trattato: la creatività, la narrazione ed il gioco. Ho anche spiegato come i luoghi comuni costituiscono un serbatoio culturale ottimale a cui attingere per stimolare una narrazione libera, creativa e inaspettata, di tipo naturalmente originario, e ho scelto di utilizzarli per costruire un gioco.

[SCHEMA 6.1]



[SCHEMA 6.1] l'ambiente del cerchio magico permette l'unione caratteristiche diverse e altrimenti incompatibili



La mia intenzione progettuale è infatti quella di creare un ambiente di gioco (che per assunto è artificiale e contenuto) in cui vengano favoriti lo sviluppo e l'evoluzione di una situazione caotica e collettiva, nella quale i ruoli sociali canonici possano essere ribaltati ma in cui sia anche possibile esporsi con le proprie tendenze e peculiarità senza avere timore di essere giudicati, con l'obiettivo di creare uno strumento che aiuti concretamente ad allenare la creatività di chi lo utilizza. Sebbene questo sistema sia altamente socializzante, stimolante, e potenzialmente molto divertente, è anche vero che sia dal punto di vista progettuale sia dal punto di vista del risultato che perseguo è necessario trovare il metodo

per imbrigliare questo caos costruendo qualcosa che alla base è molto rigido e solido. Non potendo infatti prevedere in maniera certa tutte le dinamiche interpersonali comunicative che il mio gioco potrà favorire, bisogna che si agisca in anticipo per prevenire potenziali situazioni in cui la confusione è talmente tanta da far saltare il sistema di gioco stesso.

In questo modo è anche possibile progettare un'esperienza che sia ottimizzata per favorire il sopraggiungere dello stato di *flow* nei giocatori. Come spiegherò più avanti, questi, presi dal gioco e dalla foga, sono portati a concentrarsi in un'attività che si presenta come difficile ma che man mano la si maneggia diventa sempre più facile da dominare, dimostrando più o meno esplicitamente a seconda della sensibilità dei singoli giocatori come tutti possano essere creativi e come questo atteggiamento possa continuamente evolversi e migliorare.

## 6.2 IL PUBBLICO

Ritengo importante cominciare considerando il pubblico a cui mi voglio rivolgere per potermi poi adattare ad esso nei modi e nei contenuti della comunicazione.

Per ovvi motivi legati al mio intento di usare i luoghi comuni come strumento metaforico e multiforme, mi rivolgo a persone che non solo conoscono e praticano l'italiano come lingua, ma che lo vivono anche come serbatoio culturale.

Questa limitazione è naturalmente molto forte, ma non escludo che sia possibile nonché estremamente interessante adattare questo stesso sistema di strutture, dinamiche e regole ad altri gruppi socio linguistici.

Come già più volte sottolineato, infatti, la creatività è un processo del tutto culturale, che dipende dal contesto in cui si cresce e si vive, così come lo sono i contenuti dell'immaginario e di conseguenza i luoghi comuni: trasporre questo gioco significherebbe dunque adattarlo profondamente ad altre culture e contesti e non solo tradurlo.

Da una parte, come proposto dall'antropologo

# "LA CREATIVITÀ È UN PROCESSO DEL TUTTO CULTURALE"



Edmund Leach in "Political Systems of Highland Burma" (1954), le differenze tra culture o sottoculture sono significative da un punto di vista strutturale ma questo non implica necessariamente che queste appartengano a sistemi sociali del tutto diversi ed isolati non in grado di comunicare tra loro. Non è dunque ai miei occhi un problema rivolgermi a sottogruppi culturali diversi, anche perché, come ho sottolineato più volte, questi condividono tutti la stessa modalità narrativa di comunicare e ragionare. D'altra parte, è molto facile che chi gioca ad un gioco di società lo faccia con persone vicine a sé e, anche se non appartenenti allo stesso gruppo, comunque con un qualche tipo di legame forte che li unisce.

Un altro aspetto da non tralasciare è quello del rapporto che hanno gli adulti con il gioco. Sebbene mi sia personalmente soffermata a lungo per capirne il senso, il significato e le potenzialità, trovo sia interessante analizzare come questo stesso argomento venga visto attraverso gli occhi di quello che sarà il mio pubblico, che è composto da individui che, non avendo approfondito la tematica quanto me, non possono averne una visione specialistica ma bensì molto spesso superficiale. In questo modo è per me possibile capire quali possono essere i punti sensibili da toccare al fine di progettare il mio gioco in maniera accattivante e funzionale. Secondo la psicologa Susan

Buck-Morss, esperta in filosofia politica e scienze sociali, gli adulti sono spesso convinti che la linea di demarcazione tra loro e la loro prole sia definita dalla razionalità ed il gioco come attività formativa ma poco seria è auspicabile e accettabile se a fruirne sono i cuccioli, ed è tollerata tra gli adulti in quanto in grado di rispondere a dei bisogni secondari come ad esempio quello dello svago. La studiosa pone, però, anche l'accento su come la cultura, l'ambiente, la società e le relazioni in cui ognuno è immerso fin dall'infanzia concorrono a definire l'identità che ognuno avrà in età adulta: questa dipende infatti da un lungo processo evolutivo costituito non solo da grandi rivoluzioni ma soprattutto da minuscoli cambiamenti, ed è quindi sbagliato, dal suo punto di vista, separare completamente azioni e comportamenti proprie dei bambini da altre proprie degli adulti. (Carlisle, 2009, "Psychology of Play as Entertainment"). Una conferma di questa ipotesi arriva da alcune analisi che sono state fatte sull'intrattenimento in età adulta e che si concentrano sull'aspetto sociale di queste attività. Sebbene gli adulti giochino poco per mancanza di tempo o per una considerazione del gioco stesso come una prerogativa infantile, è facile notare come poi, di fatto, gli stessi si divertano a giocare coi propri figli. Gli adulti, però, non tendono a camuffare la propria innata natura ludica sfogandola col pretesto di educare i propri cuccioli, ma la traslano facendole prendere vita in un ambito che non è propriamente quello del gioco, ma quello dell'intrattenimento sociale. La scelta di come svagarsi è naturalmente mediata da gusti e tendenze sia personali che del gruppo a cui si appartiene o di cui si vorrebbe fare parte, ed addirittura, in qualche caso, l'attività stessa è praticata per abitudine, continuità col passato, per senso di appartenenza o routine (Carlisle, 2009, "Human Relationships in Play"). In questo caso più che mai mi è facile sfruttare degli stereotipi per esemplificare quanto detto: l'uomo d'affari che si diletta nel golf o sua moglie che frequenta il circolo del bridge fanno parte dei giocatori di appartenenza, così come chi si diletta con l'enigmistica durante gli spostamenti da pendolare fa parte dei giocatori di routine.

Da queste considerazioni sulla superficialità dell'approccio al mondo del gioco da parte di molti adulti, però, trovo un'importante conferma e posso consolidare un'ipotesi progettuale che ritengo fondamentale. Ritengo che quanto appena detto dimostri ancora una volta la natura ludica dell'essere umano, che non può fare a meno di giocare anche se spesso si cerca di convincere che è una pratica poco seria e per questo inaccettabile. D'altra parte il gioco, o il suo sostituto, qualunque esso sia, sono ricercati ed associati ad una forte componente sociale: sarà dunque questo l'aspetto su cui ho intenzione di lavorare maggiormente.

Il mio intento è infatti quello di costruire un prodotto che piaccia e venga utilizzato dal maggior numero di persone possibile. Ogni designer deve conoscere il proprio target, anche se questo è molto ampio e generico, perché a seconda delle attitudini, del suo bagaglio culturale e delle sue competenze, il progetto ne sarà limitato subendone le influenze e verrà di conseguenza sviluppato in maniera diversa. In ogni caso, appare chiaro da queste ultime riflessioni come la componente sociale nell'esperienza ludica tra adulti sia fondamentale. Ritengo dunque che sia proprio questo l'aspetto su cui concentrarmi.

### 6.3 LA TIPOLOGIA DI GIOCO

Come appena detto, gli adulti italiani oggi sono sempre meno abituati e portati a giocare e soprattutto a giocare a giochi di tipo tradizionale. Con l'avvento di internet, delle consolle e degli smartphone, anche il gioco come intrattenimento si è spostato su piattaforme digitali, sopravvive commercialmente in Italia anche altre tipologie di gioco, tra cui molto interessante è il party game.

I party game sono un particolare tipo di giochi di società, costruiti specificatamente attorno alla componente sociale e di divertimento del gioco. Il loro scopo primario è quello di abbattere le barriere interpersonali e porre tutti i giocatori sullo stesso piano, incoraggiandoli a sperimentare modi sempre diversi d'interazione con l'altro,

includendo tra gli strumenti la follia, il non-sense e l'utilizzo della caricatura e dell'inversione.

Ciò che permette a questo processo di scattare è l'ironia, le cui basi e scopi sono il comico e il riso. In questo contesto l'ironia che viene a formarsi è quella di tipo interpersonale o sociale: generalmente contingente e situazionale, si ironizza su qualcosa o su qualcuno nel momento in cui se ne parla e che prevede che si tratti contemporaneamente di un tema, di una struttura discorsiva e di una figura retorica. Il cuore di questa modalità è da trovarsi nel rapporto che il soggetto parlante ha coi suoi ascoltatori o interlocutori, per cui il significato, il valore e l'efficacia dell'ironia sono in funzione nel contesto in cui la si fa e dell'argomento che viene considerato, come si diceva riguardo al sistema della comunicazione nel terzo capitolo. Simile ma non uguale è anche un'altra componente quasi sempre presente nei party game: l'umorismo, che è la capacità di rilevare e rappresentare l'aspetto comico della realtà. Secondo Bergson (2011), alla base del riso si celano sempre

## " LA COMPLI - CITÀ TRA LE PERSONE STA ALLA BASE DEL RISO "

Henri Bergson (2011, pag. 124)



una percezione e una sensazione nascoste di complicità con le altre persone che partecipano alla situazione. Questo senso d'inclusione è un vero e proprio impulso spontaneo, che stimola ad una continua evoluzione creatrice che permette

il superamento, in forme sempre nuove ed originali, degli ostacoli davanti a cui ci si trova.

Il surreale è invece una particolare forma di umorismo (legato, come si può ben intuire, ai giochi di parole Surrealisti citati nel quinto capitolo) basata su giochi di parole, giustapposizioni assurde e nonsense. Le situazioni bizzarre che ne derivano possono essere varie: dall'esagerazione di aspetti reali all'invenzione di aspetti reali completamente ignoti o inesistenti oppure alla creazione di situazioni irreali completamente inventate. Dal punto di vista puramente testuale, l'ortografia del testo non deve essere necessariamente corretta, anzi, spesso più errori si fanno, più la narrazione diventa ridicola, più si ha successo. La tecnica più comune di umorismo surreale è forse quella del *non sequitur*, in cui una affermazione è seguita da un'altra senza alcuna progressione logica

Un altro strumento utile e trasversale all'ambito ludico, al quale si adatta tuttavia molto bene, è quello della parodia, che stravolge e porta all'assurdo elementi di modelli testuali dati o impressi nell'immaginario culturale che secondo Bachtin (1979) ha come scopo il ribaltamento critico della situazione attraverso lo "scoronamento dell'eroe". In questo senso è del tutto simile alla satira, che però preferisce dei bersagli sociali a quelli testuali. Dal mio punto di vista è allora molto importante lasciare spazio, nel sistema di gioco, ad una certa libertà dei giocatori di poter divagare o esprimersi in maniere narrative sociali come quelle appena descritte.

Molto importante nell'equazione per creare un buon party game è anche la componente umana nel suo aspetto più pratico: se in molti giochi è necessario che partecipino contemporaneamente un numero limitato di persone, per i party games vale la regola del "più si è meglio è". Sebbene anche questi, come gli altri prevedano per motivi pratici un limitato numero di giocatori, è anche vero che viene sempre fortemente incoraggiata l'organizzazione in squadre. Questa molteplicità di partecipanti alle dinamiche di gioco è promossa anche dal fatto che generalmente per giocare ad un party game non sono necessari parti-

colari requisiti o competenze specifiche, in modo da evitare che si consumi una preselezione dei giocatori, creando quindi tra loro dei dislivelli o delle esclusioni.

Infine, una caratteristica derivante da queste due precedenti è quella relativa ai tempi di gioco. Dato il gran numero di giocatori e la natura gregaria dei party game, è necessario che tutti siano sempre abbastanza concentrati nelle dinamiche di sfida reciproca. Se anche un solo giocatore dovesse distrarsi, genererebbe una reazione a catena, portando anche gli altri giocatori su un cammino diverso da quello del gioco, facendone fallire, così, l'esperienza. Questa dinamica viene generalmente evitata con l'introduzione di una componente temporale del gioco che scandisca le dinamiche in maniera costante e veloce. Stabilendo con le regole turni frequenti e brevi, si



[SCHEMA 6.2] caratteristiche del party game



stimolano i giocatori ad essere sempre attenti e a non perdersi in altro. Inoltre, un ritmo incalzante, anche se all'inizio può mettere in difficoltà chi è meno abituato a brevi tempi di reazione, permette alla sfida di diventare sempre più accanita e coinvolgente man mano che l'esperienza di gioco e con essa le abilità dei giocatori avanzano.

[SCHEMA 6.2]

Da un punto di vista più analitico, è anche possibile suddividere i party game in base alle richieste

che questi fanno ai giocatori. I *trivia* sono i classici giochi in cui i giocatori si sfidano testando la propria conoscenza su argomenti più o meno specifici come ad esempio Trivial Pursuit. I giochi di *performance* sono quelli che richiedono di sfruttare le proprie doti interpretative, siano esse di recitazione come in Indomimando, di movimento come Twister, di disegno come Pictionary, o di canto come certe forme di karaoke. Ci sono anche i giochi di composizione verbale o scritta di definizioni, proverbi, giochi di parole, come Saltinmente, quelli di comunicazione, che pongono l'accento sul come si comunica per farsi comprendere dagli altri come ad esempio Taboo, ed infine i giochi di storytelling, come C'era una volta il cui scopo è quello di narrare storie, per cui le capacità richieste sono a metà tra quelle richieste nei giochi di performance e di comunicazione. [SCHEMA 6.3]

Denominatore comune di tutti questi giochi è la forte componente comunicativa e sociale che essi prevedono, spingono e facilitano: come sottolineato, spesso il piacere che ne deriva (quello trattato nel quarto capitolo) ha una forte componente buffonesca, goliardica e dissacrante. Includendo tutte queste caratteristiche nel mio progetto potrò dunque costruire un'ambiente di gioco comodo e non ostile a nessuno, nel quale sentirsi al sicuro, ma anche sollevati dalla "seriosità" che ci si impone nel quotidiano. Vorrei ancora ricordare infatti che l'obiettivo che mi prefiggo è importante e serio ma che dev'essere veicolato in maniera leggera e divertente per riuscire a raggiungere il target che ho definito. Per questo motivo, oltre naturalmente a quelli esposti nel capitolo sul design, ho deciso di alleggerire lo sforzo creativo e narrativo con l'utilizzo dei luoghi comuni, che come già detto favoriscono la socialità e l'ironia stimolando processi mentali di associazioni metaforiche, inserendoli in un contesto di gioco come quello del party game.



[SCHEMA 6.3] tipologie di party game



#### 6.4 CASI STUDIO

Ho diviso in tre macro sezioni i giochi che ho studiato più approfonditamente. Tutti sono naturalmente dei party game e tutti prevedono un qualche tipo di narrazione, ma essi si differenziano per le dinamiche che ne stanno alla base. Tra tutti quelli esistenti ne ho individuati una decina che sono particolarmente interessanti. In questa sede mi soffermerò sugli aspetti che mi hanno particolarmente colpita, tralasciando gli approfondimenti che riporterò in appendice. *Dixit*, *Talecraft*, *Rory's Storycubes*, *C'era una Volta* sono giochi d'invenzione narrativa; *Malarky*, *Balderdash* e *Train of Thought* sono giochi in cui alla narrazione è associata una componente di incertezza e si basano sull'indovinare; mentre *Truth or Fib?* e *Fib-or-Not* fanno lo stesso ma prevedono un vero e proprio sistema a scommesse e quindi non possono essere inseriti nelle categorizzazioni precedenti. Il sistema di bluff su cui si basa quest'ultimo tipo di giochi, infatti, non prevede che esistano delle prove oggettive sul materiale di gioco che avvalgano o meno le dichiarazioni di chi bluffa: anche se un giocatore mente sapendo di farlo, non è detto che lo ammetta in fase di validazione del punteggio. Sia *Truth or Fib?* che in *Fib-or-Not* il giocatore narrante deve raccontare qualcosa prendendo spunto da una carta e gli altri devono indovinare se questa sia un episodio realmente accaduto o meno, ma questa è un'informazione che solo il narratore conosce ed è quindi a sua discrezione se rivelarla o no. Al contrario, nei giochi in cui bisogna indovinare, al narratore è richiesto d'inventarsi qualcosa sulla base di uno spunto ben definito su cui ragionare, e non è detto che, inconsapevolmente, il narratore non s'inventi informazioni o connessioni corrette: in *Balderdash*, ad esempio, i giocatori a turno devono definire una parola improbabile di cui non conoscerne per forza il significato e gli altri giocatori devono indovinare se questa è vera o no. Il narratore deve dunque inventarsi qualcosa di molto specifico e giustificarlo, inventando aneddoti o sfruttando conoscenze personali e non è per questo improbabile che non ne colga il vero significato.

[TALECRAFT] prevede la costruzione di una diversa *storyline* per ogni giocatore che acquisisce punti dagli altri senza entrare però mai in un meccanismo di sfida con loro. In questo modo, vengono valorizzate la componente estetica e quella strutturale della narrazione, trascurando le dinamiche motivazionali che spingono i giocatori a continuare a giocare con interesse ed entusiasmo ad un determinato gioco. Non penso che sia da approfondire in questo contesto, ma è interessante segnalare che questo gioco, che si è rivelato un best seller nel suo paese di origine, la Corea del Sud, non ha invece avuto successo in Europa, probabilmente a causa delle diverse aspettative ed attitudini culturali che separano il pubblico occidentale, per il quale la componente di sfida con gli altri è fondamentale per rendere un gioco interessante, da quello orientale.

I [RORY STORYCUBES] nascono come strumento solitario per stimolare ed aiutare nella composizione di narrazioni creative, ma non esistendo delle regole precise che ne definiscano i confini e le modalità, non possono essere considerati come un vero e proprio gioco. L'aspetto interessante in questo caso non è però costituito dalle dinamiche comunicative tra i giocatori e lo scheletro delle regole che le norma, bensì l'elemento di prevedibilità con cui si presentano degli spunti narrativi che dovrebbero essere invece, per il mezzo da cui sono veicolati, del tutto casuali. Il gioco si compone di nove dadi a sei facce, su ognuna delle quali è impressa un'immagine: sebbene le sequenze possibili siano moltissime, è ovvio che dopo poche esperienze di gioco il giocatore sa quali immagini aspettarsi, perché ormai le conosce già tutte. Inoltre, l'ordine dei dadi è modificabile, si possono cioè spostare a piacimento nell'ordine in cui le si preferisce. Nonostante siano uno strumento divertente e stimolante, lo prendo come esempio negativo per il mio progetto: l'utilizzo di un gran numero di carte che si usano in numero molto minore rispetto al numero di carte in dotazione e che si possono rimescolare a piacimento rende infatti il gioco più dinamico ed inaspettato.

[TRUTH OR FIB?] e [FIB-OR-NOT] sono due giochi molto col medesimo meccanismo che sono interessanti da studiare ma poco conosciuti in Italia. I giocatori a turno si sfidano a indovinare se la micro narrazione che viene fatta prendendo spunto da una serie di carte è reale oppure inventata. Alla componente sociale molto alta, derivata dalla sfida continua e dall'alto livello di attenzione nei confronti dell'altro (non solo verso il contenuto spiccio della narrazione ma soprattutto verso la sua gestualità e mimica, per scoprire segni e prove che aiutino a svelare il bluff) si associa anche la componente reale degli argomenti: questo limite alla fantasia costituisce il propulsore vero e proprio della creatività richiesta dal meccanismo di gioco. Non solo infatti serve inventarsi una storia, ma questa deve essere allo stesso tempo convincente e coerente con il proprio personaggio, con la propria storia e le proprie esperienze e questo è interessante per me che intendo sfruttare i luoghi comuni, che sono già narrazioni di per sé, ma che soprattutto affondano le radici nella realtà

e in una presunta veridicità. I due giochi sono infine diversi per i supporti fisici che utilizzano per veicolare l'esperienza. Mentre Truth or Fib? usa soltanto carte e fiches, per Fib-or-Not ci si avvale dell'uso di un tabellone: la prima esperienza è dunque percepita come estemporanea perché lo spazio di gioco non è limitato da strette necessità fisiche, ed è dunque giocabile potenzialmente ovunque, mentre la presenza di un medium di certe dimensioni come un tabellone circoscrive la giocabilità in determinati contesti in cui si abbia a disposizione sufficiente spazio. Nel secondo caso, però, è anche possibile tenere uno storico delle mosse e si ha sempre davanti a sé un medium fisico, che per le sue caratteristiche concretizza i limiti del cerchio magico istituito dal gioco. [SCHEMA 6.4]

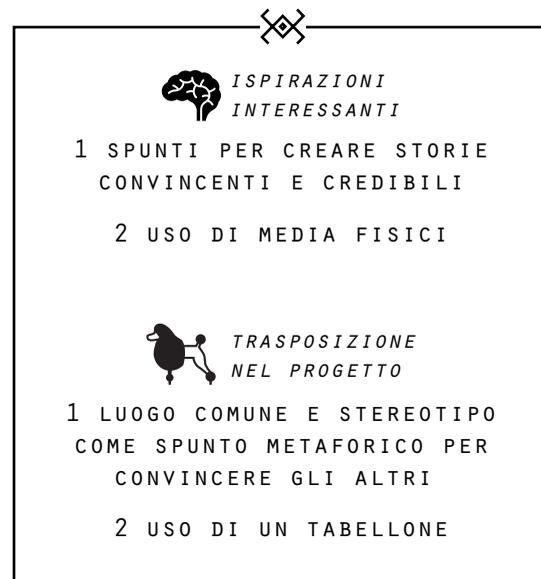
[C'ERA UNA VOLTA] è il gioco a cui mi ispiro maggiormente perché nel corso di una partita viene costruita una storia, prendendo spunto da una serie di carte diverse per ogni giocatore. Tutti

contribuiscono alla creazione di una storia convincente e coerente, ma ognuno ha un obiettivo finale diverso, espresso su una carta segreta sulla quale è segnalato un determinato lieto fine, che il giocatore deve riuscire a giustificare per primo se vuole vincere la partita. [SCHEMA 6.7]

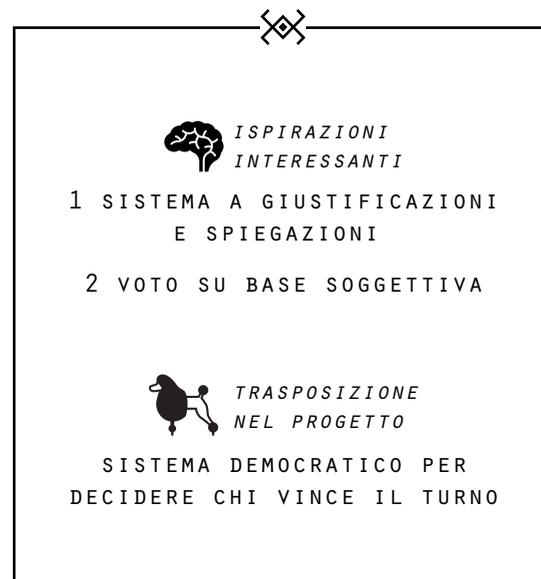
[MALARKY] e [BALDERDASH] sono invece interessanti perché la costruzione di narrazioni ruota tutta attorno ad un sistema di giustificazione di fatti o parole molto specifiche. Questo è importante per me perché, come spiegherò più avanti, nel mio gioco la componente decisionale sarà di fondamentale importanza. [SCHEMA 6.5]

In [TRAIN OF THOUGHT] a squadre bisogna indovinare una parola da una definizione di sole tre parole di cui una è sempre data e che possono cambiare più volte in un solo turno in base a determinate regole. Se ad esempio bisogna far indovinare la parola "pesca" ed il termine fisso da utilizzare è "roccia", il giocatore parlante deve

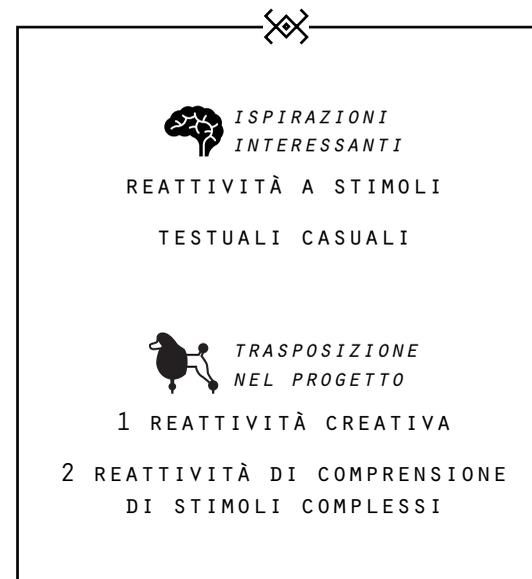
trovare due termini che si associno al primo per far intuire la parola da indovinare; se quest'associazione mentale o narrazione non risulta chiara si può pescare un secondo termine fisso a cui abbinare sempre altri due termini a piacere per continuare la spiegazione che si era fatta in precedenza. Questo meccanismo stimola i giocatori a sviluppare l'abilità di costruzione di associazioni di idee e li prepara ad essere più reattivi ad essi. Per il mio progetto è importante perché prevedo che i giocatori dovranno essere molto reattivi nel desumere significati dalle carte e associarli ad un filo narrativo pre esistente. La stessa cosa viene diversamente proposta da [DIXIT], nel quale ai giocatori è richiesto di descrivere in maniera creativa delle carte illustrate. Un'altra caratteristica interessante di questo gioco è il sistema di punti, che se da una parte spinge i giocatori ad arrischiarsi in descrizioni sempre più creative, dall'altra riesce a far contenere loro da eccessi di cripicità: se non si riceve nessun voto o se si riceve l'unanimità infatti non si riescono ad accumulare



[SCHEMA 6.4] *truth or fib?* e *fib-or-not*



[SCHEMA 6.5] *malarky* e *balderdash*



[SCHEMA 6.6] *train of thought*



[SCHEMA 6.7] *c'era una volta*

7. LA CASALINGA  
DI VOGHERA

## LA CASALINGA DI VOGHERA



Dopo aver fatto le necessarie considerazioni progettuali, è ora che io entri nello specifico della progettazione, cominciando definendone i capisaldi fino ad addentrarmi nei particolari più tecnici, come ad esempio le scelte grafiche ed il numero di giocatori.



### 7.1 L'IDEA

Il mio intento è quello di progettare un party game il cui scopo sia quello di creare delle narrazioni collettive. La narrazione non è intesa qui solo come un racconto di eventi, bensì come vero e proprio atto di creazione per il quale anche le capacità di convincere ed interpretare sono fondamentali. Gli strumenti che aiutano i giocatori a definire questa unica storyline sono una serie di stereotipi e luoghi comuni, la cui funzione è quella d'essere spunti per accendere e stimolare la propria creatività.



### 7.2 I MECCANISMI

Prendendo spunto da dei luoghi comuni i giocatori devono inventare elementi narrativi che s'incastano l'uno con l'altro per creare una narrazione unica sfidando gli altri giocatori sulla base di creatività, coerenza e spettacolarità. Questo processo creativo e collettivo segue un flusso lineare e iterativo molto semplice: come già detto, intendo infatti proporre in una maniera facile da comprendere ed assimilare, un'attività difficile, per chi la svolge, sia dal punto di vista generativo che relazionale. La storia si compone dei pezzi che sono stati decretati come i migliori dal voto democratico di tutti i giocatori: ognuno è libero di esprimere la propria preferenza soggettiva, non per forza seguendo quanto suggerito dalle regole, che vorrebbero premiate le soluzioni più creative ed utili alla narrazione piuttosto che quelle strettamente più buffe o improbabili.

L'esperienza si compone di tre momenti diversi ma molto simili in cui i giocatori interagiscono in maniera differente tra loro e col sistema di gioco. Nel primo turno essi sono chiamati ad inventarsi una situazione iniziale dalla quale poi procedere nella narrazione durante tutta la fase centrale del gioco: come spiegherò più avanti, i giocatori sono qui spiazzati, e quella che si genera è una situazione che per molti casi è paragonabile a quella del brainstorming di cui parlavo nel secondo capitolo.

La fase intermedia è segnata invece dalla presenza di quello che chiamerò arbitro, ovvero una specie di garante di un tranquillo svolgimento del gioco, che cambia ad ogni turno e si occupa di tenere traccia dello svolgimento della storia.

Una volta arrivati all'ultima carta del mazzo previsto per la sessione di gioco inizia invece la fase conclusiva del gioco che prevede una sfida di tutti contro tutti per aggiudicarsi la vittoria del finale narrativo.

Tutte le sfide sono mediate dall'elemento gratificante per eccellenza: i punti, che vengono attribuiti sempre a tutti quelli che sono stati votati (e

non solo ai vincitori del turno) e che ne hanno diritto perché hanno dimostrato creatività ed abilità: i giocatori sono così spinti ad impegnarsi sempre di più per ottenere, se non la vittoria, l'approvazione altrui e l'orgoglio di essere stati all'altezza della situazione.

### 7.3 IL METODO

Per la progettazione di un prodotto che funzioni, è importante definirne sulla carta le caratteristiche, ma è anche imprescindibile la sua prova pratica, senza la quale è impossibile capire come correggere il sistema e quali possono essere i suoi punti deboli. Per quanto mi riguarda, il metodo naturale da seguire è stato quello di produrre un primo prototipo rudimentale da far sperimentare a gruppi di persone più o meno grandi in modo tale che io potessi osservarne i comportamenti ed ottenere feedback sia in tempo reale che ad esperienza conclusa. In generale, dopo un primo test alla cieca in cui ho individuato le prime debolezze del sistema, ho progettato ogni test in maniera specifica per osservare il funzionamento di alcuni particolari, cominciando da quelli più importanti, come il numero di carte e il numero di giocatori, e migliorando il sistema di gioco man mano che i test davano ragione alle mie ipotesi progettuali.

Come ultima osservazione prima di specificare quali sono i meccanismi di gioco, credo sia importante sottolineare che mi sono avvalsa della collaborazione di un bacino di tester diversificato per provenienza e cultura, per un totale di una trentina di persone. Per la prima serie di test, inoltre, ho scelto individui che non avevano mai provato il gioco prima e nemmeno erano al corrente delle specifiche del mio progetto, e solo in un secondo momento ho richiamato persone che avevano già partecipato per monitorarne il cambiamento d'approccio. Non mi addentrerò qui nello specifico per parlarne più approfonditamente in appendice, ma questa scelta si è rivelata vincente in quanto ho notato come, man

mano le persone ripetevano l'esperienza di gioco, queste diventassero progressivamente sempre più competenti e competitive, come raffinarsero le proprie tecniche e superassero addirittura blocchi relazionali che impedivano loro di partecipare pienamente all'esperienza.

#### 7.4 LE DINAMICHE

Il sistema di gioco è basato su regole che normano il meccanismo dei turni e dell'utilizzo del materiale di gioco, ma ritengo sia fondamentale lasciare spazio ai giocatori di decidere che tipo di relazione instaurare l'uno con l'altro e soprattutto in che toni comunicare. Le dinamiche di competizione dipendono infatti direttamente dalle persone che stanno giocando: questi gruppi sono composti quasi sempre da persone che sono più o meno sulla stessa lunghezza d'onda (perché sono amici o parenti) e che hanno già un'intesa naturale che viene accentuata e incoraggiata dal gioco, dalla quale dipenderà poi la tipologia di storia che verrà narrata. Mi spiego meglio. Ogni gruppo di persone, alla luce delle esperienze che queste hanno in comune e del loro livello di conoscenza reciproca e affinità, ha una sorta di mentalità propria. Se si è al di fuori del proprio gruppo e inseriti in un gruppo diverso, come quello della famiglia ci si comporterà di conseguenza, auto-limitando la propria creatività per un verso e aumentandola esponenzialmente dall'altro. Se giocando coi miei amici mi sento infatti libera di non essere politically correct, non è detto che sia il caso di farlo anche quando gioco con mia madre, ma questo non significa che io non riesca assolutamente a giocare ma anzi, che semplicemente invece di raccontare le solite volgarità sono spronata a raccontare cose diverse. Questa libertà permette al mio gioco di adattarsi ed inserirsi in diversi contesti ed essere apprezzato dalle più svariate tipologie di persone.

La dinamica di gioco, invece, si è rivelata al primo assaggio abbastanza spiazzante, perché non si è generalmente abituati a ricevere richieste che lascino così tanta libertà di azione. Questa sensazione è però comune a tutti i giocatori, e i più timidi, anche se comunque più in difficoltà, non si trovano in particolare svantaggio rispetto agli altri. La dinamica è però al tempo stesso molto stimolante e semplice, tanto da permettere in soli pochi turni di abituarsi completamente al meccanismo. In questa prima fase, inoltre, a causa dei tempi rapidi a cui si è costretti, è più facile che si tenda ad improvvisare soluzioni del tutto casuali che sebbene non portino nessun beneficio alla qualità della narrazione, concorrono alla creazione di un clima disteso e leggero che mette a proprio agio tutti i giocatori.

Infine, per quanto riguarda le dinamiche interpersonali connesse al voto, ho scelto di seguire una linea abbastanza democratica ed insolita nell'ambito dei party game. Sebbene abbia affermato nel quarto capitolo che uno dei fondamentali del gioco è quello della sfida, voglio sottolineare che in un party game viene data da chi ne esperienza una grandissima rilevanza alle componenti di divertimento e socialità. Un sistema che a sfide di tutti contro tutti associa un sistema di votazione democratica in cui il voto di ognuno vale uguale e il vincitore è dichiarato dal consenso dei giocatori, elimina la componente di sfida diretta (e quindi più accanita) sostituendola con elementi che favoriscono l'interazione sociale e la costruzione proattiva di qualcosa di soddisfacente. Inoltre è possibile in questo modo sperimentare un tipo di processo creativo inusuale ma molto importante, quello di gruppo: come sottolineato nell'introduzione, è la creatività collettiva a definire la realtà sociale, economica, ecc così come è la collettività stessa a stabilire e condividere codici e simboli, ed è quindi, per i miei fini progettuali, fondamentale.



[IMMAGINE 7.1] le dinamiche di gioco



[7.2]



[7.3]

[7.4]



[7.5]

[7.6]



[7.8]



[7.7]

[IMMAGINI 7.2-7.8] pettegole, casalinghe e parrucchiere, stereotipi moderni

## 7.5 LA COMUNICAZIONE

Il mio sistema di gioco si sviluppa attorno ai due temi fondamentali di narrazione e stereotipo e anche nella fase di progettazione della comunicazione ho deciso di puntare su toni ironici e leggeri che, in linea con il tipo di esperienza che propongo, sdrammatizzino un compito difficile come quello di essere creativi e lo pongano come un'attività abituale e divertente.

Come prima cosa ho ragionato sull'idea del "raccontare storie", tentando di capire il significato molteplice dell'espressione anche in contesti diversi da quello da cui partiva la mia ricerca. Il raccontare storie, molto spesso inventate completamente o parzialmente modificate per risultare più sensazionali, è una prerogativa che solitamente viene associata all'idea stereotipata dell'italiana chiacchierona. Questo personaggio di fantasia che utilizza la narrazione come medium sociale per esporsi quotidianamente verso gli altri può essere identificato in molti modi a seconda dell'area geografica di appartenenza e a seconda del background culturale di chi ne parla, ma viene codificata in gergo giornalistico come *la casalinga di Voghera*.

L'espressione *la casalinga di Voghera* si è radicata ormai nella lingua italiana ed è particolarmente efficace ai fini del mio progetto perché indica allo stesso tempo uno stereotipo e un luogo comune: indica infatti sia un tipo d'individuo stereotipato e definito, ma è anche una forma usata per rappresentare l'italiano medio. In poche parole è la versione semplificata del target di qualsiasi pubblicità televisiva un po' come "la famiglia del Mulino Bianco", e può essere letto sia in chiave negativa se riferito a chi si abbandona passivamente alla fruizione televisiva, o in maniera positiva quando usato come sinonimo di saggezza popolare.

Ho deciso di chiamare il mio gioco *la Casalinga di Voghera* proprio per sfruttare le potenzialità polisemiche di una frase di uso comune che diventa quindi allo stesso tempo immediata e complessa. In quanto espressione tipica moltissime persone

infatti l'hanno già sentita od utilizzata almeno una volta, ne conoscono il significato e lo associano ad un ben determinato contesto. Questa profondità permette al termine di essere largamente compreso e non frainteso, e che richiama in maniera univoca i valori a questo personaggio da sempre associati: semplicità e positività. Il titolo richiama quindi direttamente il contenuto del gioco: i luoghi comuni, gli stereotipi e la sua componente narrativa.

Dal punto di vista strettamente linguistico si tratta di una semplice espressione metaforica che non contiene verbi ed è quindi molto più facile da ricordare. Ideale quindi per la comunicazione promozionale che spesso usa il linguaggio metaforico per raggiungere in modo efficace il target finale. Allo stesso modo il payoff completa il messaggio in modo chiaro e senza creare ambiguità, anzi entra già nel vivo del gioco e specifica ulteriormente i focus principali "il gioco che stimola la tua creatività a colpi di luoghi comuni".

L'ultimo livello di comunicazione che ho progettato è quello visivo. Mi serviva infatti un supporto adeguato all'esperienza di gioco e all'ironia generata dal titolo. Oltre a comunicare le linee guida dell'esperienza ho cercato di fare in modo che il materiale di gioco sia piacevole da usare e da guardare. La sua grafica deve aiutare ad accentuare le emozioni che le dinamiche di gioco fanno scattare. Per progettare lo stile visivo mi sono dunque agganciata a quello che è l'immaginario comune della pettegola associando ad esso figure stereotipate estratte dall'ambiente dei saloni di bellezza e delle parrucchiere. I colori sono alla moda e vintage allo stesso tempo, così come la font utilizzata, per sottolineare l'aspetto sorpassato del luogo comune come effettivo strumento per giudicare la realtà, mentre dal punto di vista degli elementi compositivi ho scelto di costruire una texture che ammicchi a quelle stampate sulle carte classiche ad abbinare ad essa l'uso di pittogrammi dalle linee minimaliste. Rimando comunque al paragrafo 7.9 per una spiegazione più esaustiva di tutti questi elementi.

## 7.6 GIOCATORI E RUOLI

I party games sono progettati per essere giocati da molte persone, perciò generalmente questi prevedono più di quattro giocatori. Esistono dei casi in cui è possibile giocare anche in tre, ma io ho escluso questa possibilità dopo averla testata (test 2): un numero così limitato di partecipanti non è infatti sufficiente per far scattare quel clima di sfida rilassata tipica di un party game. Sempre per lo stesso motivo non sarebbe nemmeno possibile introdurre la figura dell'arbitro, che come spiegherò più avanti sarà fondamentale per il controllo delle dinamiche di gioco.

Per quanto riguarda il massimo numero di giocatori, ritengo non sia possibile eccedere gli otto individui che partecipano singolarmente, non escludendo naturalmente che questi si organizzino in squadre. Il test che ho effettuato per avvalorare quest'ipotesi (test 5) ha dato risultati positivi sebbene l'esperienza sia stata molto caotica: la gestione di tanti giocatori che hanno il compito di parlare a piede libero e confrontarsi è stata complicata, soprattutto a causa della richiesta di rimanere sempre concentrati. Essendo però un party game questa viene spesso e volentieri disattesa, generando momenti tra un turno e l'altro in cui la tensione tende a rompersi. Questa stessa dinamica si viene a ripetere anche nei momenti di decisione dell'arbitro in caso di parità: i giocatori che non sono coinvolti nello spareggio, infatti, si perdono in chiacchiere mentre la decisione viene effettuata. Dal punto di vista progettuale, non ritengo però che sia particolarmente importante essere del tutto rigorosi: questi momenti aiutano e favoriscono infatti la coesione tra i giocatori, il loro rapporto sul piano personale ma anche su quello della confidenza reciproca all'interno del cerchio magico. Un'eccessivo caos può però far naufragare l'esperienza di gioco, per questo motivo il massimo numero di giocatori singoli che possono partecipare è limitato ad otto.

Come già citato un paio di volte, esiste all'interno del gioco una figura speciale, il cosiddetto arbitro. Ho deciso d'introdurre questa figura per fare

da garante del turno di gioco e gestire potenziali situazioni di anarchia in caso si verificassero delle parità. Il ruolo dell'arbitro è ricoperto ogni volta dal vincitore del turno precedente, dunque cambia costantemente, e ha diritto ad un voto speciale rispetto agli altri. Da una parte questo permette agli altri giocatori di rimontare e di arginare i soggetti particolarmente abili dal continuare ogni turno ad accumulare sempre più punti e distaccarsi nettamente dagli altri, dando loro una sensazione costante di poter comunque avere delle possibilità di vittoria finale. Dall'altra è uno strumento di fondamentale importanza per decidere gli equilibri interpersonali tra i giocatori. In caso di parità, infatti, le persone che hanno ricevuto lo stesso numero di voti si rivolgono all'arbitro per stabilire quale narrazione è stata la migliore, e per farlo possono alternativamente giustificarsi o tentare di corromperlo. La giustificazione non è volutamente normata, perché è giusto che i giocatori possano decidere autonomamente quale sia il punto di forza della propria proposta (perché è la più bizzarra, perché propone nuove possibilità narrative, perché sono stati usati in una sola volta tutti i personaggi insieme, e così via). Al contrario, l'arbitro è obbligato a fornire una spiegazione della sua scelta, per evitare che si creino degli squilibri dovuti a preferenze e simpatie verso un determinato giocatore, ma anche per aiutare in un momento d'incertezza con molteplici potenzialità narrative, a indirizzare meglio la storia.

Allo stesso modo, l'arbitro si pone come ago della bilancia in caso un giocatore accusi un altro di plagio. Essendo una delle principali caratteristiche la libertà creativa, non è detto che i giocatori non si influenzino l'un l'altro coi propri racconti, ma stabilire cosa sia davvero copiato è un'operazione molto difficile e soggettiva, ma la stessa natura dei luoghi comuni e degli stereotipi si aggancia ad un immaginario comune che porta i giocatori (soprattutto i meno esperti) ad associarli in maniera simile. Chi si sente plagiato ha dunque il diritto di farlo presente all'arbitro prima che avvenga la votazione, spiegandogli le sue ragioni prima che questo esprima il suo parere. Non ho

ritenuto però necessario prendere provvedimenti che puniscano il plagio: è normale che le persone s'influenzino a vicenda, e che si copino, ma è anche vero che se questo viene fatto troppo evidentemente e senza aggiungere componenti creative, quella proposta non verrà votata, o se lo sarà sarà per motivi strategici e quindi la "punizione" avverrà implicitamente sotto forma di non premiazione da parte degli altri.

Il ruolo dell'arbitro è però anche un ruolo di servizio, e colma quelle che si sono rivelate in fase di test due lacune degne di nota. Come semplici oneri l'arbitro si occupa della gestione del tempo e dell'assegnazione dei punti. Inoltre, siccome il sistema è generalmente molto caotico, i giocatori possono avere difficoltà nel ricordare gli sviluppi della storia: se già è facile distrarsi, con l'aumentare del numero di giocatori e del numero di proposte, è sempre più difficile tenere una traccia precisa in mente degli sviluppi della storia. Il primo compito dell'arbitro è dunque quello di fare un breve riassunto del racconto fino a quel momento: nel farlo si tende naturalmente a riportare soltanto i fatti principali, fornendo una specie di scheletro narrativo che più viene ripetuto più si solidifica, imbrigliando la storia in maniera sempre più fissa e chiara per tutti.

Il secondo problema deriva invece dall'uso dei media fisici che ho previsto: sia le carte che il tabellone sono infatti strumenti direzionati, con un testo leggibile per diritto solo da una parte. Per evitare che i giocatori posizionati in direzioni svantaggiose rispetto al tabellone (che si trovino lontano da esso oppure che lo vedano al contrario) l'arbitro ha dunque il compito di pescare e leggere ad alta voce il contenuto della carta, in modo tale che tutti lo recepiscano contemporaneamente.

## 7.7 REGOLE E MODALITÀ

Il corpus delle regole serve a tenere insieme in maniera armonica ma rigida tutto il sistema di persone, relazioni e dinamiche fin qui descritte, facendo in modo che gli equilibri tra le parti non

si sbilancino facendo fallire l'esperienza di gioco. Stilare delle regole significa dunque fare previsioni su ciò che potrebbe succedere in ogni situazione possibile, significa testare ed osservare le reazioni e i comportamenti di un campione abbastanza vasto di persone, per poter capire in che modo agire in anticipo per impedire ai giocatori dallo sviare dal corso predefinito dell'esperienza. La casalinga di Voghera pone le sue basi sul caos e le decisioni maggioritarie dei gruppi, perciò non ho potuto costruire regole che definiscano le modalità d'interazione tra i partecipanti, e ho dovuto dunque agire dalla parte opposta, agendo per tappare i possibili buchi creati in conseguenza a ogni possibile decisione democratica. Procederò dunque ad analizzare una per una le regole come verranno presentate nella scatola di gioco, per spiegarne la derivazione e le conseguenze.

[IL TEMPO PER RIFLETTERE E RACCONTARE LE PROPOSTE È DI 20 SECONDI] Per definire questa durata mi sono servita di test empirici: solo dall'osservazione diretta delle reazioni e delle impressioni dei miei tester alle varie prove a cui li ho sottoposti ho desunto che venti secondi sono un lasso di tempo sufficiente per produrre e raccontare proposte narrative soddisfacenti, ma anche abbastanza limitato da mantenere la tensione costante.

[LE STORIE DEVONO ESSERE ORIGINALI E DEVONO PORTARE AVANTI LA NARRAZIONE E FAR SUCCEDERE QUALCOSA] Questa regola è fondamentale ma anche abbastanza arbitraria: è molto difficile infatti controllare cosa sia valido o meno a livello narrativo. Ricordo che ciò su cui è basata la narrazione è la progressione di eventi e di cambiamenti, ed è quindi questo che le carte dovrebbero ispirare. Naturalmente, come già spiegato, la votazione democratica non premia necessariamente le proposte più consone allo scopo del gioco: con questa regola non mi aspetto dunque di ottenere risultati certi, ma di incoraggiare i giocatori ad avere esperienza del gioco nella maniera che mi sono prefigurata.

[IL VOTO È DEMOCRATICO] Dalle premesse fatte, è naturale che la scelta e la votazione delle proprie storie preferite sia lasciata totalmente libera. L'unico appunto che è necessario fare però riguarda le modalità di voto: si è obbligati ad esprimere una preferenza e soprattutto non ci si può votare da soli.

[ANCHE L'ASSEGNAZIONE DEI PUNTI È DEMOCRATICA] Ad ogni voto ricevuto corrisponde un punto: sia sulla carta che nella pratica, ho infatti verificato che il ricevere una ricompensa concreta ai propri sforzi ha un impatto molto positivo sui partecipanti, che possono così maneggiare e avere sempre sotto controllo un riferimento del proprio successo. Il vincitore viene ovviamente premiato per la sua bravura, ma l'ammontare di questo bonus è deciso dal caso, per evitare l'irrigidimento del sistema democratico ed inserire nel gioco un elemento di sorpresa ed incertezza.



[IMMAGINE 7.9] un momento di gioco

[PARITÀ E PLAGIO] Per questi due aspetti, come già detto, spetta all'arbitro decidere, motivando sempre le sue scelte.

Queste regole rendono sicuramente interessante e prolifico questo sistema di gioco, chiarito graficamente sotto forma di flowchart dallo [SCHEMA 7.11], ma è anche molto importante per me prevedere un ampliamento dell'esperienza per i giocatori che, avendo già giocato più volte, si sono adattati e abituati alle sue dinamiche. L'allenamento creativo, infatti, non finisce una volta che ne si è presa confidenza, ma anzi, proprio in questo momento può diventare più interessante e probabilmente anche più fruttifero. Ho dunque previsto una modalità di gioco chiamata "super difficile" che si differenzia da quella semplice per il maggior numero di carte in gioco e per la possibilità di usare la carta speciale come non detto di cui parlerò più nello specifico più avanti.

## 7.8 STRUMENTI DI GIOCO

### [TABELLONE]

Il tabellone costituisce un sistema di feedback immediato e coinvolgente e guida l'esperienza di gioco in maniera chiara, suggerendone visivamente lo sviluppo, senza che si debba costantemente guardare le regole. Serve inoltre per tenere conto del progredire della storia, dei suoi cambiamenti e dello scorrere del tempo verso la fine. Dal punto di vista grafico si tratta dunque di una lunga striscia sulla quale posizionare le carte e non è connotato in maniera specifica perché per ogni storia sarà associata una particolare ambientazione, sempre diversa e imprevedibile e lo spazio di gioco deve dunque rimanere neutro.



[IMMAGINE 7.10] il tabellone



[IMMAGINE 7.11] il tabellone

### [TEMPO]

Il tempo è scandito da una clessidra: questo oggetto, tradizionalmente associato allo scorrere del tempo, non solo definisce i turni di gioco, ma è anche un medium fisico che concentra su di sé l'attenzione sia del giocatore narrante, infondendogli una sensazione di urgenza, sia quella degli altri giocatori, che sono in tensione per l'avvicinarsi del proprio turno ed in attesa che il tempo scada per l'avversario.

Per definire la durata precisa dei turni mi sono servito di test empirici: pur sapendo di dover limitare il tempo per i motivi di cui ho parlato nel sesto capitolo, infatti, non ho potuto che trovare conferma nell'osservazione diretta delle reazioni e delle impressioni dei miei tester alle varie prove a cui li ho sottoposti. Venti secondi si sono rivelati dunque un lasso di tempo sufficiente per produrre e raccontare proposte narrative soddisfacenti, ma anche abbastanza limitato da mantenere la tensione costante. Nonostante l'esposizione delle proposte avvenga un giocatore alla volta, ho constatato come i giocatori che sanno di avere ancora tempo per pensare mentre gli altri raccontano, non risultino avvantaggiati, per due motivi: innanzi tutto perché ai fini del voto tutti devono prestare attenzione alla narrazione altrui, ma anche perché, in alcuni casi, spesso se si è inesperti o si è verso la fine della partita, possono venire le stesse intuizioni, ed è dunque avvantaggiato chi può esprimersi per primo.

Ho infine ritenuto raddoppiare la durata del turno finale: dovendo trovare una conclusione narrativa, i giocatori hanno necessità di ricollegarsi alla storia precedente più nel dettaglio, riportando interi stralci di narrazione per farsi comprendere al meglio dagli altri. Dovendo inquadrare il proprio punto di vista rispetto alla storia per giustificare la propria proposta finale i giocatori spendono molti secondi, sottraendoli al tempo di esposizione dei nuovi contenuti.



[IMMAGINE 7.12] la clessidra



[IMMAGINE 7.13] le fiches



### [ PUNTI ]

Per definire l'andamento della partita e alla fine stabilire il vincitore, ho deciso di premiare sempre ogni giocatore con un punto per ogni voto ricevuto. In questo modo i giocatori sono incentivati a continuare a produrre storie interessanti e coinvolgenti anche quando dovesse spiccare sugli altri un giocatore dominante. Per veicolare l'acquisizione del punteggio ho deciso di usare un medium fisico classico, quello della fiche, che fornisce in maniera immediata un feedback sullo stato del gioco e sul bilancio delle forze in campo. Il ricevere una ricompensa concreta ai propri sforzi ha un impatto molto positivo sui partecipanti, che possono così maneggiare e avere sempre sotto controllo un riferimento del proprio successo o di quello altrui, ricavandone uno stimolo al miglioramento o una sensazione di soddisfazione. Inoltre poter vedere quanti punti hanno i propri avversari favorisce comportamenti strategici, soprattutto quando i giocatori sono esperti, che potrebbero forzare delle parità a scapito della qualità della narrazione, impedendo al vincitore "naturale" del turno di ricevere il bonus di punti destinato a chi ottiene la maggioranza. A questo riguardo, dopo una serie di prove, ho stabilito che il premio per il vincitore sia di natura variabile e determinato dal lancio di un dado. Un bonus di questo tipo permette di aggiungere quella componente di fortuna che potrebbe permettere ai giocatori forti di rimontare o comunque di sconvolgere gli equilibri di forze nella fase di conteggio.

### [ LE CARTE E IL MAZZO ]

Le carte sono da sempre uno strumento preciso ed esatto molto pratico e duttile per veicolare e guidare l'esperienza di gioco. Da una parte il medium fisico della carta è familiare a tutti, dall'altra la casualità della loro successione nel mazzo permette che l'andamento del gioco sia sempre diverso e pilotato da una continua scoperta. Esse prevedono infatti una forte componente di fortuna (alea) ma anche un'alta variabilità dovuta alla grande quantità di combinazioni possibili in cui queste possono venire disposte mescolando il mazzo. Nel mio caso i mazzi di carte sono due, uno per le carte luogo comune, su cui sono scritti appunto una serie di luoghi comuni e uno per i personaggi, su cui sono riportati una serie di stereotipi. Queste sono diverse perché in generale nelle narrazioni, ogni qualvolta viene introdotto un nuovo personaggio, il corso della storia viene per forza cambiato, ed è importante segnare in maniera dedicata l'avvento di un nuovo attore. Per aumentare la variabilità e le combinazioni possibili, ma anche per fornire una panoramica più completa dei luoghi comuni e degli stereotipi

italiani, ho deciso di dotare il gioco di un numero di carte di entrambi i tipi molto maggiore del numero massimo di carte necessarie allo svolgimento di ogni partita. Rimando comunque alla lista in appendice di tutte le carte per avere una panoramica più completa.

Come appena accennato, il numero di carte in gioco in una partita è inferiore al totale. Per decidere la composizione del mazzo da usare effettivamente in una partita, ho fatto delle considerazioni sul numero di giocatori ed un ipotetico tempo massimo di quarantacinque minuti per ogni sessione di gioco. Più aumentano le persone, più aumenta anche il tempo di gioco, quindi se si aumentassero le carte insieme al numero di giocatori, la sua durata aumenterebbe esponenzialmente. Quando si gioca in gruppi grandi è infatti molto più facile perdere l'attenzione e distrarsi, ed è dunque necessario riuscire a contenere temporalmente l'esperienza per evitare che rischi di essere sospesa prima del finale. Al contrario ritengo sia interessante prevedere l'ampliamento del mazzo di gioco in caso a farne uso siano giocatori esperti.



[IMMAGINE 7.14] le carte ed il mazzo



[IMMAGINE 7.15] le carte ed il mazzo

### [LA CARTA COME NON DETTO]

Come ho appena detto, è importante per me prevedere l'ampliamento dell'esperienza per i giocatori che, avendo già giocato più volte e si sono dunque adattati al sistema di gioco: l'allenamento creativo, infatti, non finisce una volta che ne si è presa confidenza, ma anzi, proprio in questo momento può diventare più interessante e probabilmente anche più fruttifero. Oltre a suggerire di ampliare il mazzo, aggiungendo sia carte personaggio che luogo comune, ho dunque progettato un nuovo strumento: la carta come non detto. Questa è un bonus che permette di aumentare il livello di difficoltà del gioco, alterandone i livelli di partecipazione e competizione, inserendosi nel vivo della dinamica della sfida, permettendo ai giocatori che ne vogliono fare uso di fermare la narrazione ed apportare delle modifiche nella storia passata, sostituendo una carta luogo comune già sul tabellone con quella appena pescata. Le carte personaggio sono escluse dal come non detto perché costituiscono gli elementi portanti della narrazione, e modificarli in corsa provocherebbe degli sconvolgimenti poco

gestibili. Questi cambiamenti non mettono per forza in difficoltà gli altri giocatori, ma aiutano a definire meglio la narrazione ed i limiti entro i quali ci si può muovere. Con l'avanzare della storia, come già sottolineato, i giocatori si costruiscono a grandi linee un'idea narrativa, che dovrà essere adattata in conseguenza alle modifiche imposte dal salto temporale. In un primo momento avevo destinato l'uso di questa carta all'arbitro, che ne l'avrebbe però trasformata in uno strumento dittatoriale, inoltre alla luce del numero limitato di carte nel mazzo, il suo utilizzo mi è risultato forzato, limitando eccessivamente la libertà degli altri giocatori. Nella versione finale del gioco, allora, il come non detto può essere utilizzato in un turno normale da un giocatore qualsiasi tranne che dall'arbitro, che deve dichiararne l'uso prima che si cominci a narrare per aggiudicarsi il diritto ad esporre la propria idea prima degli altri. Una volta proposta, questa viene giudicata dagli altri giocatori, ed approvata in caso ci sia una maggioranza di pareri positivi. In caso questa non ci sia, il turno prosegue normalmente, per evitare che lo stimolo del luogo comune vada sprecato.

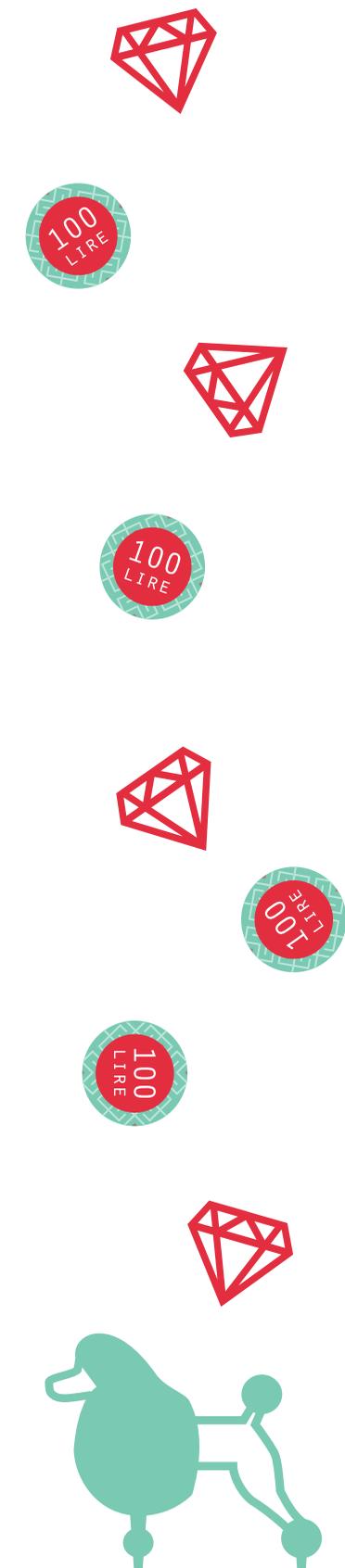


[IMMAGINE 7.16] le carte speciali



### 7.9 LA GRAFICA

Il mio gioco si fonda, come spiegato in precedenza, su una visione stereotipata della donna vista come pettegola, chiacchierona e comare da parrucchiera. Di conseguenza, anche la scelta del mood visivo si sviluppa su due versioni stereotipate di questo concetto: la casalinga e la segretaria. Queste due figure sono espresse da due temi paralleli e compresenti nella grafica del gioco. Il primo è l'immaginario *vintage pop* dell'America consumista degli anni Cinquanta. Il secondo è uno stile più asciutto e minimal che mima l'ambiente impiegatizio dell'Italia degli anni Settanta.



[7.17]



[7.18]



[7.19]



[7.20]



[7.21]



[7.22]



## [IL COLORE]

Per scegliere la palette di colori da applicare alle grafiche del gioco sono partita da una riflessione sull'immaginario legato alla figura della *casalinga di Voghera* e quindi su una visione stereotipata della consumo di massa.

Quindi ho definito una coppia cromatica che richiama direttamente i prodotti di consumo del boom economico americano (frigoriferi, macchine ed elettrodomestici vari), considerato l'età dell'oro della comunicazione pubblicitaria. L'impatto visivo, per intenderci, è quello dello smalto vivace e pastello di un frigorifero nella cucina di *Happy Days*.

C 38  
M 00  
Y 20  
K 00

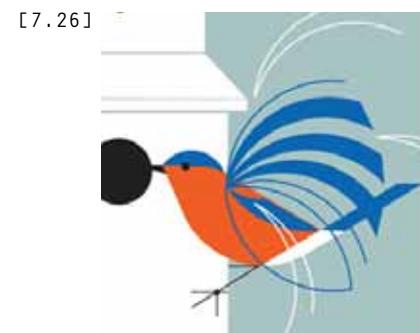
C 08  
M 100  
Y 42  
K 00



[7.23]



[7.24]



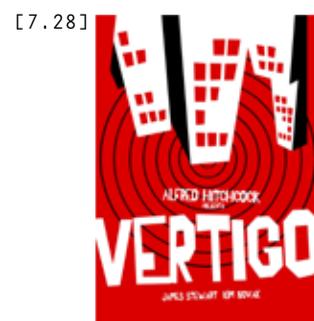
[7.26]



[7.25]



[7.27]

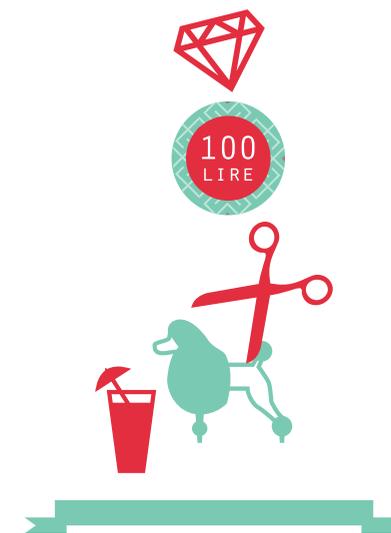


[7.28]

### [IL VINTAGE POP]

Agli anni Cinquanta e alla cultura americana è riconducibile anche un linguaggio visivo fondato sull'immagine vettoriale. Gli *outline* spariscono per dare spazio a campiture nette di colore che definiscono le forme e gli oggetti eliminando sfumature ed ambiguità. È la nascita del linguaggio iconico così come oggi lo conosciamo.

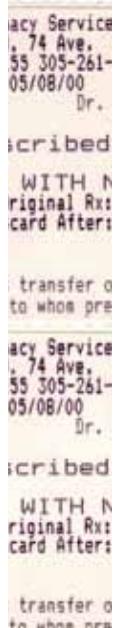
La mia scelta è caduta quindi su icone vettoriali proprio per sottolineare in modo consapevole e critico l'uso di questo linguaggio che nel tempo è diventato stereotipato.





[7.29]

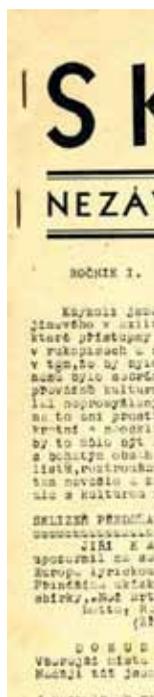
[7.30]



[7.31]



[7.32]



[7.33]



[ LA FONT ]

La font *Orator* è un carattere disegnato nel 1987 a John Scheppeler per IBM. Pensato per essere strettamente funzionale e legato all'uso di strumenti tecnici come la telescrivente, la macchina da scrivere e i primissimi personal computer, è composto di sole lettere maiuscole e maiuscolette. Nella pratica era usato per la trascrizione di discorsi e la redazione di tabulati.

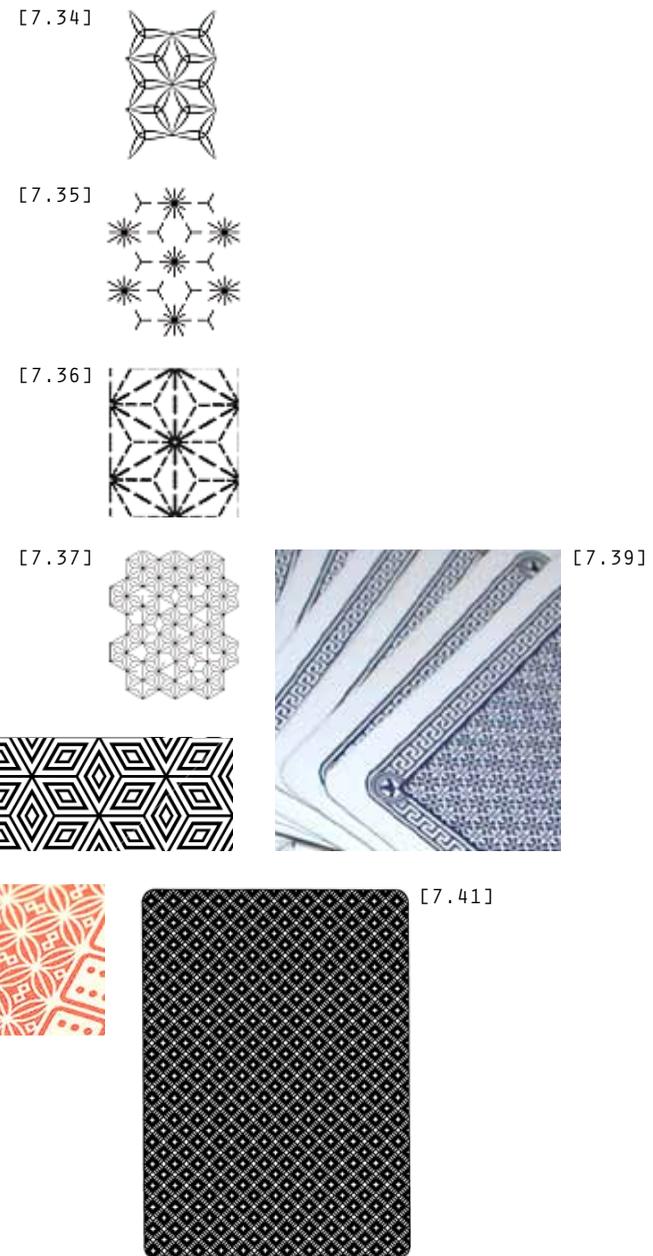
La scelta di questo carattere tipografico è dunque legata all'immagine della segretaria, altro stereotipo della donna italiana nel dopoguerra.

ORATOR MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 òÀÙÉÈ 0123456789 + - \* / = ( ) { }  
 [ ] ! ? ^ , . - ; : " £ \$ % & | \_ ° § ç \*

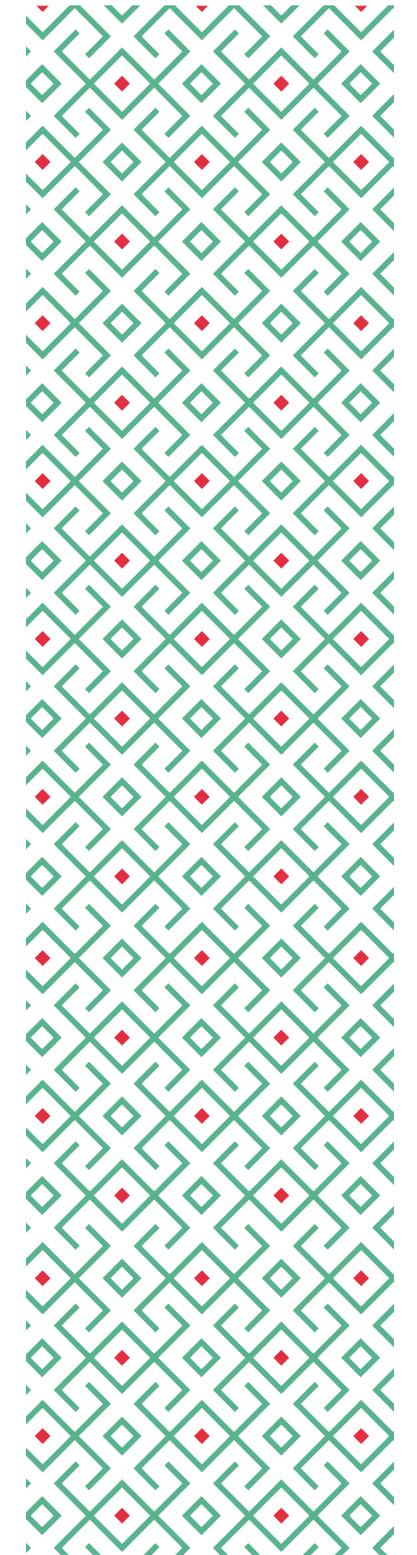
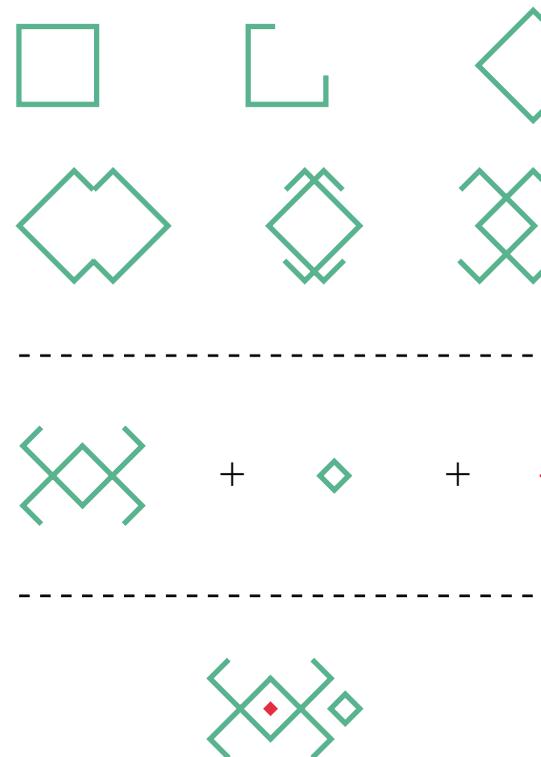
ORATOR MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 òÀÙÉÈ 0123456789 + - \* / = ( ) { }  
 [ ] ! ? ^ , . - ; : " £ \$ % & | \_ ° § ç \*



[LA TEXTURE]

Le carte de *la casalinga di Voghera*, non hanno la funzione e l'uso delle normali carte da gioco, ma si ispirano a queste nella forma e nello stile grafico. Il retro delle carte è decorato con una tema che s'ispira direttamente alle classiche carte da poker. La texture che ho creato è dunque geometrica, ha base quadrata e, riprendendo un disegno più tradizionale, usa un linguaggio stilizzato che fa il verso alle grafiche primitive dei computer di fine anni Settanta. Sulle carte tradizionali i disegni monocromatici, perché con l'uso di due colori diversi è destinato alla distinzione tra i mazzi. Nel mio caso, questi sono già caratterizzati da pittogrammi molto riconoscibili, e mi è perciò possibile usare tutta la palette a mia disposizione per tingere la stessa texture.



## 7.10 LO STORICO DI PROGETTO

Prima ancora di cominciare la vera e propria, sono partita dalla definizione di quelli che nel campo del branding e del marketing sono chiamati keywords, ovvero quell'insieme di caratteristiche che definiscono l'anima di un'azione o di un prodotto. Le parole chiave da me identificate sono:

[DISCUSSIONE] Ho scelto di dare a tutti i giocatori lo stesso fine comune, da raggiungere in maniera collettiva, il quale non riesce a generare una dinamica abbastanza conflittuale da rendere il gioco interessante. Perciò è necessario accendere la sfida tra i giocatori stimolandone la discussione.

[SINTESI] Creare una storia può essere un processo molto lungo, a discapito della piacevolezza dell'esperienza, quindi serve costruire un sistema di sfide affinché queste siano brevi e gli stralci di storia sintetici.

[UNICITÀ] Ogni esperienza di gioco deve essere diversa, perciò ogni storia deve essere unica. Lo stimolo narrativo deve variare costantemente, quindi le carte dovranno essere molteplici e mescolate in successioni casuali.

La stesura della prima bozza è partita da una divisione forzata delle fasi di gioco in tre momenti in base ai tre diversi macro momenti della narrazione: un'introduzione in cui vengono definiti protagonista e contesto; uno svolgimento, il cui andamento è scandito dalla rottura dell'equilibrio iniziale tramite l'infrazione di un divieto, dall'arrivo di un antagonista che pone un ostacolo da superare e dall'arrivo di un aiutante inaspettato; ed infine un momento di superamento grazie a cui viene ristabilito l'equilibrio. A queste tre fasi ho pensato di far corrispondere tre diverse modalità d'interazione tra i giocatori e tre diverse modalità di usare la propria creatività: il brainstorming, in cui i giocatori collaborano, gli allenamenti di DeBono di cui ho parlato nel secondo capitolo in cui i giocatori si sfidano ma hanno uno scopo comune e l'introduzione nel finale di uno sti-

molo casuale che dev'essere inserito in un contesto ormai definito e cristallizzato, per cui tutti i giocatori si sfidano per prevalere l'uno sull'altro.

Dal punto di vista della dinamica di gioco, la prima fase doveva essere costituita dalla definizione di tutti gli elementi necessari a sostenere la storia durante tutto il corso della narrazione.

La seconda fase si sarebbe dovuta svolgere con un sistema a opposizioni tra tutti o tra coppie di giocatori tale per cui questi avrebbero dovuto sfidarsi in un breve lasso di tempo nella creazione di brani ispirati a dei luoghi comuni. I brani così creati avrebbero dovuto giustapporsi l'uno con l'altro costituendo, così, la narrazione. Per movimentare la dinamica, le sfide avrebbero potuto essere inasprite dall'introduzione di carte conflitto che permettevano ai giocatori di mettersi i bastoni tra le ruote.

Nonostante i migliori intenti, non solo ho trovato subito grandi difficoltà di progettazione, ma il meccanismo stesso si è rivelato complicato e poco coinvolgente, in particolare per quanto riguarda il sistema previsto per memorizzare i dati, ovvero la scrittura.

Dalla scrematura delle idee iniziali ho subito formulato un'altra ipotesi, introducendo un particolare sistema di voto basato sulla decisione democratica dei giocatori, i quali hanno la possibilità di esercitare la propria preferenza nei confronti di chi ritengono essere stato il concorrente migliore del turno, tentando di farlo vincere. Comunque, tutti i giocatori, per ogni voto ricevono un punto. Ho anche introdotto una figura speciale, quella dell'arbitro, che decide in caso di parità chi vince la sfida. A turno tutti ricoprono il ruolo del master, che non gioca ma legge a tutti la carta pescata per evitare che la propria disposizione rispetto al tavolo porti uno svantaggio ad alcuni giocatori. Il master riassume prima di ogni turno la storia e ha il diritto di contestare e porre al turno delle limitazioni extra.

Ho inoltre definito due diversi tipi di carte, quelle personaggio ispirate a dei tipici stereotipi italiani

come il macellaio e la shampista e quelle luogo comune, mescolate nel mazzo in numero diverso a seconda del numero dei giocatori e del livello di difficoltà a cui i giocatori decidono di sfidarsi. L'ipotesi è quella che i personaggi segnino sempre dei cambiamenti che nella narrazione sono più importanti rispetto agli altri. Mescolarli insieme, introducendo dunque un ulteriore livello d'incertezza nella successione delle carte, influenzerà dunque molto l'andamento della narrazione.

Per alleggerire la fase iniziale del gioco, ho deciso che la situazione iniziale dovesse essere definita in base ad un brainstorming collettivo i cui spunti nascessero dall'associazione di un personaggio con un luogo comune.

Nonostante questa versione fosse già più strutturata della precedente ed è risultata un ottimo inizio per la progettazione, ne ha anche rivelato le possibili insidie. Il sistema mi è parso infatti risultare molto caotico a causa della figura dell'arbitro, la cui introduzione da una parte ha permesso di snellire e semplificare la meccanica generale, ma dall'altra ne ha complicato l'andamento.

Facendo un passo indietro, ho dunque tentato di eliminare la figura dell'arbitro dal corpus delle dinamiche di gioco. In questa variante i giocatori, invece di sfidarsi, avrebbero dovuto giocare a turno singolarmente per vincere l'approvazione altrui. Eliminando il master, e dunque i suoi privilegi, ho potuto concentrarmi sulla definizione più dettagliata delle dinamiche del gioco.

Ho capito allora di dover costruire uno strumento che potesse sconvolgere la narrazione costituendo sia un vantaggio che uno svantaggio per i giocatori. Grazie ad una carta speciale, una volta sola, prima del finale, il giocatore di cui è il turno può avere il diritto di narrare per il passato prossimo o per il futuro a breve termine, senza dover essere votato perché la sua proposta venga accettata.

Alla luce dell'introduzione della carta speciale nella variante precedente, sono tornata a valutare la seconda variante, le cui dinamiche, seppur caotiche, risultano essere abbastanza inusuali nell'am-

bito dei giochi. Ho, così, semplicemente ripreso la versione del gioco con l'arbitro, definendone meglio le caratteristiche e le modalità d'interazione coi giocatori e gli ho destinato l'utilizzo della carta speciale.

A questo punto mi sono concentrata su dettagli più specifici del funzionamento pratico della dinamica di gioco: la composizione del mazzo e la possibilità di introdurre un tabellone su cui poter apporre un'immaginaria linea temporale del racconto su cui muovere una pedina che fornisca ai giocatori un feedback in tempo reale del progredire dell'esperienza.

Per quanto riguarda il primo problema, che ho cercato di analizzare dal punto di vista dei giocatori, ho considerato il numero di persone che partecipano in media all'esperienza, al tempo complessivo di un turno e la durata media massima che ho deciso che il mio gioco avesse, arrivando a quantificare un numero medio di carte che non facesse superare all'esperienza un tempo medio di 45 minuti. L'uso di una linea temporale è stato accantonato in conseguenza alla limitazione del numero di carte in gioco: essendo poche, l'operazione più naturale che i giocatori compiono è osservare il mazzo che diminuisce: la concretezza di questo gesto e l'immediatezza del feedback fornito rendono dunque superflua una linea temporale, il cui utilizzo si è rivelato dai test eccessivamente macchinoso nonché marginale.

## 8. APPENDICI



## 8.1 LISTA DELLE CARTE

### [ LUOGHI COMUNI ]

Gallina vecchia fa buon brodo  
A buon intenditore poche parole  
Tutto fumo e niente arrosto  
Rosso di sera bel tempo si spera  
Sopra la panca la capra campa  
La lingua batte dove il dente duole  
Aprile dolce dormire  
Chi semina vento raccoglie tempesta  
Con lacrime e lamenti non si cura il mal di denti  
Peli e guai non mancan mai  
Natale con i tuoi, pasqua con chi vuoi  
É l'uccello più veloce ad afferrare il verme  
Buon sangue non mente  
Chi non risica non rosica  
Gli dai un dito, si prendono un braccio  
Campa cavallo che l'erba cresce  
Chi la fa l'aspetti  
Non si vive di solo pane  
Nessuno fa niente per niente  
Chi non ha il gatto mantiene i topi  
L'abito non fa il monaco  
Chi si loda s'imbroda  
Appena lavi la macchina, piove  
Can che abbaia non morde

Chi dice donna dice danno  
Chi ben comincia è a metà dell'opera  
Mani fredde cuore caldo  
La paura fa novanta  
Il mondo è piccolo  
L'occasione fa l'uomo ladro  
Ride bene chi ride ultimo  
L'eccezione conferma la regola  
Se son rose fioriranno  
È il pensiero che conta  
Non ci sono più le mezze stagioni  
Al cuor non si comanda  
I giovani non sono più quelli di una volta  
Si stava meglio quando si stava peggio  
Ogni scarrafone è bello a mamma sua  
Il primo amore non si scorda mai  
Se non vedi la fine del tunnel, arredalo  
Patti chiari, amicizia lunga  
Prendere 2 piccioni con una fava  
Chi fa da se fa per tre  
Il nuoto è uno sport completo  
La notte porta consiglio  
Non c'è più religione  
Chi si fa i fatti suoi campa cent'anni  
È tutto un magna magna  
Non tutte le ciambelle riescono col buco  
Sanremo era meglio l'anno scorso

Il mattino ha l'oro in bocca  
L'appetito vien mangiando  
Uomo avvisato mezzo salvato  
Il vino fa buon sangue  
Il troppo stroppia  
Chi non muore si rivede  
Si stava meglio quando si stava peggio  
L'apparenza inganna  
Non dire gatto se non l'hai nel sacco  
Tutti i gusti son gusti  
Chi si accontenta gode  
Chi ha tempo non aspetti tempo  
Chi troppo vuole nulla stringe  
Il lupo perde il pelo ma non il vizio  
Tutto il mondo è paese  
L'ozio è il padre dei vizi  
Morto un papa se ne fa un altro  
Chi dorme non piglia pesci  
Tra i due litiganti il terzo gode  
Non ci sono più le mezze stagioni  
Chi va con lo zoppo impara a zoppicare  
Chiodo scaccia chiodo  
Donne e buoi dei paesi tuoi  
Occhio non vede, cuore non duole  
Quando è sera si chiudono le porte  
Le disgrazie non vanno mai sole  
Le bugie han le gambe corte

### [ PERSONAGGI ]

La zitella  
La portinaia  
Il giovane dentro  
Lo stilista  
La shampista  
Il turista giapponese  
Il macellaio  
Il becchino  
Il palestrato  
L'artista incompreso  
Il boyscout  
L'idraulico  
Anziani che guardano i lavori  
Il voyeur  
Il papa  
Il pubblico parlante  
L'opinionista  
I giovani d'oggi  
Il sopravvissuto  
Il principe azzurro  
La cartomante  
La ballerina brasiliana  
La filippina  
Il fantasma del passato  
La vedova allegra  
L'anima in pena

## 8.2 I RISULTATI DEI TEST

In questa appendice riporto tutti i risultati dei test effettuati e le impressioni più importanti grazie a cui ho potuto riflettere per raffinare e correggere dinamiche di gioco e regole. Ho dunque costruito un primo prototipo rudimentale da far sperimentare a gruppi di persone più o meno grandi in modo tale che io potessi osservarne i comportamenti ed ottenere feedback sia in tempo reale che ad esperienza conclusa.

In generale, dopo un primo test alla cieca in cui ho individuato le prime debolezze del sistema, ho progettato ogni test in maniera specifica per osservare il funzionamento di alcuni particolari, cominciando da quelli più importanti, come il numero di carte e il numero di giocatori, e migliorando il sistema di gioco man mano che i test davano ragione alle mie ipotesi progettuali.



### [ IL PRIMO TEST ]

Numero giocatori: 5  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 15 secondi  
Carta speciale: no  
Corruzione: sì  
Parità: sì  
Mazzo: 6 personaggi e 24 luoghi comuni  
Finale: sì (forzato alla casella 35 su 50)  
Durata: un ora

Il primo test è servito principalmente per capire se la dinamica di gioco studiata sulla carta poteva funzionare sia dal punto di vista della piacevolezza dell'esperienza da parte dei giocatori sia per quanto riguardava le regole e i meccanismi. Tutti i giocatori hanno capito subito le regole di base ed in particolare l'utilizzo dei luoghi comuni che si sono da subito rivelati sia un limite sia un ottimo spunto dal quale attingere al proprio bacino creativo. Il ruolo dell'arbitro è stato ricoperto da subito da chi aveva vinto la sfida prece-

dente: questa si è rivelata essere la scelta migliore per tenere equilibrati i ruoli dei giocatori perché da subito si sono distinti due partecipanti, ed il loro blocco è stato favorevole agli altri, che hanno faticato di più a inserirsi nella dinamica di gioco per indole personale.

Alcuni giocatori hanno sollevato dubbi riguardo a particolari luoghi comuni, che non erano conosciuti e di conseguenza non compresi e hanno chiesto di poter passare il turno. Impedendo loro di passare, la tensione si è mantenuta alta e questi giocatori hanno dovuto inventarsi letture alternative a quella più legata al significato metaforico del luogo comune, dimostrando dunque la malleabilità stessa della comprensione del luogo comune. Soprattutto nei primi turni, alcuni giocatori hanno interpretato le carte in maniera analogica, sollevando il dubbio di cosa potesse essere essere considerato plagio o meno. La soluzione è arrivata naturalmente: decide l'arbitro. Naturalmente questa decisione è soggettiva e va motivata, perché in alcuni casi ciò che può sembrare un plagio è in realtà una deduzione automatica derivante da un determinato luogo comune. Nello specifico, due giocatori hanno interpretato la figura del macellaio come quella di un omicida armato di mannaia: non si trattava dunque di plagio ma dell'utilizzo di un personaggio che è ormai topico nella cultura popolare moderna derivante dai film horror.

Per quanto riguarda la durata della partita, questa è stata regolata dal tabellone, la cui fine era stata posta alla casella numero 50, che però non è mai stata raggiunta: le continue pause di riflessione e il tempo dei turni che non è mai stato strettamente rispettato hanno dilatato a dismisura i tempi, costringendomi a forzare il finale dopo un'ora di gioco alla casella numero 35. Sulla totalità delle carte in gioco sono stati usati solamente due personaggi e otto luoghi comuni, lasciando sul tavolo la gran parte del mazzo.

Infine, si è verificato subito un finale con una tripla parità: la gestione del bonus finale di soli 5

punti non è bastata a staccare il vincitore dell'ultima sfida dagli altri. La situazione è però stata risolta dall'introduzione di una nuova regola che prevede che i giocatori pari peschino un luogo comune extra da collegare al proprio finale col tema "cosa succede il giorno dopo".

### [ IL SECONDO TEST ]

Numero giocatori: 3  
Modalità: senza l'arbitro, tutti contro tutti  
Tempo: 20 secondi  
Carta speciale: sì  
Corruzione: no  
Parità: sì  
Mazzo: 4 personaggi e 16 luoghi comuni  
Finale: no  
Durata: mezz'ora

L'esperienza è stata in generale poco dinamica e non particolarmente spontanea perché non è stato possibile né completare il gioco né arrivare a una sufficiente confidenza con le dinamiche di gioco per sciogliere la creatività dei partecipanti. Inoltre, il numero di partecipanti non è stato sufficiente per far scattare quel clima di sfida rilassata tipica di un party game. Sempre per il numero ristretto di giocatori non è stato possibile introdurre la figura dell'arbitro. Questo, associato ad un difficile presentarsi della situazione di parità ha automaticamente escluso la possibilità di assegnare il bonus di merito ai giocatori vincitori del turno in maniera diretta. Questa condizione non ha provocato effetti positivi ma solamente negativi: da una parte è mancato un ago della bilancia dal punto di vista del feedback personale e dall'altra è venuta a saltare la possibilità di convincere i propri rivali/compagni.

La parità può esserci nel caso in cui ognuno venga votato da un altro. Questa situazione genera confusione nei giocatori che non sanno cosa fare e possono esserne scoraggiati. Quando durante il

test si è verificata, il luogo comune è stato scartato e sostituito da un altro. Questa regola ha però portato i giocatori a generare volontariamente questa situazione di stallo per annullare l'effetto di quelle carte luogo comune non particolarmente gradite. Il cerchio magico è stato in questo modo spezzato, e dopo due turni singhiozzanti la partita è stata sospesa prima che si finisse il giro dell'ultima carta. Dal mazzo sono stati pescati quattro luoghi comuni e due personaggi.

### [ IL TERZO TEST ]

Numero giocatori: 4  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 20 secondi (stretti)  
Carta speciale: no  
Corruzione: sì  
Parità: sì  
Mazzo: 5 personaggi e 15 luoghi comuni  
Finale: sì (posto alla casella 40)  
Durata: quasi un'ora

Da questo test ho rilevato quanto sia importante che il master faccia un riassunto della situazione fino a quel momento prima di leggere la carta. In questo modo non solo è più facile giocare ma la narrazione viene asciugata nei suoi minimi termini, diventando più malleabile e modificabile.

Le chance di parità sono poche ma pur sempre maggiori rispetto a quanto evidenziato dalla prova a tre giocatori. Diversamente da allora, però, i giocatori non hanno sfruttato la parità per ostacolare la narrazione, il cui scorrere era comunque garantito dall'arbitro. I giocatori hanno tentato tutti entrambe le strade della corruzione (proponendo ricompense in fiches) e del convincimento, interagendo e discutendo più tra loro che col master stesso. Questa dinamica ha sottolineato non solo l'alto livello di partecipazione e competizione tra i giocatori ma anche il loro diretto interesse nella creazione di una storia di qualità.

Un'altra osservazione che mi è stata fatta riguarda i "blocchi", ovvero cosa succede se non si ha niente da dire. Dopo aver valutato sia il salto di turno che l'obbligo alla narrazione, sono giunta alla conclusione che quest'ultima possibilità sia la migliore, per due motivi: da una parte se si è bloccati e si rinuncia al proprio turno ci si "raffredda" e si abbassa di conseguenza il livello della sfida dal punto di vista sia qualitativo che di quanto questa è accesa, dall'altra perché nel tentativo forzato di dire qualcosa si finisce quasi sempre a dire delle idiozie irrilevanti (ma non necessariamente) ai fini della narrazione, ma che legano tra loro i giocatori. Qualora i giocatori dovessero essere esperti e la situazione dovesse pesare, ci sarebbe comunque la carta del salto temporale a garantire sulla validità della narrazione.

Il gioco si è concluso naturalmente alla casella finale del tabellone, "anticipata" di dieci caselle e dal mazzo sono stati pescati tre personaggi e dieci luoghi comuni. Secondo i giocatori la durata dell'esperienza è stata appropriata, anche se è stato notato come un altro paio di turni al massimo non avrebbe allungato eccessivamente i tempi.

-----

#### [ IL QUARTO TEST ]

Numero giocatori: 4  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 20 secondi  
Carta speciale: no  
Corruzione: no  
Parità: sì  
Mazzo: 6 personaggi e 18 luoghi comuni  
Finale: sì (a 30)  
Durata: quasi un'ora

Con 4 giocatori chi vince il turno in modo diretto riceve sempre 5 fiches (il bonus ne vale 3), in questo modo la situazione punti avanza grosso modo costantemente. questo non crea particolari problemi però sarebbe più interessante

introdurre un elemento casuale nel valore del bonus. in caso di parità i giocatori hanno provato sia la corruzione che il convincimento, ed ogni volta l'arbitro ha spontaneamente motivato la sua scelta. questo dettaglio è indice dell'alto livello di partecipazione dei giocatori nei confronti della qualità della narrazione, ma anche dell'interesse e del rispetto nei confronti degli altri, aumentando la coesione piuttosto che inasprire gli eventuali contrasti derivanti da un aggressivo clima di sfida.

I giocatori alla seconda esperienza (che si sono offerti volontari prima che io chiedessi loro di partecipare ad un altro test) hanno notato che rispetto alla prima volta, nella quale aveva regnato il nonsense in un clima di sperimentazione, il gioco è sembrato più interessante perché spinti da una maggiore riflessione creativa. Essendo, infatti, già a conoscenza delle dinamiche di gioco e di comportamento, è stato per loro più facile adattarsi ad una situazione definita bizzarra e scandita da ritmi molto veloci. La valutazione della persona che non aveva mai giocato è stata molto utile invece per una riflessione sul target di gioco. Pur trovando il gioco coinvolgente, aggregante e divertente, questo giocatore ha seguito una dinamica di gioco parallela a quella che avevo finora incontrato. Questa persona è stata messa in difficoltà dalla natura conflittuale del gioco, specialmente nel momento di esprimere la propria idea e in quello del voto. Il timore di essere giudicati per le proprie idee e per le proprie scelte l'ha messa in una iniziale difficoltà, che è stata però superata man mano che si prendeva confidenza col gioco. Questo tester non ha dato apporti particolarmente travolgenti alla storia, ma ha invece contribuito molto ad alleggerire il clima: l'imbarazzo e la difficoltà di pensare a mente fredda a soluzioni macchinose sono parzialmente scomparsi quando il giocatore ha cominciato ad improvvisare, inserendosi finalmente nella dinamica adrenalinica del gioco.

Questo test è stato particolarmente importante per me perché ha dimostrato che chi ha già giocato ha voglia di ripetere l'esperienza, anche a pochi giorni dalla prima volta, ma soprattutto

perché la loro conoscenza precedente del gioco non solo li ha aiutati a giocare più facilmente, ma li ha anche posti su un "piano creativo" più avanzato. Mi spiego meglio: una maggiore conoscenza del gioco e delle sue dinamiche, è corrisposta una maggiore consapevolezza dell'uso della propria creatività. La sfida si conferma dunque come positiva e sempre più stimolante man mano si ripete. Dall'altra parte, invece, ho appurato che il gioco risulta interessante anche a persone che normalmente non giocano e si trovano anzi in difficoltà in contesti sociali competitivi, come d'altronde ogni party game dovrebbe essere.

La partita è finita alla casella finale posta sul 30, ed il mazzo è stato quasi tutto esaurito, con quattro personaggi e tredici luoghi comuni sul tavolo.

-----

#### [ IL QUINTO TEST ]

Numero giocatori: 7  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 20 secondi  
Carta speciale: no  
Corruzione: sì  
Parità: sì  
Mazzo: 3 personaggi e 7 luoghi comuni  
Finale: sì (esaurimento carte)  
Durata: un po' più di 3/4 d'ora

Ho fatto questo test per verificare degli aspetti tecnici: il cambiamento delle dinamiche di gioco con un grande gruppo di persone, la composizione del mazzo e l'effettiva utilità della linea del tempo. Sperimentando la seconda versione della composizione del mazzo, che prevede un numero ristretto di carte, calcolato facendo una stima del tempo medio impiegato per giocare un turno (in appendice), ho eliminato la linea temporale, la quale in precedenza era stata usata per sancire la fine del gioco, ma che era di difficile gestione perché troppo "separata" dalla dinamica normale di gioco. Effettivamente il gioco è risultato più

scorrevole (non ci si è dovuti ricordare di tirare il dado) ed il feedback di avanzamento non è mancato: invece di vedere una pedina avanzare sul tabellone, i giocatori hanno tenuto conto della corposità della mazzo, che si andava naturalmente assottigliando man mano si susseguivano i turni.

Per quanto riguarda il numero di giocatori, l'esperienza è andata bene, ma è stata molto caotica: la gestione di tanti giocatori che hanno il compito di parlare a piede libero e confrontarsi è complicata, soprattutto perché a differenza della maggior parte dei giochi non c'è mai un momento di stacco ma devono tutti essere sempre concentrati. Questo fa sì che tra un turno e l'altro la tensione tenda a rompersi, dando luogo a momenti abbastanza indisciplinati. Questa dinamica si ripete anche nei momenti di decisione dell'arbitro in caso di parità: i giocatori non coinvolti nello spareggio, infatti, si perdono in chiacchiere. Non è importante che si sia rigorosi, anzi, questi momenti aiutano la coesione tra i giocatori, ma un'eccessivo caos può far naufragare l'esperienza di gioco. Questa prova è stata fondamentale, perché mi permette di definire in linea di massima il numero massimo di persone che possono giocare singolarmente. In questo stesso contesto, le storie forti e particolarmente creative vengono maggiormente premiate, definendo così maggiormente gli equilibri tra i giocatori e delineando una linea narrativa più marcata, sopperendo così alle eventuali lacune derivanti dalla poca concentrazione dei giocatori. Sempre riguardo questa situazione, è stato di fondamentale importanza il punto della situazione che l'arbitro deve fare ogni volta prima del turno, ma non è ancora regolato abbastanza: alcuni giocatori sono stati molto sintetici, altri invece si sono trovati più in difficoltà, fornendo riassunti troppo articolati e dettagliati.

Le impressioni registrate dai partecipanti alla prima esperienza sono state tutte positive. In particolare è stato associato l'uso del luogo comune a quello della metafora, usabile su più livelli di significato e comprensione, a seconda dei quali è stato notato essere più o meno facile l'astrazione. Un

giocatore a differenza degli altri ha dichiarato di ispirarsi più al significante del luogo comune che al suo significato per ottenere un vantaggio sugli altri e tenersi aperte più possibilità narrative contemporaneamente. Un'altra osservazione riguarda l'idea stessa alla base del gioco: la componente sociale del gioco, sviluppa non solo le relazioni tra i giocatori ma favorendo anche la discussione e la comprensione reciproca dà l'opportunità di riscoprire il piacere di farsi ascoltare e confrontarsi direttamente con gli altri, abitudine che oggi si sta man mano perdendo. Questo commento è stato particolarmente apprezzato perché sottolinea la qualità della narrazione che Benjamin definiva originaria. Un giocatore tra i sette, invece, era alla sua terza esperienza: riconfermando le sue impressioni iniziali, ha aggiunto che nel tempo si era fatto più esperto, avendo memorizzato ed automatizzato i comportamenti di gioco.

-----

[ IL SESTO TEST ]

Numero giocatori: 6  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 20 secondi  
Carta speciale: no  
Corruzione: sì  
Parità: sì  
Mazzo: 3 personaggi e 7 luoghi comuni  
Finale: sì  
Durata: 40 minuti

Ho studiato questo test appositamente per consolidare le considerazioni fatte nei test precedenti e per sperimentare un ultimo dettaglio riguardante il bonus di punti. Siccome un ammontare del bonus costante risulta troppo meccanico e dopo un po' il riceverlo perde buona parte del suo valore gratificante, ho deciso di renderlo variabile in base al lancio di un dado: aggiungendo la componente di fortuna il giocatore che ha vinto il turno si sente doppiamente responsabile del suo successo, e gli altri invece possono

sperare in un tiro sfortunato perché il giocatore non si aggiudichi troppi punti. Questo sistema ha funzionato bene, e nel finale il vincitore non è risultato così scontato.

Per il resto l'esperienza è stata del tutto soddisfacente, anche se si è verificato un momento di impasse causato dalla vincita di un turno da parte di qualcuno che non ha fatto una vera e propria narrazione. Mi spiego meglio. Questo gioco è studiato per far progredire costantemente la storia, ogni luogo comune ma soprattutto ogni personaggio sono degli spunti per inventarsi degli eventi, dei cambiamenti, e non, come è stato fatto in questo caso, per inventarsi dettagli irrilevanti ai fini dello sviluppo narrativo. Come spiegato nel 3 capitolo infatti quanto fatto da questo giocatore è stato descrivere, raccontare qualcosa, senza però aggiungere nulla alla storia. Sottolineare questo aspetto sarà dunque molto importante in fase di stesura delle regole.

-----

[ IL SETTIMO TEST ]

Numero giocatori: 6  
Modalità: con l'arbitro  
Tempo: 20 secondi  
Carta speciale: sì  
Corruzione: sì  
Parità: sì  
Mazzo: 3 personaggi e 7 luoghi comuni  
Finale: sì  
Durata: 3/4 d'ora

Questo test è stato molto importante perché per la prima volta ho introdotto la carta del salto temporale, sperimentandola in una maniera "non normata". Ho permesso che la carta si giocasse normalmente all'arrivo del proprio turno, ma ho imposto che venisse votata prima di tutte le altre proposte: così facendo credevo di stimolare tutti i giocatori, ma in realtà quello che è successo è stato semplicemente creare una situazione in cui

tutti i giocatori hanno tentato grossolanamente di costruirsi delle strategie, bloccandosi da soli e rallentando la narrazione. Inserire la carta speciale nel turno normale va bene, ma credo che mischiare le proposte "nel passato" con quelle "nel presente" crei un'eccessiva confusione. Inoltre, due giocatori si sono avvalsi dello stesso diritto nello stesso turno, generando una situazione molto difficile da gestire: i giocatori non capivano la necessità di votare un salto temporale quando avevano già deciso di dare la propria preferenza a qualcun altro, e molti non volevano proprio votare. È interessante notare come in questo modo escano allo scoperto le strategie dei giocatori, ma in generale questo aspetto ha bisogno di essere ancora da sistemare per evitare che il caos controllato si trasformi in anarchia e la funzione della carta temporale venga perduta.

Per questa prova mi sono servita dei giocatori che in passato si erano distinti per la propria abilità: non essendo possibile trovare degli esperti del gioco, ho quindi fatto una scrematura e scelto chi ritenevo più in grado di gestire questo nuovo strumento. L'insieme particolare di questi giocatori, essendo quasi tutti dominanti o prime donne, ha reso quest'esperienza esaltante sia dal punto di vista dei risultati e delle performance, ma anche da quello delle relazioni interpersonali in ballo. Il livello di competizione e le strategie di voto messe in atto da quasi tutti i giocatori hanno permesso l'insorgere di molte situazioni limite che hanno testato la validità dei limiti e delle regole da me imposti.

Si è anche verificata un'insolita situazione nella fase iniziale: ad una prima parità ne è seguita un'altra, a cui ne sarebbe seguita probabilmente un'altra ancora se i giocatori stessi non si fossero "ribellati" l'un l'altro e non avessero scelto dopo un'accanita discussione chi fosse il migliore. Per gestire le parità mi sono servita di questo metodo: i pari del primo turno hanno avuto a disposizione altri 20 secondi per ampliare di getto la propria proposta, per poi essere di nuovo votati (resettando il punteggio ricevuto in precedenza). A

questo punto si è però verificata un'altra parità. Ho dunque fatto procedere la narrazione delle stesse proposte già ampliate dai pari prendendo spunto da una nuova carta, senza lasciare loro il tempo per pensare. Questa situazione autogestita ha generato un clima di discussione incredibilmente fertile, competitivo e coinvolgente: non solo i pari infatti sono stati risucchiati nell'atmosfera di gioco, ma anche tutti gli altri partecipanti, portando su un altro livello il tipo di rapporti tra i giocatori.

Il sistema di controllo del plagio da parte dell'arbitro in seguito alla segnalazione del presunto plagiato ha retto e ha inoltre permesso di generare interessanti momenti di discussione tra tutti i giocatori e non solo tra quelli interessati. Inoltre, il plagio non è stato per forza visto come un torto subito, ma anzi in un caso plagiato e plagiato si sono votati a vicenda, creando una sorta di squadra a favore dello stesso filone narrativo.

Infine, si è verificata la situazione in cui sono uscite due carte personaggio di fila: anche se questo ha reso la narrazione un po' più difficoltosa del solito perché i giocatori sapevano che i personaggi erano esauriti e che quindi non ne sarebbero più usciti inaspettatamente, non ha cambiato in realtà granché le dinamiche di gioco, perché l'inserimento degli stessi è stato tutto sommato facile per tutti.

### 8.3 SCHEDE DI GIOCO

#### [TRUTH?...OR FIB?]

NOME	Truth?...Or fib?	ANNO D'USCITA	2001
AUTORE	Allen Wolfe	N° GIOCATORI	2 - 20
GRAFICA	Allen Wolfe	ETÀ CONSIGLIATA	16 +
TEAM DI SVILUPPO	Morning Star Games	FAMIGLIA	SI <u>NO</u> REMAKE
PAESE D'ORIGINE	USA	ESPANSIBILITÀ	SI <u>NO</u>

#### [CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO	NESSUNO <u>SEMPLICE</u> <u>COMUNE</u> FORBITO TECNICO VOLGARE EDULCORATO VIOLENTO <u>UMORISTICO</u> SESSUALE	TIPOLOGIA	<u>DI BLUFF / SCOMMESSA</u> ALL'APERTO (DA CORTILE) DESTREZZA/COORDINAZIONE CARTE DADI A TASSELLI (COME DOMINO) INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE <u>PARTY GAME</u> VIDEOGAME ONLINE DI SIMULAZIONE DI RUOLO DIGITALE ANALOGICO DAL VIVO					
AMBIENTAZIONE	<u>ASTRATTA</u> REALISTICA FANTASTICA	SUPPORTO	DIGITALE <u>ANALOGICO</u>					
TEMPO	DI SPIEGAZIONE 5 min DI APPRENDIMENTO 1 turno DI PARTITA 30 min TRA I TURNI 2 min	STRUMENTI	chips blu (1 punto) chips rosse (2 punti) 150 carte 1 dado 1 clessidra (1 minuto)					
MECCANICHE	ELIMINAZIONE <u>ACCUMULAZIONE PUNTI</u> OBIETTIVI DIFFERENZIATI OBIETTIVI COMUNI DURATA TEMPORALE							
IRREVERSIBILITÀ	SI NO							
CASUALITÀ	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px; text-align: center;">3</td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td></tr></table>			3				
		3						

#### [GIOCATORI]

NUMERO	UNO COPPIA <u>3 - 6</u> 7 + MASSIVE	COMUNICAZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZAZIONE	UNO CONTRO SISTEMA UNO CONTRO TUTTI UNO CON TUTTI TEAM CONTRO SISTEMA TEAM CONTRO TEAM <u>TUTTI CONTRO TUTTI</u>	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	CON UNO O PIÙ PARTNER <u>CONTRO UNO O PIÙ PARTNER</u> CON RESISTENZA CONTRO RESISTENZA	SFIDA	COMPETIZIONE FORTUNA <u>RAPPRESENTAZIONE</u> <u>COSTRUZIONE STRATEGICA</u> COMPETENZE A SÈ STESSI

#### [DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	PRIMITIVE <u>DERIVATE</u>
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	un giocatore a turno racconta una storia (il cui tema è tratto dalla vita reale e suggerito dalle carte) e gli altri devono indovinare se si tratta di un episodio veramente accaduto oppure no. Il primo che accumula 21 punti vince.
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO	libero: non essendoci strumentazione particolarmente ingombrante può essere giocato ovunque.		
LIMITAZIONI	le carte "wild" definiscono obblighi inderogabili per chi le pesca (es. restituire 3 punti).	PRIVILEGI SPECIALI	un giocatore a turno sceglie quale delle 2 domande presenti sulle carte normali fare allo storyteller.

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO QUALITATIVO  
QUANTITATIVO

TEMPISTICHE IMMEDIATO  
NON IMMEDIATO

TIPO PUNTI si scommette sulla veridicità di una storia fino a 3 punti, se s'indovina se ne guadagnano altri 3, se no si perdono tutti

SONORI

VISIVI

AUMENTO DI DIFFICOLTÀ

SVILUPPO DI EMPATIA 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO 

1				
---	--	--	--	--

DI ROUTINE 

1				
---	--	--	--	--

MENTALE 

			4	
--	--	--	---	--

FISICO 

1				
---	--	--	--	--

DI SCOPERTA 

	2			
--	---	--	--	--

CREATIVO 

		3		
--	--	---	--	--

DI COLLABORAZIONE 

	2			
--	---	--	--	--

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/CONOSCENZA 

	2			
--	---	--	--	--

CORAGGIO 

1				
---	--	--	--	--

UMANITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

GIUSTIZIA 

1				
---	--	--	--	--

TEMPERANZA 

	2			
--	---	--	--	--

TRASCENDENZA 

1				
---	--	--	--	--

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE 

	2			
--	---	--	--	--

FALLIMENTO 

		3		
--	--	---	--	--

IMBARAZZO FELICE 

				5
--	--	--	--	---

RIVERENZA 

1				
---	--	--	--	--

PARTECIPAZIONE 

				5
--	--	--	--	---

SENSO DI COMUNITÀ 

				5
--	--	--	--	---

[FIB-OR-NOT]

NOME Fib-or-Not ANNO D'USCITA 2000

AUTORE Frank Sobyak N° GIOCATORI 2 - 20

GRAFICA // ETÀ CONSIGLIATA 16 +

TEAM DI SVILUPPO Gather Around Games, Inc. FAMIGLIA SI NO REMAKE

PAESE D'ORIGINE USA ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO  
SEMPLICE  
COMUNE  
FORBITO  
TECNICO  
VOLGARE  
EDULCORATO  
VIOLENTO  
UMORISTICO  
SESSUALE

TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
ALL'APERTO (DA CORTILE)  
DESTREZZA/COORDINAZIONE  
CARTE  
DADI  
A TASSELLI (COME DOMINO)  
INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
PARTY GAME  
VIDEOGAME  
ONLINE  
DI SIMULAZIONE  
DI RUOLO DIGITALE  
ANALOGICO  
DAL VIVO

AMBIENTAZIONE ASTRATTA  
REALISTICA  
FANTASTICA

SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO

TEMPO DI SPIEGAZIONE 5 min  
DI APPRENDIMENTO 1 turno  
DI PARTITA 30 min  
TRA I TURNI 2 min

STRUMENTI 12 chips per votare tabellone  
150 carte  
6 pedine  
1 clessidra (1 minuto)

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
ACCUMULAZIONE PUNTI  
OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
OBIETTIVI COMUNI  
DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

[GIOCATORI]

NUMERO	UNO COPPIA <u>3 - 6</u> 7 + MASSIVE	COMUNICAZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZAZIONE	UNO CONTRO SISTEMA UNO CONTRO TUTTI UNO CON TUTTI TEAM CONTRO SISTEMA TEAM CONTRO TEAM <u>TUTTI CONTRO TUTTI</u>	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	CON UNO O PIÙ PARTNER <u>CONTRO UNO O PIÙ PARTNER</u> CON RESISTENZA CONTRO RESISTENZA	SFIDA	COMPETIZIONE FORTUNA <u>RAPPRESENTAZIONE</u> <u>COSTRUZIONE STRATEGICA</u> COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	<u>PRIMITIVE</u> DERIVATE
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	un giocatore a turno racconta una storia (il cui tema è tratto dalla vita reale e suggerito dalle carte) e gli altri devono indovinare se si tratta di un episodio veramente accaduto oppure no. vince chi arriva per primo in fondo al tabellone.
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO	è richiesto uno spazio piano su cui appoggiare il tabellone.		

LIMITAZIONI

PRIVILEGI SPECIALI

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO	QUALITATIVO <u>QUANTITATIVO</u>					
TEMPISTICHE	IMMEDIATO <u>NON IMMEDIATO</u>					
TIPO	PUNTI  SONORI					
	<u>VISIVI</u> chi racconta la storia si muove di tante caselle quanti sono i giocatori ingannati, chi invece ha indovinato si sposta di una casella					
	AUMENTO DI DIFFICOLTÀ					
	SVILUPPO DI EMPATIA <table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI ROUTINE	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
MENTALE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4	
			4			
FISICO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI SCOPERTA	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
CREATIVO	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
		3				
DI COLLABORAZIONE	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
CORAGGIO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
UMANITÀ	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
		3				
GIUSTIZIA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
TEMPERANZA	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
TRASCENDENZA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2				RIVERENZA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
	2												
1													
FALLIMENTO	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3			PARTECIPAZIONE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
		3											
				5									
IMBARAZZO FELICE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5	SENSO DI COMUNITÀ	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5									
				5									

[MALARKY]

NOME Malarky ANNO D'USCITA 1996  
 AUTORE David Feldman N° GIOCATORI 3 - 6  
 GRAFICA // ETÀ CONSIGLIATA 10 +  
 TEAM DI SVILUPPO Patch Products FAMIGLIA SI NO REMAKE  
 PAESE D'ORIGINE USA ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
SEMPLICE ALL'APERTO (DA CORTILE)  
COMUNE DESTREZZA/COORDINAZIONE  
 FORBITO CARTE  
TECNICO DADI  
 VOLGARE A TASSELLI (COME DOMINO)  
 EDULCORATO INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
 VIOLENTO PARTY GAME  
 UMORISTICO VIDEOGAME  
 SESSUALE ONLINE  
 AMBIENTAZIONE ASTRATTA DI RUOLO DIGITALE  
 REALISTICA ANALOGICO  
 FANTASTICA DAL VIVO

SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO

TEMPO DI SPIEGAZIONE 5 min  
 DI APPRENDIMENTO 1 turno  
 DI PARTITA 30 min  
 TRA I TURNI 2 min

STRUMENTI 295 carte domanda  
 5 carte bluff  
 42 chips  
 6 buste  
 1 dado

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
 ACCUMULAZIONE PUNTI  
 OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
OBIETTIVI COMUNI  
 DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

[GIOCATORI]

NUMERO UNO  
COPPIA  
3 - 6  
 7 +  
 MASSIVE

ORGANIZZAZIONE UNO CONTRO SISTEMA  
 UNO CONTRO TUTTI  
 UNO CON TUTTI  
 TEAM CONTRO SISTEMA  
 TEAM CONTRO TEAM  
TUTTI CONTRO TUTTI

INTERAZIONE CON UNO O PIÙ PARTNER  
CONTRO UNO O PIÙ PARTNER  
 CON RESISTENZA  
 CONTRO RESISTENZA

COMUNICAZIONE

STRUMENTI PER COMUNICARE

SFIDA

VERBALE  
 GESTUALE  
 TATTILE  
 CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)

FACCIA A FACCIA  
 WEBCAM  
 CHAT  
 COMMENTI

COMPETIZIONE  
 FORTUNA  
RAPPRESENTAZIONE  
COSTRUZIONE STRATEGICA  
 COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA FINITA  
 INFINITA

REGOLE

SCANSIONE DEL TEMPO IMMEDIATO  
A TURNI  
 A SALVATAGGI

SCOPO un giocatore estrae una carta domanda (sul cui retro è scritta la risposta), la guarda e la nasconde in una busta che viene mischiata ad altre 5 buste contenenti le carte bluff. ogni giocatore deve inventarsi poi una risposta plausibile e giustificarla, in modo da venire votato e accumulare punti. il gioco finisce quando si raggiunge un numero di punti stabilito dal gruppo.

CONTESTO REALE  
 DIGITALE  
 MISTO

CAMPO libero: non essendoci strumentazione particolarmente ingombrante può essere giocato ovunque.

LIMITAZIONI 2 giocatori non possono dare la stessa risposta. se un giocatore indovina pur facendo un bluff, chi è in possesso della risposta giusta è costretto a bluffare (Malarky)

PRIVILEGI SPECIALI

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO QUALITATIVO  
QUANTITATIVO

TEMPISTICHE IMMEDIATO  
NON IMMEDIATO

TIPO PUNTI 1 punto per aver indovinato, 1 punto per ogni voto ricevuto, 2 punti per ogni voto ricevuto e si è data la risposta corretta, 2 punti per ogni voto ricevuto in seguito a un SONORI Malarky

VISIVI

AUMENTO DI DIFFICOLTÀ

SVILUPPO DI EMPATIA 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO 

1				
---	--	--	--	--

DI ROUTINE 

1				
---	--	--	--	--

MENTALE 

			4	
--	--	--	---	--

FISICO 

1				
---	--	--	--	--

DI SCOPERTA 

		3		
--	--	---	--	--

CREATIVO 

			4	
--	--	--	---	--

DI COLLABORAZIONE 

1				
---	--	--	--	--

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA 

				5
--	--	--	--	---

CORAGGIO 

1				
---	--	--	--	--

UMANITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

GIUSTIZIA 

1				
---	--	--	--	--

TEMPERANZA 

	2			
--	---	--	--	--

TRASCENDENZA 

1				
---	--	--	--	--

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE 

			4	
--	--	--	---	--

FALLIMENTO 

		3		
--	--	---	--	--

IMBARAZZO FELICE 

				5
--	--	--	--	---

RIVERENZA 

1				
---	--	--	--	--

PARTECIPAZIONE 

				5
--	--	--	--	---

SENSO DI COMUNITÀ 

			4	
--	--	--	---	--

[BALDERDASH]

NOME Balderdash ANNO D'USCITA 1984

AUTORE Laura Robinson e Paul Toyne N° GIOCATORI 2 - 6

GRAFICA // ETÀ CONSIGLIATA 10 +

TEAM DI SVILUPPO Parker Brothers FAMIGLIA SI NO REMAKE

PAESE D'ORIGINE USA ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO  
SEMPLICE  
COMUNE  
FORBITO  
TECNICO  
VOLGARE  
EDULCORATO  
VIOLENTO  
UMORISTICO  
SESSUALE

AMBIENTAZIONE ASTRATTA  
REALISTICA  
FANTASTICA

TEMPO DI SPIEGAZIONE 3 min  
DI APPRENDIMENTO 1 turno  
DI PARTITA 60 min  
TRA I TURNI variabile

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
ACCUMULAZIONE PUNTI  
OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
OBIETTIVI COMUNI  
DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
ALL'APERTO (DA CORTILE)  
DESTREZZA/COORDINAZIONE  
CARTE  
DADI  
A TASSELLI (COME DOMINO)  
INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
PARTY GAME  
VIDEOGAME  
ONLINE  
DI SIMULAZIONE  
DI RUOLO DIGITALE  
ANALOGICO  
DAL VIVO

SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO

STRUMENTI xxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx  
xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

[GIOCATORI]

NUMERO	UNO <u>COPPIA</u> <u>3 - 6</u> 7 + MASSIVE	COMUNICA- ZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZA- ZIONE	UNO CONTRO SISTEMA UNO CONTRO TUTTI UNO CON TUTTI TEAM CONTRO SISTEMA TEAM CONTRO TEAM <u>TUTTI CONTRO TUTTI</u>	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	CON UNO O PIÙ PARTNER <u>CONTRO UNO O PIÙ PARTNER</u> CON RESISTENZA CONTRO RESISTENZA	SFIDA	COMPETIZIONE FORTUNA RAPPRESENTAZIONE COSTRUZIONE STRATEGICA COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	<u>PRIMITIVE</u> DERIVATE
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	ogni turno bisogna definire il significato di una parola. le parole scelte sono poco comuni quindi la sfida si basa sulle capacità di ognuno di "inventarsi delle storie" e vend- erle agli altri. vince chi arriva per primo al traguardo
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO			

LIMITAZIONI

PRIVILEGI  
SPECIALI

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO	QUALITATIVO <u>QUANTITATIVO</u>					
TEMPISTICHE	IMMEDIATO <u>NON IMMEDIATO</u>					
TIPO	<u>PUNTI</u> 3 punti per aver indovinato la definizione giusta, 2 punti per averla capita dalle definizioni degli altri, 3 punti al banco se nessuno indovina, 1 punto per ogni voto preso SONORI  <u>VISIVI</u> per ogni punto guadagnato ci si sposta di una casella  AUMENTO DI DIFFICOLTÀ  SVILUPPO DI EMPATIA <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI ROUTINE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
MENTALE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
FISICO	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI SCOPERTA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4	
			4			
CREATIVO	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
DI COLLA- BORAZIONE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
CORAGGIO	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
UMANITÀ	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
		3				
GIUSTIZIA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
TEMPERANZA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
TRASCEN- DENZA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFA- CENTE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5	RIVERENZA	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
				5									
1													
FALLIMENTO	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3			PARTECI- PAZIONE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
		3											
				5									
IMBARAZZO FELICE	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5	SENSO DI COMUNITÀ	<table border="1" style="display: inline-table;"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4	
				5									
			4										

[TRAIN OF THOUGHT]

NOME	Train of Thought	ANNO D'USCITA	2011
AUTORE	Jay Cormier e Sen-Foong Lim	N° GIOCATORI	2 - 7
GRAFICA	Gavan Brown	ETÀ CONSIGLIATA	10 +
TEAM DI SVILUPPO	Tasty Minstrel Games	FAMIGLIA	SI NO <u>REMAKE</u>
PAESE D'ORIGINE	Canada	ESPANSIBILITÀ	<u>SI</u> NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO	NESSUNO <u>SEMPLICE</u> <u>COMUNE</u> <u>FORBITO</u> <u>TECNICO</u> VOLGARE EDULCORATO VIOLENTO UMORISTICO SESSUALE	TIPOLOGIA	<u>DI BLUFF / SCOMMESSA</u> ALL'APERTO (DA CORTILE) DESTREZZA/COORDINAZIONE CARTE DADI A TASSELLI (COME DOMINO) <u>INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE</u> <u>PARTY GAME</u> VIDEOGAME ONLINE DI SIMULAZIONE DI RUOLO DIGITALE ANALOGICO DAL VIVO					
AMBIENTAZIONE	<u>ASTRATTA</u> REALISTICA FANTASTICA	SUPPORTO	DIGITALE <u>ANALOGICO</u>					
TEMPO	DI SPIEGAZIONE 5 min DI APPRENDIMENTO 2 - 3 turni DI PARTITA 30 minuti TRA I TURNI 2 minuti	STRUMENTI	200 carte domanda 1 clessidra (2 minuti) 1 dado					
MECCANICHE	ELIMINAZIONE ACCUMULAZIONE PUNTI OBIETTIVI DIFFERENZIATI <u>OBIETTIVI COMUNI</u> DURATA TEMPORALE							
IRREVERSIBILITÀ	<u>SI</u> NO							
CASUALITÀ	<table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px; text-align: center;">3</td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td><td style="width: 20px; height: 15px;"></td></tr></table>			3				
		3						

[GIOCATORI]

NUMERO	UNO <u>COPPIA</u> <u>3 - 6</u> 7 + MASSIVE	COMUNICAZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZAZIONE	UNO CONTRO SISTEMA UNO CONTRO TUTTI <u>UNO CON TUTTI</u> TEAM CONTRO SISTEMA TEAM CONTRO TEAM TUTTI CONTRO TUTTI	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	<u>CON UNO O PIÙ PARTNER</u> CONTRO UNO O PIÙ PARTNER CON RESISTENZA CONTRO RESISTENZA	SFIDA	<u>COMPETIZIONE</u> FORTUNA RAPPRESENTAZIONE COSTRUZIONE STRATEGICA <u>COMPETENZE A SÈ STESSI</u>

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	<u>PRIMITIVE</u> DERIVATE
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	indovinare una parola da definizioni di 3 parole (che assumono la forma di indovinelli e giochi di parole), di cui 1 è prefissata sulle carte. se nessuno indovina, le definizioni successive devono contenere una delle parole tentate nel round precedente. vince chi in 2 giri completi ne indovina di più.
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO			
LIMITAZIONI	per fare indovinare la parola non si possono usare parafrasi o parti della stessa. ogni giocatore ha un solo tentativo per definizione per rispondere.	PRIVILEGI SPECIALI	omonimi e omofoni contano come la parola da indovinare

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO QUALITATIVO  
QUANTITATIVO

TEMPISTICHE IMMEDIATO  
NON IMMEDIATO

TIPO PUNTI 1 punto per aver indovinato, 1 punto per ogni voto ricevuto, 2 punti per ogni voto ricevuto e si è data la risposta corretta, 2 punti per ogni voto ricevuto in seguito a un SONORI Malarky

VISIVI

AUMENTO DI DIFFICOLTÀ

SVILUPPO DI EMPATIA 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO 

1				
---	--	--	--	--

DI ROUTINE 

1				
---	--	--	--	--

MENTALE 

				5
--	--	--	--	---

FISICO 

1				
---	--	--	--	--

DI SCOPERTA 

			4	
--	--	--	---	--

CREATIVO 

				5
--	--	--	--	---

DI COLLABORAZIONE 

			4	
--	--	--	---	--

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA 

			4	
--	--	--	---	--

CORAGGIO 

	2			
--	---	--	--	--

UMANITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

GIUSTIZIA 

1				
---	--	--	--	--

TEMPERANZA 

	2			
--	---	--	--	--

TRASCENDENZA 

1				
---	--	--	--	--

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE 

			4	
--	--	--	---	--

FALLIMENTO 

			4	
--	--	--	---	--

IMBARAZZO FELICE 

			4	
--	--	--	---	--

RIVERENZA 

1				
---	--	--	--	--

PARTECIPAZIONE 

				5
--	--	--	--	---

SENSO DI COMUNITÀ 

			4	
--	--	--	---	--

[DIXIT]

NOME Dixit ANNO D'USCITA 2008

AUTORE Jean-Louis Roubira N° GIOCATORI 3 - 6

GRAFICA Marie Cardouat ETÀ CONSIGLIATA 8 +

TEAM DI SVILUPPO Libellud FAMIGLIA SI NO REMAKE

PAESE D'ORIGINE Francia ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO  
SEMPLICE  
COMUNE  
FORBITO  
TECNICO  
VOLGARE  
EDULCORATO  
VIOLENTO  
UMORISTICO  
SESSUALE

AMBIENTAZIONE ASTRATTA  
REALISTICA  
FANTASTICA

TEMPO DI SPIEGAZIONE 5 min  
DI APPRENDIMENTO 2 turni  
DI PARTITA 30 minuti  
TRA I TURNI variabile

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
ACCUMULAZIONE PUNTI  
OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
OBIETTIVI COMUNI  
DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

			4	
--	--	--	---	--

TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
ALL'APERTO (DA CORTILE)  
DESTREZZA/COORDINAZIONE  
CARTE  
DADI  
A TASSELLI (COME DOMINO)  
INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
PARTY GAME  
VIDEOGAME  
ONLINE  
DI SIMULAZIONE  
DI RUOLO DIGITALE  
ANALOGICO  
DAL VIVO

SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO

STRUMENTI 84 carte  
36 chips per votare  
6 pedine  
1 tabellone

[GIOCATORI]

NUMERO	<u>UNO</u> <u>COPPIA</u> 3 - 6 7 + MASSIVE	COMUNICA- ZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZA- ZIONE	UNO CONTRO SISTEMA UNO CONTRO TUTTI UNO CON TUTTI TEAM CONTRO SISTEMA TEAM CONTRO TEAM <u>TUTTI CONTRO TUTTI</u>	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	CON UNO O PIÙ PARTNER <u>CONTRO UNO O PIÙ PARTNER</u> CON RESISTENZA CONTRO RESISTENZA	SFIDA	COMPETIZIONE FORTUNA <u>RAPPRESENTAZIONE</u> COSTRUZIONE STRATEGICA COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	<u>PRIMITIVE</u> DERIVATE
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	lo storyteller sceglie una carta tra quelle che ha in mano e in base alla descrizione fornita tutti gli altri ne scelgono una dalla loro mano. tutte le carte vengono mischiate e poi scoperte. tutti votano la carta che secondo loro è quella dello storyteller e a seconda dei punti ottenuti muovono avanti la propria pedina. vince chi arriva per primo al traguardo
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO			

LIMITAZIONI	se tutti o nessuno indovinano la carta dello storyteller, questo non guadagna punti, per cui le sue definizioni non devono essere nè troppo vaghe nè troppo chiare	PRIVILEGI SPECIALI
-------------	--	-----------------------

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO	QUALITATIVO <u>QUANTITATIVO</u>					
TEMPISTICHE	IMMEDIATO <u>NON IMMEDIATO</u>					
TIPO	<u>PUNTI</u> 2 punti a tutti tranne allo storyteller se nessuno o tutti indovinano, altrimenti 3 punti allo storyteller e chi ha indovinato, 1 punto per ogni voto ricevuto dai non storyteller  <u>VISIVI</u> le pedine avanzano a seconda dei punti ricevuti  AUMENTO DI DIFFICOLTÀ  SVILUPPO DI EMPATIA <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI ROUTINE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
MENTALE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
FISICO	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI SCOPERTA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
		3				
CREATIVO	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
DI COLLA- BORAZIONE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
CORAGGIO	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
UMANITÀ	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
		3				
GIUSTIZIA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
TEMPERANZA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
TRASCEN- DENZA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFA- CENTE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4		RIVERENZA	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
			4										
1													
FALLIMENTO	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3			PARTECI- PAZIONE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
		3											
				5									
IMBARAZZO FELICE	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5	SENSO DI COMUNITÀ	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
				5									
		3											

[TALECRAFT]

NOME Talecraft ANNO D'USCITA 2006  
 AUTORE Ria Lu N° GIOCATORI 1 - 5  
 GRAFICA // ETÀ CONSIGLIATA 8 +  
 TEAM DI SVILUPPO Komikasi Enterprise FAMIGLIA SI NO REMAKE  
 PAESE D'ORIGINE Filippine ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
SEMPLICE ALL'APERTO (DA CORTILE)  
 COMUNE DESTREZZA/COORDINAZIONE  
 FORBITO CARTE  
 TECNICO DADI  
 VOLGARE A TASSELLI (COME DOMINO)  
 EDULCORATO INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
 VIOLENTO PARTY GAME  
 UMORISTICO VIDEOGAME  
 SESSUALE ONLINE  
 DI SIMULAZIONE  
 DI RUOLO DIGITALE  
 ANALOGICO  
 DAL VIVO

AMBIENTAZIONE ASTRATTA  
 REALISTICA  
FANTASTICA

TEMPO DI SPIEGAZIONE 5 min  
 DI APPRENDIMENTO 1 turno  
 DI PARTITA 60 minuti  
 TRA I TURNI variabile

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
ACCUMULAZIONE PUNTI  
 OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
 OBIETTIVI COMUNI  
 DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

[GIOCATORI]

NUMERO UNO  
COPPIA  
 3 - 6  
 7 +  
 MASSIVE

ORGANIZZAZIONE UNO CONTRO SISTEMA  
 UNO CONTRO TUTTI  
 UNO CON TUTTI  
 TEAM CONTRO SISTEMA  
 TEAM CONTRO TEAM  
TUTTI CONTRO TUTTI

INTERAZIONE CON UNO O PIÙ PARTNER  
 CONTRO UNO O PIÙ PARTNER  
CON RESISTENZA  
 CONTRO RESISTENZA

COMUNICAZIONE VERBALE  
 GESTUALE  
 TATTILE  
 CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)

STRUMENTI PER COMUNICARE FACCIA A FACCIA  
 WEBCAM  
 CHAT  
 COMMENTI

SFIDA COMPETIZIONE  
 FORTUNA  
 RAPPRESENTAZIONE  
 COSTRUZIONE STRATEGICA  
COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA FINITA  
 INFINITA

REGOLE PRIMITIVE  
 DERIVATE

SCANSIONE DEL TEMPO IMMEDIATO  
A TURNI  
 A SALVATAGGI

SCOPO ognuno pesca una carta di genere, 2 archetipi e 6 carte chiave, da utilizzare come base per la creazione di una propria storia

CONTESTO REALE  
 DIGITALE  
 MISTO

CAMPO

LIMITAZIONI tutte le carte devono essere utilizzate. ci sono 2 tipi (+1, speciale) di carte chiave, uno che definisce degli oggetti ed uno che definisce le linee guide della storia

PRIVILEGI SPECIALI un tipo di carta chiave dà il diritto (a seconda di come sia) di pescare un'altra carta archetipo o un'altra carta genere

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO QUALITATIVO  
QUANTITATIVO

TEMPISTICHE IMMEDIATO  
NON IMMEDIATO

TIPO PUNTI ogni giocatore assegna dei punti (0-5) a tutti gli altri in base al proprio gusto. vince chi ha il punteggio più alto.

SONORI

VISIVI

AUMENTO DI DIFFICOLTÀ

SVILUPPO DI EMPATIA 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO 

1				
---	--	--	--	--

DI ROUTINE 

1				
---	--	--	--	--

MENTALE 

				5
--	--	--	--	---

FISICO 

1				
---	--	--	--	--

DI SCOPERTA 

	2			
--	---	--	--	--

CREATIVO 

				5
--	--	--	--	---

DI COLLABORAZIONE 

	2			
--	---	--	--	--

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/CONOSCENZA 

				5
--	--	--	--	---

CORAGGIO 

1				
---	--	--	--	--

UMANITÀ 

	2			
--	---	--	--	--

GIUSTIZIA 

1				
---	--	--	--	--

TEMPERANZA 

	2			
--	---	--	--	--

TRASCENDENZA 

1				
---	--	--	--	--

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE 

				5
--	--	--	--	---

FALLIMENTO 

	2			
--	---	--	--	--

IMBARAZZO FELICE 

		3		
--	--	---	--	--

RIVERENZA 

1				
---	--	--	--	--

PARTECIPAZIONE 

				5
--	--	--	--	---

SENSO DI COMUNITÀ 

			4	
--	--	--	---	--

[RORY'S STORYCUBES]

NOME Rory's Story Cubes ANNO D'USCITA 2005

AUTORE Rory O'Connor N° GIOCATORI 1 - 12

GRAFICA // ETÀ CONSIGLIATA 8+

TEAM DI SVILUPPO Gamewright FAMIGLIA SI NO REMAKE

PAESE D'ORIGINE USA ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO  
SEMPLICE  
COMUNE  
FORBITO  
TECNICO  
VOLGARE  
EDULCORATO  
VIOLENTO  
UMORISTICO  
SESSUALE

TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
ALL'APERTO (DA CORTILE)  
DESTREZZA/COORDINAZIONE  
CARTE  
DADI  
A TASSELLI (COME DOMINO)  
INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
PARTY GAME  
VIDEOGAME  
ONLINE  
DI SIMULAZIONE  
DI RUOLO DIGITALE  
ANALOGICO  
DAL VIVO

AMBIENTAZIONE ASTRATTA  
REALISTICA  
FANTASTICA

SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO

TEMPO DI SPIEGAZIONE 2 min  
DI APPRENDIMENTO 1 turno  
DI PARTITA 20 min  
TRA I TURNI variabile

STRUMENTI 9 dadi illustrati

MECCANICHE ELIMINAZIONE  
ACCUMULAZIONE PUNTI  
OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
OBIETTIVI COMUNI  
DURATA TEMPORALE

IRREVERSIBILITÀ SI NO

CASUALITÀ 

			4	
--	--	--	---	--

[GIOCATORI]

NUMERO	<u>UNO</u> <u>COPPIA</u> <u>3 - 6</u> 7 + MASSIVE	COMUNICAZIONE	<u>VERBALE</u> GESTUALE TATTILE CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)
ORGANIZZAZIONE	<u>UNO CONTRO SISTEMA</u> <u>UNO CONTRO TUTTI</u> UNO CON TUTTI <u>TEAM CONTRO SISTEMA</u> TEAM CONTRO TEAM TUTTI CONTRO TUTTI	STRUMENTI PER COMUNICARE	<u>FACCIA A FACCIA</u> WEBCAM CHAT COMMENTI
INTERAZIONE	CON UNO O PIÙ PARTNER CONTRO UNO O PIÙ PARTNER <u>CON RESISTENZA</u> CONTRO RESISTENZA	SFIDA	COMPETIZIONE FORTUNA <u>RAPPRESENTAZIONE</u> COSTRUZIONE STRATEGICA COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA COMPLESSIVA	<u>FINITA</u> INFINITA	REGOLE	<u>PRIMITIVE</u> DERIVATE
SCANSIONE DEL TEMPO	IMMEDIATO <u>A TURNI</u> A SALVATAGGI	SCOPO	su ogni faccia dei 9 dadi sono presenti 54 immagini diverse; lanciandoli si fissano le 9 immagini (il cui ordine è a discrezione del giocatore) con cui bisogna costruire una storia. il gioco finisce quando si sono usati tutti i dadi. si può giocare anche con altre persone, da soli o in squadre.
CONTESTO	<u>REALE</u> DIGITALE MISTO		
CAMPO	libero: non essendoci strumentazione particolarmente ingombrante può essere giocato ovunque. Esiste anche una versione per iphone che però è del tutto analoga a quella da tavolo.		
LIMITAZIONI	<b>NON ESISTONO REGOLE DEL GIOCO</b>	PRIVILEGI SPECIALI	

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO	QUALITATIVO QUANTITATIVO					
TEMPISTICHE	IMMEDIATO NON IMMEDIATO					
TIPO	PUNTI  SONORI  VISIVI  AUMENTO DI DIFFICOLTÀ  SVILUPPO DI EMPATIA					
	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr></table>	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5		

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI ROUTINE	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
MENTALE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
FISICO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
DI SCOPERTA	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
CREATIVO	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>5</td></tr></table>					5
				5		
DI COLLABORAZIONE	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4	
			4			
CORAGGIO	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
UMANITÀ	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
GIUSTIZIA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						
TEMPERANZA	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2					
TRASCENDENZA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
1						

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td><td>4</td><td></td></tr></table>				4		RIVERENZA	<table border="1"><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	1				
			4										
1													
FALLIMENTO	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2				PARTECIPAZIONE	<table border="1"><tr><td></td><td></td><td>3</td><td></td><td></td></tr></table>			3		
	2												
		3											
IMBARAZZO FELICE	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2				SENSO DI COMUNITÀ	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		2			
	2												
	2												

[C'ERA UNA VOLTA]

NOME C'era una volta ANNO D'USCITA 1993  
 AUTORE Richard Lambert, Andrew Rilstone e James Walli N° GIOCATORI 2 - 6  
 GRAFICA Florence Magnin e Sophie Mounier ETÀ CONSIGLIATA 8 +  
 TEAM DI SVILUPPO Unicorn FAMIGLIA SI NO REMAKE  
 PAESE D'ORIGINE USA ESPANSIBILITÀ SI NO

[CARATTERISTICHE]

LINGUAGGIO NESSUNO TIPOLOGIA DI BLUFF / SCOMMESSA  
SEMPLICE ALL'APERTO (DA CORTILE)  
 COMUNE DESTREZZA/COORDINAZIONE  
 FORBITO CARTE  
 TECNICO DADI  
 VOLGARE A TASSELLI (COME DOMINO)  
 EDULCORATO INVENZIONE / RAPPRESENTAZIONE  
 VIOLENTO PARTY GAME  
 UMORISTICO VIDEOGAME  
 SESSUALE ONLINE  
 AMBIENTAZIONE ASTRATTA DI SIMULAZIONE  
 REALISTICA DI RUOLO DIGITALE  
FANTASTICA ANALOGICO  
 DAL VIVO  
 SUPPORTO DIGITALE  
ANALOGICO  
 STRUMENTI 112 carte narrative  
 56 carte conclusive  
 MECCANICHE ELIMINAZIONE  
 ACCUMULAZIONE PUNTI  
OBIETTIVI DIFFERENZIATI  
 OBIETTIVI COMUNI  
 DURATA TEMPORALE  
 IRREVERSIBILITÀ SI NO  
 CASUALITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

[GIOCATORI]

NUMERO UNO COMUNICAZIONE VERBALE  
 COPPIA GESTUALE  
 3 - 6 TATTILE  
 7 + CONTATTO VISIVO (FIDUCIA)  
 MASSIVE  
 ORGANIZZAZIONE UNO CONTRO SISTEMA STRUMENTI FACCIA A FACCIA  
 UNO CONTRO TUTTI PER WEBCAM  
 UNO CON TUTTI COMUNICARE CHAT  
 TEAM CONTRO SISTEMA COMMENTI  
 TEAM CONTRO TEAM  
TUTTI CONTRO TUTTI SFIDA COMPETIZIONE  
 INTERAZIONE CON UNO O PIÙ PARTNER FORTUNA  
CONTRO UNO O PIÙ PARTNER RAPPRESENTAZIONE  
 CON RESISTENZA COSTRUZIONE STRATEGICA  
 CONTRO RESISTENZA COMPETENZE A SÈ STESSI

[DESCRIZIONE]

DURATA FINITA REGOLE PRIMITIVE  
 COMPLESSIVA INFINITA DERIVATE  
 SCANSIONE IMMEDIATO SCOPO creare una narrazione collettiva  
 DEL TEMPO A TURNI per virare le sue conclusioni dopo  
 A SALVATAGGI aver consumato tutte le carte che  
 si hanno in mano verso una carta  
 CONTESTO REALE personale conosciuta solo al singolo.  
 DIGITALE Ognuno può narrare per tutto il  
 MISTO tempo che vuole a meno che non  
 venga interrotto da un altro gioca-  
 tore che prende il suo posto come  
 narratore.  
 CAMPO  
 LIMITAZIONI PRIVILEGI SPECIALI

[SISTEMA DI FEEDBACK]

TIPO QUALITATIVO  
QUANTITATIVO

TEMPISTICHE IMMEDIATO  
 NON IMMEDIATO

TIPO PUNTI

SONORI

VISIVI le carte diminuiscono dalla propria mano man mano che ci si avvicina alla fine.

AUMENTO DI DIFFICOLTÀ

SVILUPPO DI EMPATIA 

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

[TIPO DI LAVORO RICHIESTO]

AD ALTO RISCHIO 

1				
---	--	--	--	--

DI ROUTINE 

1				
---	--	--	--	--

MENTALE 

				5
--	--	--	--	---

FISICO 

1				
---	--	--	--	--

DI SCOPERTA 

		3		
--	--	---	--	--

CREATIVO 

				5
--	--	--	--	---

DI COLLABORAZIONE 

			4	
--	--	--	---	--

[FORZE EMOTIVE COINVOLTE]

SAGGEZZA/ CONOSCENZA 

			4	
--	--	--	---	--

CORAGGIO 

	2			
--	---	--	--	--

UMANITÀ 

		3		
--	--	---	--	--

GIUSTIZIA 

1				
---	--	--	--	--

TEMPERANZA 

			4	
--	--	--	---	--

TRASCENDENZA 

1				
---	--	--	--	--

[SVILUPPO DI GRATIFICAZIONI PROSOCIALI]

LAVORO SODDISFACENTE 

			4	
--	--	--	---	--

FALLIMENTO 

	2			
--	---	--	--	--

IMBARAZZO FELICE 

	2			
--	---	--	--	--

RIVERENZA 

1				
---	--	--	--	--

PARTECIPAZIONE 

		3		
--	--	---	--	--

SENSO DI COMUNITÀ 

	2			
--	---	--	--	--

8.4 LE REGOLE

La casalinga di Voghera è un coinvolgente gioco di gruppo per creare storie. Crea la tua storia lottando con gli altri concorrenti a colpi di luoghi comuni. Ma attento, per vincere devi saper collaborare, farti venire buone idee, convincere gli altri giocatori e prepararti a improvvisi colpi di scena. Le carte contengono spunti che guidano la tua fantasia e la narrazione verso un finale col botto. Solo con una buona dose di creatività, fantasia e originalità che riuscirai a far scorrere il tuo racconto e vincere più sfide possibili.

[MATERIALI]

26 carte personaggio  
 78 carte luogo comune  
 8 carte come non detto  
 8 carte bella storia!  
 1 dado  
 1 clessidra  
 1 tabellone  
 1 scatola di 100 lire

[FATTI IL MAZZO]

Possono giocare dai 4 agli 8 giocatori. A seconda del numero dei giocatori componete un mazzo diverso utilizzando le carte in dotazione:  
 4 - 6 giocatori: 4 personaggi + 8 luoghi comuni  
 6 - 8 giocatori: 3 personaggi + 7 luoghi comuni  
 Se siete già molto bravi, provate la versione super difficile: aggiungete al mazzo 1 personaggio e 3 luoghi comuni e usate la carta come non detto.

[COME S' INIZIA]

Aprite il tabellone, posizionate sul tavolo la scatola delle 100 lire e distribuite ad ognuno una carta bella storia! che servirà per votare. Per far partire la storia bisogna creare una bell'inizio:

1Il più basso del gruppo pesca dal mazzo una carta personaggio e una carta luogo comune e le posiziona sui primi due riquadri del tabellone.

2 Girate la clessidra. Da questo momento tutti hanno circa 20 secondi di tempo per pensare ad un inizio della storia avendo come unico spunto le due carte in gioco. Spremetevi le meningi e cercate di essere originali.

3 Scaduto il tempo la persona alla sinistra del più basso ha un'altra clessidra per spiegare a tutti l'inizio che ha pensato. Il giro continua fino a che ognuno non ha detto la sua.

4 A questo punto ogni giocatore deve votare l'inizio che gli è piaciuto di più consegnando la carta bella storia al giocatore più creativo. NON si può votare se stessi!

5 Il giocatore che ha ricevuto più voti è il vincitore del turno e la sua proposta diventa il vero e proprio inizio della storia.

6 Per ogni carta bella storia! ricevuta ogni giocatore riceve 100 lire. Il vincitore ha diritto ad un numero extra di 100 lire: per scoprire quante tira il dado!

[LE SFIDE]

Definita la situazione iniziale il gioco procede per sfide che funzionano così:

1Il vincitore della sfida precedente diventa *arbitro* per il turno, pesca dal mazzo una carta e la posiziona sul tabellone.

2 Si gira la clessidra. Da questo momento tutti (tranne l'arbitro) hanno circa 20 secondi di tempo per pensare alla sequenza della storia suggerita dalla carta appena pescata. Ricordate che le belle idee aiutano la storia e quindi il gioco.

3 Scaduto il tempo la persona alla sinistra dell'arbitro ha 1 clessidra di tempo per spiegare a tutti l'inizio che ha pensato. Il giro continua fino a che ognuno non ha detto la sua.

## 9. RIFERIMENTI

4 A questo punto ogni giocatore deve votare la soluzione che gli è piaciuta di più consegnando una fiche al giocatore più creativo. Naturalmente **non** si può votare se stessi! **Attenzione:** le proposte per essere accettate devono apportare cambiamenti significativi alla storia generale, portarla avanti, far succedere qualcosa, e non semplicemente aggiungere dettaglio.

5 Per ogni carta bella storia! ricevuta ogni giocatore riceve 100 lire. Il vincitore scopre quante 100 lire extra può ricevere tirando il dado.

6 Solo la soluzione che ha ricevuto più voti è approvata e diventa parte della storia, da cui partire al turno successivo. Il vincitore diventa l'arbitro del giro successivo.

### [ FINALE ]

Quando viene scoperta l'ultima carta, inizia l'ultima fase di gioco. Bisogna trovare il finale giusto alla vostra storia. La fase finale funziona come una normale sfida, ma non c'è nessun arbitro. Siete ancora una volta tutti contro tutti. Chi vince non solo ha la soddisfazione di aver deciso il finale della storia, ma ha sei 100 lire di bonus finale.

### [ CHI HA VINTO? ]

Per scoprire chi è stato il narratore più bravo basta contare le fiches di ogni giocatore. Semplice, no? Chi ha guadagnato più fiches ha vinto PLAY.

### [ CASI SPECIALI ]

In caso di **parità durante la sfida iniziale** i giocatori con la stessa quantità di voti vanno ai tempi supplementari: hanno a disposizione un'altra clessidra di tempo per spiegare meglio la propria proposta. A questo punto gli altri giocatori votano di nuovo. In caso ci sia ancora parità, i contendenti pescano una nuova carta dal mazzo e senza pensarci su, hanno una clessidra di tempo per inventarsi una proposta e spiegarla agli altri. Dopodiché avviene un'altra votazione. Se a questo punto c'è

ancora parità ricominciate tutto da capo.

In caso di **parità durante una sfida normale** è l'arbitro ad avere l'ultima parola e decretare il vincitore. I contendenti possono cercare di convincerlo o corromperlo. L'arbitro deve sempre spiegare il motivo delle sue scelte.

In caso di **parità durante la sfida finale** si rifanno le votazioni mettendo in ballottaggio solo i concorrenti in parità che possono corrompere o convincere gli altri. Se nonostante questo c'è ancora parità i concorrenti in parità si sfidano su una carta luogo comune supplementare. Si sfidano sul finale del finale, una specie di "cosa succede il giorno dopo".

In caso di **plagio**. Quando un giocatore è convinto di essere stato copiato può appellarsi all'arbitro prima che avvenga la votazione. Nel caso l'arbitro confermi il plagio il giocatore disonesto deve pagar pegno dividendo le 100 lire che riceve con il giocatore vittima di plagio.

### [ COME NON DETTO ]

Se scegliete la versione super difficile ogni giocatore riceve una carta come non detto all'inizio del gioco. Solo con questa carta speciale si può cambiare il passato della storia e influenzare il gioco in corso. Metti in difficoltà gli altri giocatori e cerca di stravolgere la narrazione a tuo favore! La carta come non detto si può usare solo quando in un turno viene pescata una carta luogo comune. A questo punto la carta pescata non fa procedere la storia ma può sostituire una carta luogo comune già in gioco.

**Come funziona:** Il giocatore che vuole usare la carta come non detto deve dichiararlo subito e specificare quale carta in gioco vorrebbe sostituire. A questo punto è lui a dover parlare per primo e la sua proposta viene votata da tutti gli altri compreso l'arbitro. Se ottiene la maggioranza di voti positivi la proposta è accettata, altrimenti il giro continua normalmente e gli altri giocatori fanno le proprie proposte.

- Abt, C. C. (1970)  
SERIOUS GAMES.  
New York: Viking Press
- Bachtin, M. M. (1979)  
L'AUTORE E L'EROE. TEORIA LETTERARIA E SCIENZE UMANE.  
Torino: Einaudi
- Barthes, R. (1966)  
L'IMPERO DEI SEGNI.  
Torino: Einaudi
- Barthes, R. (2005)  
MITI D'OGGI.  
Torino: Einaudi
- Benjamin, W. (2011)  
IL NARRATORE - CON NOTE DI ALESSANDRO BARICCO.  
Torino: Einaudi
- Bergson, H. (2011)  
IL RISO. SAGGIO SUL SIGNIFICATO DEL COMICO.  
13° ed. Milano: Feltrinelli
- Bruner, J. (1962)  
ON KNOWING: ESSAYS FOR THE LEFT HAND.  
Cambridge: Harvard University Press
- Callois, R. (1958)  
I GIOCHI E GLI UOMINI. LA MASCHERA E LA VERTIGINE.  
Milano: Bompiani
- Carlisle, R. P. (2009)  
ENCYCLOPEDIA OF PLAY IN TODAY'S SOCIETY.  
Washington: SAGE Publications
- Calvino, I. (1996)  
LE CITTÀ INVISIBILI.  
Milano: Mondadori
- Colovini, L. (2002)  
GIOCHI NEL CASSETTO.  
Venezia: Venice Connection Sas
- Costykan, G. (2002)  
I HAVE NO WORDS & I MUST DESIGN.  
Tampere: Tampere University Press
- Crawford, C. (1984)  
THE ART OF COMPUTER GAME DESIGN.  
Berkley, California: McGraw Hill
- Csikszentmihalyi, M. (1990)  
FLOW: THE PSYCHOLOGY OF OPTIMAL EXPERIENCE.  
New York: Harper and Row
- Dàvila, N. G. (1970)  
IN MARGINE AD UN TESTO IMPLICITO.  
3° ed. Milano: Adelphi
- De Bono, E. (1970)  
CREATIVITÀ E PENSIERO LATERALE.  
8° ed. Milano: BUR Rizzoli
- De Bono, E. (2007)  
INTELLIGENCE IS NOT ENOUGH.  
Dublino: Blackhole Publishing
- Eco, U. (1994)  
SEI PASSEGGIATE NEI BOSCHI NARRATIVI.  
7° ed. Milano: Bompiani
- Eco, U. e Faccani, R. (1969)  
I SISTEMI DI SEGNI E LO STRUTTURALISMO SOVIETICO.  
Milano: Bompiani
- Flanagan, M. (2009)  
CRITICAL PLAY.  
Cambridge, Massachusetts: The MIT Press
- Florida, R. (2006)  
LA CLASSE CREATIVA SPICCA IL VOLO.  
Milano: Mondadori
- Frascara, J. (2004)  
COMMUNICATION DESIGN: PRINCIPLES, METHODS AND PRACTICE.  
New York: Allworth Press
- Geertz, C. (1987)  
INTERPRETAZIONE DI CULTURE.  
Il Mulino: Bologna
- Goleman, D. (1995)  
INTELLIGENZA EMOTIVA.  
Milano: BUR Rizzoli

- Greimas, A. J. (1967)  
MODELLI SEMIOLOGICI.  
Urbino: Argalia
- Handke, P. (2002, 3 marzo)  
DON CHISCIOTTE CI SALVERÀ.  
Milano: RCA. Corriere della Sera
- Hardt, M. e NEGRI, T. (2000)  
EMPIRE.  
Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- Huizinga, J. (1944)  
HOMO LUDENS.  
17° ed. Londra: Routledge & Kegan Paul
- Joyce, J. (1999)  
FINNEGANS WAKE.  
4° ed. Milano: Mondadori
- Jung, C. G. (1928)  
PSICOLOGIA E POESIA.  
Torino: Biblioteca Boringheri
- Kaufman, J. C. e Sternberg, R. J. (2006)  
THE INTERNATIONAL HANDBOOK OF CREATIVITY.  
Cambridge: Cambridge University Press
- Leach, E. R. (1954)  
POLITICAL SYSTEMS OF HIGHLAND BURMA.  
Cambridge: Harvard University Press
- Lotman, Y. (1980)  
TESTO E CONTESTO. SEMIOTICA DELL'ARTE E DELLA CULTURA.  
Bari: Editori Laterza
- Luria, A. R. (1932)  
THE NATURE OF HUMAN CONFLICTS.  
New York: Liveright, Inc
- Marchese, A. (1983)  
L'OFFICINA DEL RACCONTO.  
21° ed. Milano: Mondadori
- May, R. (1975)  
THE COURAGE TO CREATE.  
New York: Norton
- McGonigal, J. (2011)  
LA REALTÀ IN GIOCO.  
Milano: Apogeo
- McLuhan, M. (1970)  
FROM CLICHÉ TO ARCHETYPE.  
New York: Viking Press
- Munari, B. (1977)  
FANTASIA.  
23° ED. Bari: Editori Laterza
- Murphy, P. A. (2011)  
WHERE BIAS BEGIN: THE TRUTH ABOUT STEREOTYPES.  
Psychology Today Online
- Novalis (1976)  
FRAMMENTI.  
Milano: Rizzoli
- Partridge, E. (1978)  
A DICTIONARY OF CLICHÉS.  
New York: Psychology Press
- Paush, R. (2008)  
THE LAST LECTURE.  
New York: Hyperion Books
- Poincaré, H. (1908)  
SCIENZA E METODO.  
Torino: Einaudi
- Quigley, J. M. (1998)  
URBAN DIVERSITY AND ECONOMIC GROWTH.  
The Journal of Economic Perspectives, vol. 12, n. 2
- Randolph, A. (2002)  
HOMO ORDINATOR.  
Venezia: Venice Connection Sas
- Rodari, G. (1970)  
LE FILASTROCCHES DEL CAVALLO PARLANTE.  
Milano: Emme
- Rodari, G. (1973)  
GRAMMATICA DELLA FANTASIA.  
4° ed. Torino: Einaudi Editore

Rogers, C. (1954)  
TOWARDS A THEORY OF CREATIVITY.  
Chicago: University of Chicago Press

Salen, K. e Zimmerman, E. (2004)  
RULES OF PLAY.  
Cambridge, Massachusetts: The MIT Press

Schiller, F. (1993)  
SULL'EDUCAZIONE ESTETICA DELL'UOMO.  
2° ed. Roma: Armando Editore

Stokes, P. D. (2006)  
CREATIVITY FROM CONSTRAINTS: THE PSYCHOLOGY OF BREAKTHROUGH.  
New York: Springer Publishing Company

Suits, B. (1978)  
THE GRASSHOPPER: GAMES, LIFE AND UTOPIA.  
Plymouth: Broadview Press

Sutton-Smith, B. (1997)  
THE AMBIGUITY OF PLAY.  
Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press

Vygotsky, L. (1966)  
PLAY AND ITS ROLE IN THE MENTAL DEVELOPMENT OF THE CHILD.  
Voprosy psikhologii, n° 6

Zingale, S. (2009)  
GIOCO, DIALOGO E DESIGN.  
Milano: ATi Editore

Zolla, E. (1959)  
ECLISSI DELL'INTELLETTUALE.  
Milano: Bompiani

MILANO, APRILE 2012

DEDICO QUESTA TESI A  
TUTTI QUELLI CHE MI  
CONOSCONO.

RINGRAZIO:  
IL MIO PAESE, LA MIA  
FAMIGLIA ED IL BUON  
DIO PER AVERMI SOSTE-  
NUTA SEMPRE.  
CRISTIAN CHE MI HA  
REGALATO LE SUE ILLU-  
STRAZIONI.

GRAZIE DI ESISTERE:  
MATTEO MARTIGNONI.

NELLO SCRIVERE QUESTA TESI HO USATO UNA SERIE DI PAROLE ESTRATTE DA AMBITI DIVERSI E DAL SIGNIFICATO POLIEDRICO, CHE POTREBBERO ESSERE FRAINTESI CREANDO CONFUSIONE. CREDO SIA DUNQUE NECESSARIO CHIARIRE FIN DA SUBITO L'ACCEZIONE CON CUI SI DOVRANNO LEGGERE QUESTI TERMINI.



[ARCHETIPO] Consapevolezza e conoscenza derivante dall'esperienza passata dell'umanità e formante il suo immaginario. La sua interpretazione non è univoca in quanto ogni cultura attinge ad un serbatoio di esperienze proprio e unico.

[CLICHÉ] Attualizzazione e adattamento specifico di un archetipo a determinati tempi e contesti.

[CREATIVITÀ] Capacità di riconoscere in modo originale nuovi rapporti degli oggetti (originalità), di utilizzare sensatamente in modo insolito questi ultimi (flessibilità), di vedere nuovi problemi dove apparentemente non ve ne sono (sensitività), di scostarsi dallo schema abituale di pensiero e di non considerare alcunché come stabile (fluidità), nonché di sviluppare idee al di fuori della norma, affrontando anche l'opposizione dell'ambiente (non conformismo), quando vale la pena di scoprire qualcosa di nuovo, che rappresenta un arricchimento per la cultura e la società.

[DESCRIZIONE] Atto di rappresentare con parole le proprietà e le caratteristiche fisse di una determinata realtà.

[FANTASIA] Capacità di stabilire relazioni tra cose conosciute (siano esse oggetti, concetti, esperienze o percezioni) senza curarsi che queste siano logiche o realizzabili

[IMMAGINARIO] Serbatoio personale che contiene narrazioni, rappresentazioni e trasposizioni simboliche di vario tipo che derivano dall'esperienza. Da esso si attinge e si traduce in forma di lessico applicabile per la rappresentare immagini e per costruire idee complesse. analogamente, si parla di immaginario collettivo quando questo archivio è comune a una molteplicità d'individui facenti parte di una data comunità.

[IMMAGINAZIONE] Strumento, non necessariamente creativo, utile per rendere visibili e comunicare i prodotti della fantasia.

[LUOGO COMUNE] Formalizzazione narrativa di un cliché in formule codificate come i proverbi la cui valenza culturale è oggi scaduta ed il cui utilizzo rimane quello di collante sociale

[NARRAZIONE] Sistema in cui vengono riportate azioni, relazioni ed eventi considerati come puri processi di trasformazione tramite conflitti. L'accento è dunque posto sull'aspetto temporale e drammatico di una vicenda.

[STEREOTIPO] Cristallizzazione precostituita di cliché che serve a classificare gli individui non appartenenti al proprio gruppo d'appartenenza. Oggi ha accezione prettamente negativa perché la semplificazione della diversità e l'inclusione degli individui in categorie arbitrarie come quelle della razza, della nazionalità, della classe o dell'orientamento sessuale, porta spesso ad episodi di discriminazione.

[UTILE] Che produce conseguenze significative