

Home > CULTURA E SPETTACOLI > Dialoghi sull'uomo

Dialoghi di Pistoia Pistoia

Stefano Bartezzaghi ai Dialoghi: “Narrare è umano, lo storytelling è diabolico”

Di Serena Viani 29 Maggio 2022

189 0

di Serena Viani

PISTOIA – Il semiologo e teorico della creatività Stefano Bartezzaghi spiega al pubblico dei Dialoghi la differenza fra narrazione e storytelling, e lo fa partendo dalla parola narrazione.

“La narrazione è un atto che si mette in opera (un’azione), con l’uso della parola, con lo scopo di raccogliere l’attenzione di qualcuno: la storia è sia narrazione documentata di fatti, sia fandonia”.



Stefano Bartezzaghi sul palco dei Dialoghi (foto di Laura Pietra)

Reportpistoia.com

29 maggio 2022

Pagina 2 di 4

In passato la storia era vera “solo se l’aveva detta qualcuno”: per esempio “è vero perché c’è scritto nella Bibbia o è vero perché l’ha detta un classico. Non è che il problema della narrazione ha a che fare con il vero o con il falso? Oppure, è una questione di forme che abbiamo, perché sia vero o falso? Sembra si propenda per la seconda ipotesi. Sia la Bibbia che i Vangeli hanno forme di racconti”.

Con storytelling si vive qualcosa di diverso rispetto alla narrazione, che significa traduzione letterale. L’etimologia di narrazione ha la radice comune a “gna”: da qui “gnaro” che sa le cose e “ignaro” che “non sa le cose”.

Quindi ciò ha a che fare con la conoscenza: conoscere qualcosa ed esporlo. In poche parole i termini astratti di un testo non corrispondono a narrare mentre i termini sensibili e concreti fanno parte di una narrazione.

Lo storytelling sullo Zingarelli corrisponde “all’atto o prodotto della narrazione”, spiega Bartezzaghi, e continua “lo Zingarelli dà anche una seconda accezione: presentazione in forma narrativa e suggestiva di una realtà, esempi: lo storytelling di un prodotto o lo storytelling di un partito”.

Un’accezione intermedia dello storytelling è quella “di un suggerimento di mettere le cose in forma narrativa”, continua Bartezzaghi, “cioè se volete spiegare un qualcosa fatelo come se fosse una storia, come si fa con i bambini, per esempio”.

“Cottarelli, che io stimo molto, parlava in un articolo di cosa fare durante il lockdown perché le cose in economia tornassero al meglio: ad un certo punto tira fuori la bella addormentata e dice che quando si sveglierà si troverà bene”.

Racconta ancora Bartezzaghi: “Il fatto che definisce lo storytelling è che ci sono degli schemi che funzionano meglio di altri: la storia d’amore, il film poliziesco, sono tutti schemi narrativi. Nella questione degli immigrati, se uno pensa di fare una narrazione di ciò, userà lo schema narrativo delle persone da salvare, dei sorrisi dei bambini una volta tratti in salvo; se uno pensa il contrario farà la narrazione di qualcuno che ci minaccia, di coloro che delinquono e che ci tolgono il lavoro, e così via. Se pensiamo che l’Ucraina sia stata invasa facciamo un tipo di narrazione, se pensiamo il contrario ne facciamo un’altra. Questi schemi narrativi rappresentano roba vecchia, già vista, e finiamo per credere alle cose che più corrispondono a quelle che crediamo già. Diamo valore al racconto di una cosa che ci piace perché corrisponde al valore dell’idea che avevamo già. È difficile che cambiamo idea sulla base dello storytelling. Cioè è possibile cambiare se questo solletica un qualcosa di ancora più profondo, per esempio la paura ancestrale delle persone che appaiono diverse da noi, tipo per il colore”.

Infine Bartezzaghi racconta: “se lo storytelling funziona su di noi non è perché a noi piacciono le favole, ma la narrazione è il modo in cui vediamo il mondo”.

Reportpistoia.com
29 maggio 2022

Pagina 3 di 4

Conclude Bartezzaghi: “Cos’ha di diabolico lo storytelling? Ha il problema di dilagare in ogni campo, esempio: uno che scende in politica promettendo il cambiamento ed una volta eletto dice che si farà un passo alla volta. I problemi dello storytelling sono tre: il primo è che è conservatore cioè riporta tutto a qualcosa che conoscevamo già; l’altro problema è di tipo suggestivo, cioè usa le storie per attirare la nostra attenzione; il terzo problema è che non funziona neanche più tanto bene: l’apoteosi dello storytelling è stata l’elezione di Obama che ha vinto, e anni dopo la narrazione di Hillary Clinton che ha perso. Diabolico o no forse è il momento in cui rimpiangiamo un po’ lo storytelling”.



Dopo il monologo di Bartezzaghi si è svolta, nella libreria, sotto un altro tendone in piazza del Duomo, un’intervista con alcune domande:

I suoi rapporti con i social network?

Sono rapporti che si stanno un po’ raffreddando: è un campo di osservazione e di studio per me: ho scritto un libro che mi ha dato molto sulla comunicazione dei social network, ma non sono molto attivo.

Reportpistoia.com
29 maggio 2022

Pagina 4 di 4

Il rapporto tra fake news e creatività?

Ho fatto alcuni corsi universitari a questo proposito: le fake news possono essere viste come una forma di creatività applicata al mondo reale, a volte si impongono, perché si impone l'idea che gli altri racconti siano mainstream, sono banali, un modo banale di vedere il mondo, invece le fake news ne propongono uno più creativo”.

Creativi si nasce o si diventa?

Il mito della creatività è che tutti noi lo abbiamo, a differenza del talento, la creatività è una cosa generica che deve trovare la sua specificazione; se noi la vediamo come la voglia di cambiare è quello che abbiamo tutti ed è qualcosa che ha a che fare con la curiosità, con l'evoluzione personale.

Ai tempi del politically correct quali parole usare in politica?

I politici usano le parole che ritengono che convengano loro usare. Il politically correct sono forme che in parte rispondono al bisogno di essere rispettosi del linguaggio, visto che la nostra comunicazione avviene in un modo in cui siamo collegati anche a persone molto diverse da noi. La cosa strana è che, invece, usando i social network, questi costruiscono delle bolle dove si finisce per parlare con persone che la pensano esattamente come noi.