

net walking toolkit



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento per le politiche antidroga



PUSH.

Progetto supportato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale e Dipartimento per le politiche antidroga, con avviso pubblico "Prevenzione e contrasto al disagio giovanile", per il finanziamento di azioni volte ad intervenire su giovani in condizioni di disagio favorendo l'inclusione e l'innovazione sociale.

```
<ul class="menu">
<li>1.0_il progetto / le finalità</li>
<li>2.0_la soluzione / un bot per raccontare le
complessità del web (e della vitareale)</li>
  <ul>
    <li>3.0_lo schema di gioco</li>
    <li>3.1_le regole di base</li>
    <li>3.2_la dinamica della chat</li>
    <li>3.3_la struttura dell'esperienza di gioco</li>
  </ul>
  <ul>
    <li>4.0_le fasi della progettazione di una storia
      non lineare in un chatbot-game</li>
    <li>4.1_fase 1: scrivere il soggetto</li>
    <li>4.2_fase 2: costruire la struttura della storia</li>
    <li>4.3_fase 3: scrivere la sceneggiatura</li>
    <li>4.4_fase 4: applicare ilconversational design</li>
  </ul>
  <li>5.0_consigli per la progettazione (dos & don'ts)</li>
</ul>
```

<h1>1.0 il progetto/le finalità</h1>

*<blockquote cite="Tim Berners-Lee">
"Il Web è più un'innovazione sociale
che un'innovazione tecnica. L'ho
progettato perché avesse una ricaduta
sociale, perché aiutasse le persone a
collaborare, e non come un giocattolo
tecnologico. Il fine ultimo del Web è
migliorare la nostra esistenza
reticolare nel mondo."
</blockquote>*

<p>Tim Berners-Lee nel 1990 coniò il termine *World Wide Web* e scrisse la prima versione dell'*HTML*, un linguaggio che permetteva di creare documenti con collegamenti ipertestuali, invenzione che gli permise nel 1991 di pubblicare presso il CERN il primo sito web al mondo. Da allora le maglie del web si sono infittite ed espanse ad una velocità esponenziale. Se nel 1991 esisteva un solo sito web, oggi ne sono circa 1,7 miliardi e il numero è destinato ad aumentare. Il web e la digitalizzazione, hanno rappresentato una vera e propria rivoluzione, forse una delle più grandi e rapide del genere umano, che ha portato cambiamenti¹ sostanziali in termini sociali, economici e antropologici. Oggi, per ognuno di noi esiste la possibilità di scambiare informazioni, muovere merci, produrre testi, immagini, video e scambiarli con persone distanti migliaia di chilometri ad una velocità impressionante rispetto a pochi decenni fa. La diffusione negli ultimi anni degli smartphone ha ulteriormente accelerato questi processi di smaterializzazione della realtà: il web è diventato ubiquo, tascabile e immediatamente accessibile.

¹ https://www.agi.it/innovazione/rivoluzione_internet_digitale-4511433/news/2018-10-20/

Internet ha causato una vera e propria rivoluzione culturale: sono cambiati i linguaggi, i modi di pensare, di socializzare e di accedere alle informazioni. Nell'arco di quasi trent'anni c'è stata l'occasione di veder nascere una nuova generazione, cresciuta in contesti dove *media devices* e strumenti digitali hanno sempre fatto parte della vita quotidiana, provocando inevitabilmente grossi cambiamenti.

I motori di ricerca hanno cambiato il nostro modo di accedere alle informazioni, i social network hanno modificato il modo di gestire i rapporti sociali, l'e-commerce sta rivoluzionando il commercio e ben presto l'intelligenza artificiale darà vita ad assistenti virtuali che ci aiuteranno nelle operazioni più comuni. I cambiamenti a cui assisteremo nel prossimo futuro saranno tanti e con molta probabilità il digitale influenzerà la nostra vita sempre di più e in maniera sempre più sottile. Basti pensare a titolo esemplificativo che il marketing sta gradualmente perfezionando le sue tecniche e, per influenzare le

scelte dei consumatori a livello inconsapevole, si ricorre spesso all'applicazione di conoscenze e tecniche neuroscientifiche. Per questo motivo in futuro sarà necessario portare l'attenzione su queste criticità e sarà importante stimolare una riflessione globale e approfondita sul digitale e i suoi impatti.

Specialmente negli ultimi dieci anni i dispositivi tecnologici sono diventati sempre più accessibili ad un pubblico vasto, e sono così facili da utilizzare che anche i più piccoli non hanno problemi a maneggiarli. Le nuovissime generazioni sono esposte fin dai primi anni di vita a nuovi linguaggi audiovisivi, ma soprattutto ad utilizzare smartphone e tablet spesso con grande abilità. Tuttavia, essere *nativi digitali* non significa per forza avere un buon livello di *competenze digitali*².

Parallelamente, lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione ha provocato anche il formarsi di un'altra categoria di persone che non traggono vantaggio dal digitale. Questo fenomeno viene chiamato *divario digitale* o *digital divide* e rappresenta una vera e propria condizio-

² <https://www.agendadigitale.eu/scuola-digitale/-scuola-competenze-e-nativi-digitali/>

ne di esclusione culturale e sociale. Purtroppo, ad oggi, all'interno dei programmi scolastici non esiste un vero e proprio momento rivolto all'educazione informatica, lasciando il processo di acquisizione delle competenze digitali al caso oppure alla più o meno spiccata curiosità del singolo studente.

In questo contesto si inserisce **Netwalking**, un progetto di **LCD Onlus** (Lega Contro la Droga) e **PUSH**, supportato dalla **Presidenza del Consiglio dei Ministri**, Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale e Dipartimento per le politiche antidroga, con avviso pubblico "*Prevenzione e contrasto al disagio giovanile*", per il finanziamento di azioni volte ad intervenire su giovani in condizioni di disagio favorendo l'inclusione e l'innovazione sociale. Il progetto nasce dalla consapevolezza che nonostante i *nativi digitali* siano cresciuti padroneggiando il linguaggio del digitale, molto spesso non sono dotati del set minimo di competenze che garantisce loro un utilizzo responsabile del web. Questo li espone a una grande quantità di rischi più o meno gravi: i

fenomeni delle fake news, del cyberbullismo, del phishing, il furto d'identità, la gestione della privacy e l'acquisto di sostanze illecite sui black market sono solo alcuni esempi di ciò a cui si può andare incontro senza un'adeguata informazione.

Il progetto ha coinvolto studenti e studentesse di diverse scuole secondarie di primo e secondo grado di Palermo in una serie di incontri di gruppo estesa su due anni, avendo come finalità principale la promozione della **media literacy**³. Periodicamente sono state organizzate delle *plenarie* con lo scopo di mostrare materiale informativo e fare dei *focus group* sulle tematiche che sono spontaneamente emerse dalle discussioni collettive. Nel corso dello svolgimento delle plenarie si è voluto stimolare i giovani partecipanti alla condivisione delle proprie esperienze personali, provando a riflettere sulle implicazioni che il digitale ha avuto sulle loro vite. Durante le conversazioni con gli studenti è emersa una grande varietà di argomenti, ad esempio le implicazioni che l'utilizzo degli smartphone ha sulle

³ La competenza mediale (media literacy) è una soft skill che si acquisisce/consolida attraverso l'educazione ai media, ossia la formazione delle capacità di utilizzare opportunamente i mezzi di comunicazione di massa.

relazioni con gli amici e con la famiglia, oppure in che misura il mondo virtuale influenza il rapporto con la propria interiorità ed emotività. Parallelamente, sono stati discussi ed affrontati argomenti meno personali e più legati ai rischi di un utilizzo inconsapevole del web e dei social network, ma che hanno a loro volta generato dibattiti vivaci. I temi che hanno generato maggiore interesse per i ragazzi sono stati utilizzati per la co-progettazione di un *chatbot game* che potesse rappresentare da un lato un modo per approfondire gli argomenti ritenuti cruciali e di particolare rilievo e dall'altro un modo per stimolare un ragionamento critico ed il rafforzamento di una nuova consapevolezza e presa di coscienza su una serie di fenomeni del web spesso vissuti in modo prevalentemente passivo.</p>

**<h1>2.0_la
soluzione / un
bot per
raccontare le
complessità del
web (e della
vita reale)</h1>**

<p>Come suggerisce il termine, un *chatbot game* è un gioco che si svolge su di una piattaforma di messaggistica. Un *chatbot* è un software che è programmato per interagire con l'utente sotto forma di testo e comandi ma è possibile anche prevedere l'invio di materiale multimediale come ad esempio audio, immagini e video. Il gioco è uno strumento comunicativo con grandissime potenzialità perché aiuta l'utente a focalizzare l'attenzione, a motivarlo a compiere delle azioni desiderate e contemporaneamente facilita l'apprendimento. Per le sue caratteristiche, l'estetica e le meccaniche del gioco sono utilizzate in molti campi, ad esempio nell'ambito dell'educazione, della formazione aziendale e dell'organizzazione del lavoro. L'utilizzo di elementi appartenenti al gioco e applicati in contesti non ludici viene chiamato *gamification* ed è un approccio che si è scelto di utilizzare perché le tematiche affrontate richiedono una modalità comunicativa che riesca ad agire su più livelli. Per la sua natura, il gioco riesce a comunicare sia sul piano dell'informazione, sia sul piano simbolico ed esperienziale, il che lo rende uno

strumento molto adatto a veicolare messaggi volti a sensibilizzare un pubblico giovane su argomenti talvolta complessi.

Il gioco è stato progettato prendendo spunto da un fenomeno molto diffuso sui social network, soprattutto tra i più giovani: le *challenge*⁴.

Queste vengono di solito “lanciate” sui social network e hanno lo scopo di invitare i potenziali partecipanti a postare foto o video mentre compiono azioni di vario tipo. Una delle prime è stata la *Ice Bucket Challenge*, una campagna lanciata dalla *ALS Association* con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica riguardo la sclerosi laterale amiotrofica (SLA) e per stimolare le donazioni per la ricerca. Questa challenge ha fatto il giro del mondo ed è stata particolarmente virale, tanto che molti personaggi famosi hanno preso parte all'iniziativa rovesciandosi un secchio pieno di acqua e ghiaccio in testa, immortalando l'atto con una foto o un video e condividendo i contenuti sui social. Da quel momento in poi di challenge se ne sono viste tante, ma non tutte hanno avuto scopi nobili, tutt'altro. Non di rado, infatti, succe-

⁴ In Italia, la parola challenge viene usata sia al maschile che al femminile.

de di leggere notizie di comportamenti potenzialmente pericolosi, spesso a danno dei più giovani e provocati da qualche nuova *challenge* particolarmente famosa. In tal senso è opportuno ricordare *Blue Whale*, che da alcune testate giornalistiche è stato definito il "gioco dell'orrore". Questa challenge diffusa su scala globale, che prevede una serie di prove a difficoltà crescente da portare a termine in un periodo di 50 giorni e istiga a mettere in atto pratiche di autolesionismo, è stata la causa di molti morti di adolescenti: solo in Russia si sono avviate ben 130 indagini di suicidi legate a questo fenomeno (mai però ufficialmente confermati). Per fortuna questi restano solo casi isolati: la maggior parte delle challenge, infatti, sono innocue.

**
#Walkerchallenge
**

#Walkerchallenge fa leva proprio su questo elemento della sfida per invogliare i partecipanti a trovare la vera identità di Walker, il personaggio con cui si interagisce sulla chat. La storia di Walker è l'emblema dell'ambiguità del web, quel iper-luogo dove è virtualmente possibile fare tutto e che a volte causa

la perdita del contatto con la realtà. Del personaggio non si sa né il nome, né il genere, né il suo luogo di provenienza. Si sa solo che ha avuto un periodo della sua adolescenza passata come aspirante *influencer*, a cui si sono dovute numerose challenge di dubbio gusto. Una di questa è destinata a cambiare il corso della sua vita a causa dei risvolti drammatici a danno di una ragazzina che ha cercato di ripeterla nel tentativo di aderire ad una moda passeggera. È a quel punto che Walker capisce che il web non è un luogo immaginario ma che al contrario incide sulla vita reale, a volte anche pesantemente. Da quel momento in poi capisce il valore della sua identità, della reputazione e della *privacy*, avviando una seria riflessione sulle questioni etiche legate al web e per questo, nella narrazione proposta, decide di creare la *#walkerchallenge* per aiutare i ragazzi a riconoscere quegli stessi pericoli che ha avuto modo di conoscere personalmente.

#Walkerchallenge contiene numerosi rimandi alle questioni legate all'anonimato, alla gestione dell'identità e ai com-

portamenti rischiosi che si possono adottare sul web. Per stimolare la riflessione sull'impatto che le proprie decisioni possono avere sulla vita reale e sulle persone più vicine a noi, si è deciso di dedicare una parte del gioco ad una storia non lineare. Questa storia parla di un evento accaduto al personaggio protagonista del gioco, in cui si vuole mettere in evidenza il tema dell'abilità a rispondere delle proprie azioni quando le condizioni non sono favorevoli. L'elemento della sfida è presente anche nella storia: l'intreccio e la ramificazione della storia porta a diversi finali ma di questi solo uno rispecchia l'esperienza di Walker, il resto sono solo versioni alternative che raccontano di cosa sarebbe potuto accadere se si fosse presa una decisione diversa.</p>

**<h1>3.0_lo
schema di
gioco</h1>**

**3.1_le
regole di base
**

<p>Essendo un gioco testuale le regole sono semplici:

1 _ Rispondere alle domande del bot in maniera coerente alla domanda. Non essendo presente una tecnologia di IA (intelligenza artificiale) che può interpretare le risposte, in caso di risposte aperte, ossia quelle in cui l'utente è invitato a digitare del testo e non sarà limitato alla scelta tra due o più pulsanti, il bot, potendo in questo caso solo riconoscere delle parole chiave sul quale è stato previamente addestrato, inviterà l'utente a rispondere in modo congruo finchè non avrà ottenuto una delle risposte attese.

2 _ Il giocatore ha a disposizione 24 ore prima che la memoria cache della piattaforma di messaggistica si svuoti e perda i progressi fatti. Una volta cancellati, i dati non possono essere recuperati e il giocatore deve cominciare una nuova partita.</p>

3.2_la dinamica della chat

La conversazione è uno dei migliori modi per scambiare informazioni in modo informale. Per questo motivo è stata scelta **la chat** come strumento per comunicare parte dei contenuti del progetto. Adattare questo tipo di contenuti ad una **conversazione** informale non è semplice, soprattutto quando i temi da affrontare sono piuttosto delicati. Nel caso specifico, argomenti come il phishing, le truffe online e i danni connessi a sostanze stupefacenti richiedono una certa cautela poiché il rischio di appesantire la comunicazione e conseguentemente di perdere l'attenzione dei giocatori è alto, soprattutto considerando l'età del target di riferimento.

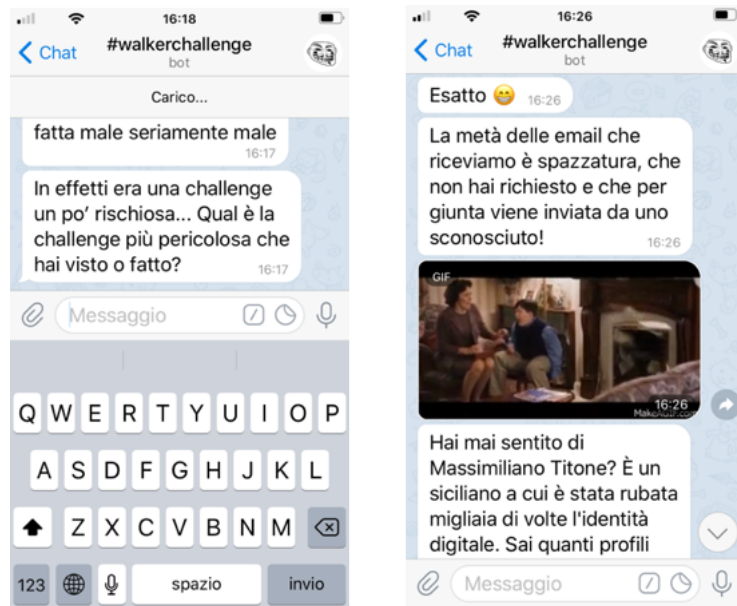
Per questo motivo è stato creato un **personaggio immaginario** che parla ai giocatori, ricreando una vera e propria storia personale e un vissuto come adolescente che ha competenze con il mondo digitale ma che, com'è tipico in quell'età, non sa padroneggiare bene a causa della sua inesperienza.

Il personaggio in questo senso ha la funzione di **empatizzare**, nei limiti del possibile, **con il giocatore**. Si prova a raggiungere l'obiettivo di umanizzare il personaggio inviando messaggi in cui parla di sé e del suo vissuto, nel tentativo di instaurare una relazione con il giocatore.
Per rendere il personaggio credibile agli occhi di un adolescente è stato adottato un linguaggio sintetico, colloquiale, ironico, arricchendo il testo di



[Figura 1 - 2 - A sinistra viene mostrata la primissima interazione tra chatbot e giocatore. Le domande a risposta aperta aiutano rendere la conversazione più colloquiale e amichevole. A destra il personaggio del chatbot mette alla prova le conoscenze del giocatore.]

emoji e file multimediali (immagini, gif animate, video e audio). In questo senso quando si progetta un chatbot-game bisogna fare attenzione al target di riferimento e utilizzare un linguaggio adatto. La scrittura dei dialoghi, insieme alla scelta dei file multimediali, è una fase cruciale per la costruzione della user-interface e della user-experience.



[Figura 3 - 4 - A sinistra Il personaggio del chatbot prova a chiedere al giocatore qual è la challenge più pericolosa di cui ha sentito parlare. Oltre a testare l'effettivo interesse del giocatore sull'argomento, la domanda ha lo scopo di introdurre parte della storia personale del personaggio che approfondirà nei messaggi successivi. A destra viene mostrata una delle prime interazioni del quiz. I feedback alle risposte date dal giocatore vengono date in modo informale, usando un linguaggio colloquiale. La dinamica della conversazione viene rafforzata dall'utilizzo di gif animate, emoji e altri elementi multimediali che comunemente vengono inviati all'interno delle chat]

Per progettare la **User Interface** (cioè lo spazio ideale in cui avviene l'interazione tra utente e software - UI) e la **User Experience** (ossia la creazione di <tutti gli elementi che costituiscono l'esperienza all'interno della suddetta interazione - UX), si fa riferimento a due discipline: il **Conversational Design** e il **Game Design**.

Il design della conversazione, in inglese conversational design, è un'area della progettazione che ha lo scopo di creare esperienze legate all'interazione uomo-macchina tramite conversazioni vere e proprie che hanno luogo su piattaforme di chat (per esempio Telegram o Messenger) o di comando vocale (per esempio Alexa o Siri).

Il game design, cioè la disciplina che ha come oggetto la costruzione di un'esperienza di gioco, è quindi fondamentale per le finalità del progetto. Trattandosi di un chatbot game con un'interfaccia grafica molto limitata (che utilizza la piattaforma Telegram) è necessario lavorare sugli elementi che in maniera più significativa agiscono sul coinvolgimen-

to del giocatore e cioè la creazione di un personaggio, di un quiz e di una storia. Questi tre elementi sono di fatto la struttura portante del gioco.</p>

3.3_la
struttura
dell'esperienza
di gioco

<p>Il gioco co-progettato e sviluppato con il progetto Netwalking è strutturato in tre parti: **introduzione**, **quiz** e **storia**.

L'introduzione ha lo scopo di introdurre il giocatore al gioco, di illustrare le regole e il pretesto per cui è lì. Si tratta del primo contatto con il personaggio, il quale mostra alcuni lati della sua personalità. In questa parte viene introdotto al giocatore il concetto di chatbot e sono chiariti i "limiti" delle interazioni.

L'introduzione ha inoltre lo scopo di mettere il giocatore di fronte a quello che Johan Huizinga, il padre del game design, definiva "Il cerchio magico": una soglia immaginaria che si varca quando ci si appresta a partecipare ad un gioco, che dà la dimensione di ciò che è finzione e di ciò che non lo è. È stato scelto di lasciare i limiti di questo

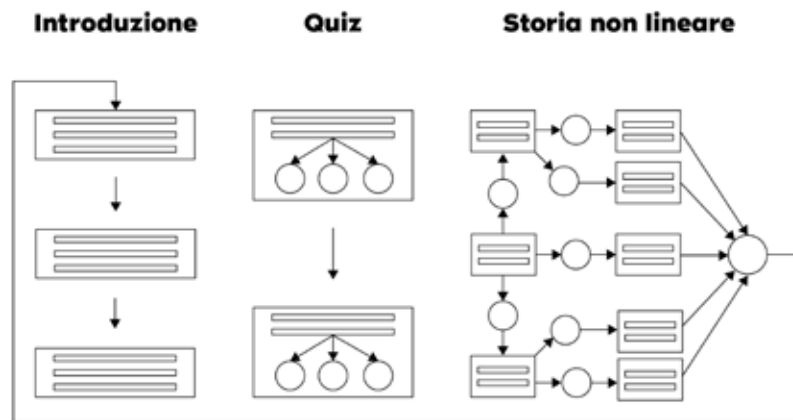
cerchio molto confusi poiché si è voluto mettere l'accento proprio sull'ambiguità gioco-realtà. Questa rispecchia un po' la stessa ambiguità che talvolta esiste quando si partecipa alle cosiddette challenge, le sfide virali che sui social molto spesso catturano l'attenzione degli adolescenti e recentemente anche degli adulti. Non poco di frequente infatti capita che l'oggetto di queste challenge spinga i giovani partecipanti a compiere azioni pericolose che minano alla loro incolumità ed è evidente che in quei casi la soglia che intercorre tra realtà e finzione non è percepita.

Il quiz è stato pensato come un modo per testare le conoscenze che il giocatore ha di internet e di fenomeni più ampi, legati al mondo giovanile. Sono stati affrontate tematiche varie: il phishing, le truffe online, lo spam, il fenomeno degli hikikomori, la sextorsion, la nomofobia e le differenze tra il dark web e il deep web. Tra una domanda e l'altra vengono chiariti e approfonditi i concetti con un registro comunicativo colloquiale e discorsivo. Al giocatore infine

viene dato un punteggio che prova un po' a misurare il suo livello di padronanza riguardo le tematiche.

La storia è pensata come un flusso non lineare e ha una struttura simile a quella dei libri-game. Il libro-game è un'opera narrativa che invece di essere letta linearmente dall'inizio alla fine, offre al lettore la possibilità di partecipare attivamente alla storia, decidendo tra alcune possibili alternative, mediante l'uso di paragrafi o pagine numerate. Allo stesso modo la storia nel chatbot è stata costruita in modo tale da dare al giocatore la possibilità di scegliere in che modo muoversi attraverso la storia. Il giocatore viene sfidato a trovare il finale che rispecchia il vissuto del personaggio. All'inizio della storia infatti il personaggio fa una premessa nella quale viene spiegata la dinamica della storia non lineare e annuncia al giocatore che solo alcune delle cose che leggerà gli sono accadute davvero, il resto sono soltanto possibilità potenziali che sarebbero potute accadere se gli eventi avessero preso una piega diversa. Dunque solo un finale permetterà

al giocatore di vincere la sfida e superare la challenge, mentre le altre sono solo alternative che portano fuori strada.</p>



[Figura 5 - Uno schema semplificato che riassume la struttura del gioco. L'introduzione ha la funzione di "icebreaking", il quiz quella di valutare le conoscenze di base su argomenti selezionati e la storia non lineare rappresenta l'elemento emozionale dell'esperienza di gioco.]

**<h1>4.0_le fasi
della
progettazione di
una storia non
lineare in un
chatbot-game</h1
>**

**4.1_fase
1: Scrivere il
soggetto**

<p>Il 'soggetto' è un breve racconto che illustra in grandi linee la trama di una storia, si tratta di un termine preso in prestito dal mondo del cinema e del teatro. È uno strumento utilissimo quando si è nella prima fase creativa, quella in cui vengono espresse le idee "senza filtri". In questa fase si può essere da soli oppure in gruppo, in quest'ultimo caso può essere utile utilizzare la tecnica del brainstorming. Trattandosi di una storia non lineare, già in questa fase è utile iniziare a pensare ai vari finali che la storia può avere. In particolare bisognerebbe pensare agli scenari verso cui la storia tende e al loro significato in relazione agli argomenti che si vuole affrontare durante la narrazione. In questo senso il racconto ha una finalità o un obiettivo? Per quello che riguarda i finali della storia può essere utile pensare a un esito positivo (lieto fine), a uno negativo e uno più neutrale. In questa fase inoltre è utilissimo tracciare un profilo dei personaggi principali: età, sesso, contesto in cui vivono, personalità, trascorsi.</p>

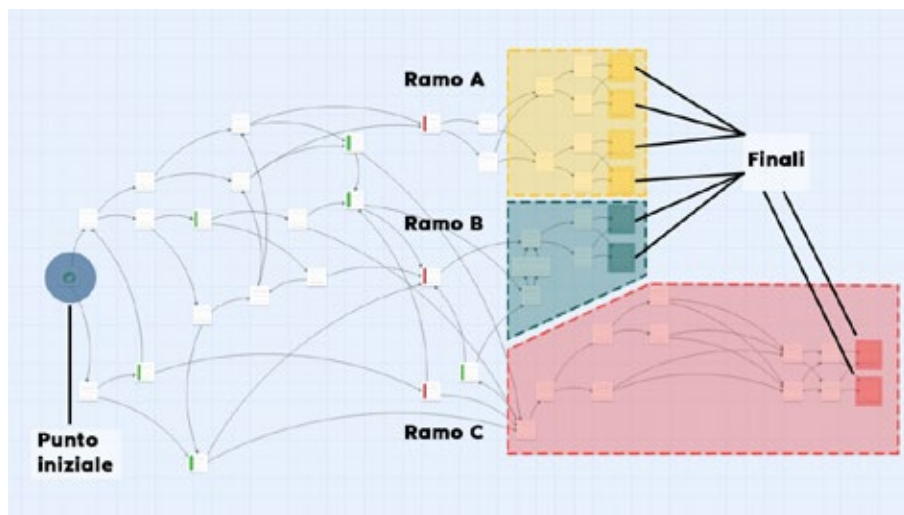
**4.2_fase
2: costruire la
struttura della
storia**

<p>Una volta scritto il soggetto, bisogna approfondire la trama della storia non lineare e iniziare a pensare alla successione degli eventi che la compongono.

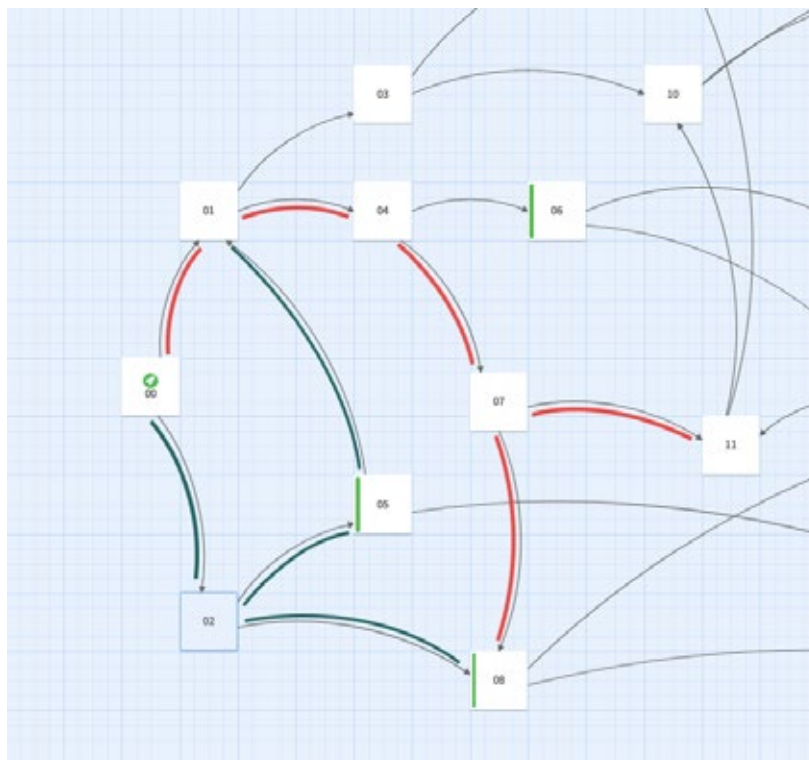
A differenza di una storia lineare in cui gli eventi si susseguono tutti in linea retta, in una storia non lineare lo svolgimento della trama prende varie diramazioni. Bisogna precisare che il susseguirsi di accadimenti all'interno di una storia lineare non implica necessariamente che questi seguano un ordine cronologico o causale. Infatti il modo in cui l'autore compone la successione di eventi all'interno di una storia si chiama "intreccio" e un tipico esempio di disposizione non cronologica è il flashback.

Costruire un'ossatura per una storia non lineare ha più a che fare con le opzioni di fronte alle quali i personaggi si trovano e che il giocatore sceglie per loro, determinando l'andamento della narrazione. In una storia non lineare è necessario mantenere una successione causale (causa-effetto) degli eventi affinché la narrazione, nonostante la sua variabilità, mantenga una certa coerenza d'insieme.

È possibile produrre una prima bozza di questo lavoro su di un'ampia superficie tipo una lavagna oppure su di un grande foglio di carta, usando dei post-it di cui è possibile cambiare la disposizione sul piano. Una volta trovata una struttura di storia non lineare definitiva è possibile utilizzare il software online "Twinery" (open e free) che dà la possibilità di costruire un primo prototipo di storia visualizzabile sullo schermo del computer.



[Figura 6 - esempio di storia non lineare su Twinery. Le relazioni tra singoli box contenenti parti della narrazioni hanno una struttura molto ramificata con un punto d'inizio e vari finali. Com'è possibile notare, inoltre, ad un certo punto la storia si divide in tre rami distinti che hanno come destinazioni tre esiti della storia diversi.]

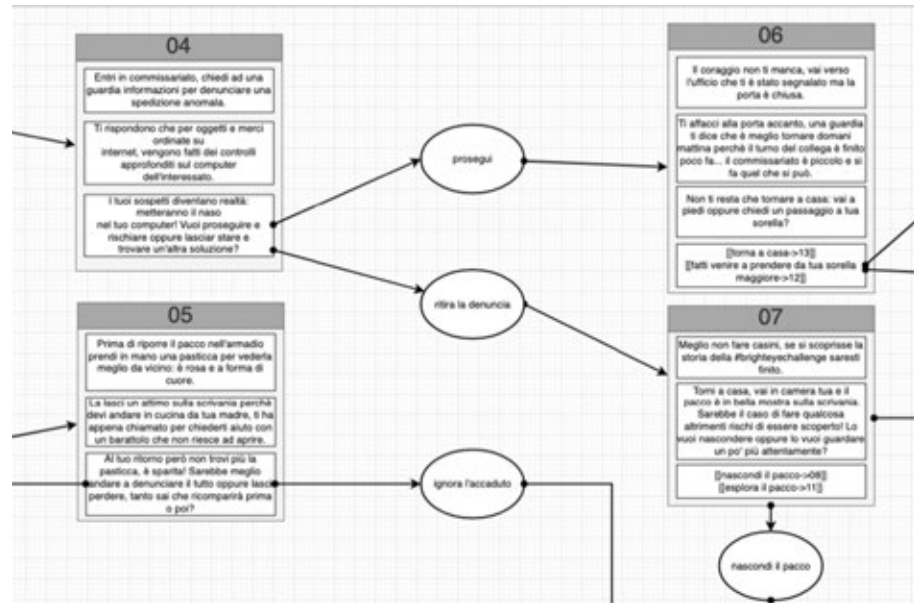


[Figura 7 - Ogni box è collegato ad altri tramite nessi che rappresentano le “scelte” del protagonista all’interno del racconto. Per creare una storia non lineare, bisogna prevedere che il protagonista si trovi davanti ad almeno due opzioni. Nel costruire i collegamenti bisogna fare attenzione a non creare i cosiddetti “loop” ossia combinazioni di scelte che mettono il giocatore nella condizione di visualizzare a ripetizione gli stessi frammenti di storia. In particolare questo rischio c’è quando alcuni box hanno più di una scelta in entrata, come ad esempio il box 1 che è collegato in entrata con il box 0 e il box 5. Com’è possibile notare dai percorsi evidenziati in colore verde e rosso, la possibilità di intercorrere in un “loop” è stata evitata. Cosa succederebbe se il box 4 fosse collegato al box 5?]

**4.3_fase
3: scrivere la
sceneggiatura
**

<p>Anche in questo caso ci troviamo di fronte a un termine che ha avuto origine nel mondo del teatro e del cinema e che da qualche tempo ormai è entrato anche in quello dei videogiochi. La sceneggiatura è un testo in cui viene approfondito il soggetto in modo tale da dare indicazioni su: luoghi, azioni e stati d'animo dei personaggi, dialoghi. Quando c'è una componente visuale più forte vengono date anche indicazioni sulle inquadrature, sugli oggetti di scena, atmosfere etc... È generalmente un testo molto ricco di dettagli e per quanto riguarda i chatbot games contiene elementi che in un secondo momento verranno sintetizzati in modi diversi. Anche in questo caso è possibile scrivere la sceneggiatura su carta oppure se si è creato un file 'Twinery' è possibile arricchire le singole caselle di testo con dettagli e indicazioni . In questo caso è stata usata un'estensione di Google Chrome chiamata 'Drawio' in cui è possibile disegnare diagrammi di flusso, molto utili quando bisogna lavorare su una storia complessa. Tuttavia è possibile utilizzare qualunque tipo di altro

strumento simile per lavorare sui diagrammi, anche una parete bianca sulla quale poter attaccare i post-it andrebbe bene!



[Figura 8 - un esempio di 'sceneggiatura' scritta direttamente all'interno del diagramma che compone la storia. È possibile notare che in questa fase il livello descrittivo dei testi è piuttosto alto e ci sono molti dettagli che descrivono la scena in cui si svolge l'azione.]

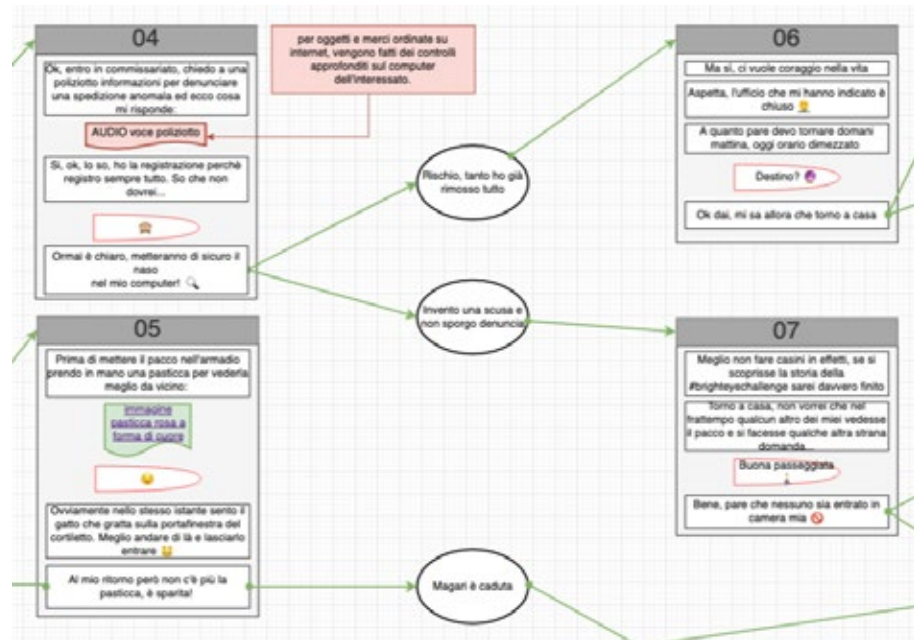
**4.4_fase
4: applicare il
Conversational
Design**

<p>In questa fase la parola d'ordine è: sfoltire. Nella sceneggiatura si è stati ricchi di dettagli e si è dato spazio all'immaginazione, ora è arrivato il momento di tradurre quei lunghi testi in qualcosa adatto ad una chat. A nessuno piacerebbe leggere fiumi di parole sul piccolo schermo del cellulare quindi in questa fase l'abilità sta nel dire tutto ciò che si vuole dire essendo il più sintetici possibile. Questa è una delle parti più complesse poiché si tratta di costruire gran parte dell'esperienza di gioco. In questa fase bisogna scrivere i testi in modo coerente con la personalità del personaggio, con i suoi stati d'animo e l'andamento della storia

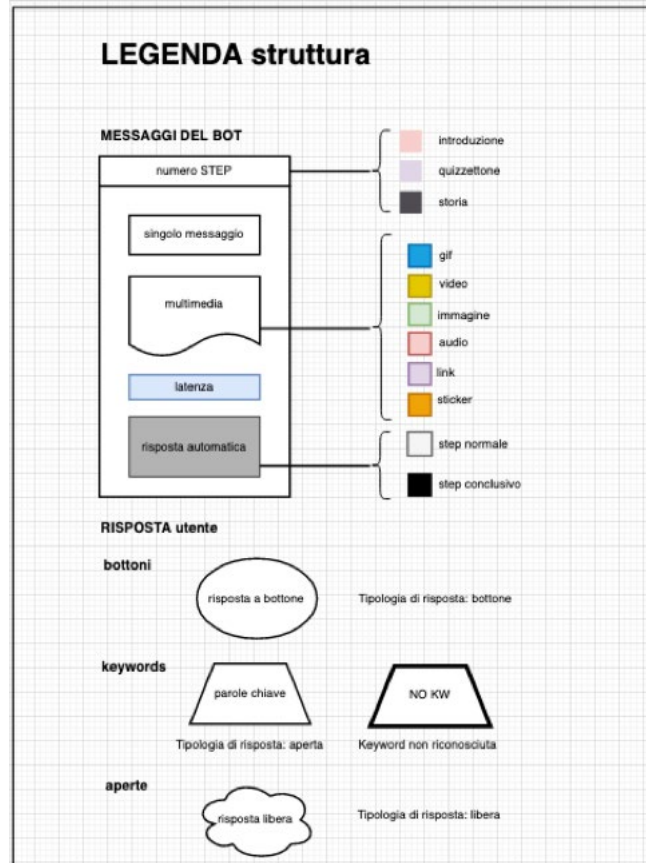
.

Nel caso specifico l'ulteriore elemento di difficoltà è consistito nel fatto che bisognasse dare l'impressione al giocatore che tutti quelli visualizzati fossero verosimilmente di messaggi inviati da un cellulare. In questa fase è utile anche selezionare i contenuti multimediali (immagini, gif animate, video, file audio etc...) in modo da arricchire la chat con elementi che hanno

sia lo scopo di aumentare il grado di espressività della comunicazione, sia quello di ridurre il potenziale appesantimento che potrebbe generare un'esperienza di gioco basata unicamente sul testo. Risulta fondamentale in questa fase essere metodici e utilizzare un sistema di simboli chiaro ed efficace



[Figura 9 - è possibile fare un confronto con la figura 3 e notare le differenze innanzitutto sul piano linguistico: i messaggi adesso hanno un tono più colloquiale e meno descrittivo. Sono inoltre presenti elementi multimediali: in questo caso è possibile notare un audio e un'immagine rispettivamente nel riquadro 04 e 05.]



[Figura 10 - La legenda è uno strumento ad elevato impatto visivo che risulta molto utile quando si collabora tra più persone poiché facilita la comprensione di simboli e notazioni. In figura è possibile notare i box rettangolari che contengono i messaggi del bot e singole parti della storia, le risposte a pulsanti (ellissi), quelle libere con keywords* (trapezi) e quelle aperte (nuvoletta). Le keywords sono le parole che il bot riconosce come risposte e vanno inserite nell'apposito box. Quando durante il gioco, a fronte di una domanda di questo genere, si risponde con parole che non sono presenti tra le keywords, il bot invita l'utente a riformulare la risposta.]

```
<h1>5.0_tips per  
la progettazione  
(do & donts)  
</h1>
```

**5.1_come
costruire un
quiz**

Impostare le domande facendo leva su elementi che stimolino curiosità o interesse nel giocatore può essere un buon modo per tenere viva la sua attenzione.

Aggiungere elementi narrativi, ad esempio raccontando un aneddoto ironico, potrebbe essere un buon modo per spezzare il ritmo di tanto in tanto.

Arricchire i testi con emoji e elementi multimediali per alleggerire la parti testuali.

Non costruire periodi troppo lunghi, non usare troppi messaggi consecutivi ed in caso spezzare il discorso con l'inserimento di tasti singoli (senza bivi)

Non dimenticare di fare qualche domanda più personale al giocatore o che esuli dagli scopi del quiz. Basta poco e il quiz si trasforma in un'interrogazione!

Provare a tarare la difficoltà del gioco, facendo ipotesi sulle abilità di base richieste dal giocatore per superare il quiz: un quiz troppo facile potrebbe annoiare il giocatore mentre uno troppo difficile potrebbe renderlo frustrato e in entrambi i casi il rischio che abbandoni la partita è abbastanza alto. Consiglio: quando costruisci le domande, prova prima a porle ai tuoi amici e segnati quelle che secondo te hanno suscitato in loro più coinvolgimento.

Risposta sbagliata? Nessun problema! Ricordati di proporre materiale informativo in formato testuale o multimediale nel caso il giocatore sbagliasse risposta o dimostrasse di non avere conoscenza degli argomenti.

Motivazione interna o motivazione esterna? La motivazione è ciò che spinge il giocatore a continuare la sua esperienza di gioco nonostante le difficoltà o le frustrazioni. Esistono due tipi di motivazioni, quella esterna è stimolata

da elementi che sono all'esterno del giocatore come ad esempio fare un'attività per scalare una classifica oppure vincere un premio; quella interna, viceversa, non dipende da questi elementi per cui un giocatore mosso da una motivazione interna giocherebbe per il solo gusto di farlo. È importante saper bilanciare questi due elementi perché la sola motivazione esterna non basta per tenere occupato il giocatore per un arco di tempo medio-lungo mentre sfruttare la sola motivazione interna fa venir meno ogni tipo di competizione, rendendo tutto meno divertente.

Una volta che hai costruito il tuo quiz non dimenticare di fare tante prove per vedere se funziona bene ma soprattutto per avere un'idea di quanto dura una partita. Una partita troppo lunga infatti potrebbe stancare mentre una troppo corta potrebbe rendere il giocatore insoddisfatto.

**5.2_come
costruire una
storia**

Definire una linea temporale durante la quale si susseguono gli eventi: inizio, svolgimento, fine. Si può pensare a qualche ora o a qualche giorno, l'importante è ricordarsi sempre di mantenere una coerenza all'interno della narrazione.

Può risultare utile pensare a una premessa in cui ci si riferisce a ciò che nel passato può riflettersi sulla storia presente del protagonista.

Un problema o un conflitto può essere un buon modo per creare una storia in cui il protagonista si muove cercando di ristabilire l'ordine delle cose

Ostacoli e imprevisti sono un buon modo per movimentare la narrazione ma la prima azione da compiere è fissare un obiettivo verso cui si muove il giocatore. L'obiettivo del giocatore e quello del protagonista sono distinti

Lavorare con gli elementi emozionali può stimolare il coinvolgimento del giocatore: quali sono i sentimenti del nostro personaggio? In tal senso prima di scrivere la storia potrebbe risultare utile stilare una sorta di carta di identità del personaggio: nome, cognome, età, residenza, segni particolari. Questo aiuta a comprendere qual è il contesto del personaggio, in che tipo di famiglia è cresciuto, quali sono le sue abitudini e qual è il suo carattere. Questi elementi possono contribuire a dare credibilità al personaggio e a rendere la narrazione più avvincente.

Tenere presente l'arco drammatico: Il conflitto viene introdotto quando il protagonista ha un obiettivo che si oppone al suo ambiente, un antagonista o entrambi. Il conflitto, e il tentativo del protagonista di risolverlo, provoca una serie di eventi che portano a un'azione in aumento. Questa crescente azione porta a un climax, in cui viene introdotta una sorta di fattore o evento decisivo. Ciò che accade nel climax determina il risultato del dramma. Il culmine è seguito da un periodo di caduta delle azioni in cui il conflitto inizia a risolversi e dalla risoluzione in cui viene finalmente risolto.

Il protagonista della storia interagirà con altri personaggi che si possono dividere in due categorie: personaggi che influiscono sull'andamento della storia (Alice e Marco) o personaggi che non influiscono sulla storia (la madre e il poliziotto). Prova quindi a tenere sempre presente il ruolo dei personaggi all'interno della trama.

Nel costruire la storia non lineare si può decidere di far compiere al giocatore: scelte "vere" e scelte "finte". Le prime infatti condurranno la storia verso scenari in cui il personaggio non sarebbe potuto trovarsi altrimenti, le seconde hanno solo la funzione di depistare, dare delle false speranze sulla deviazione di un percorso ma in fine conducono il personaggio allo stesso punto a cui sarebbero arrivati optando per l'altra possibilità.



net walking toolkit

www.net-walking.it



[#walkerchallenge](https://twitter.com/walkerchallenge)