



INTRODUZIONE ALLO STORYTELLING

LEZIONE 22



STORYTELLING- LA NECESSITÀ DI RACCONTARE

NASCITA DELLO STORYTELLING:

- 1 Lo Storytelling, letteralmente il Narrare, si basa sull'esigenza dell'uomo di raccontare storie. **Le sue origini risalgono alla tradizione orale dei primi uomini di raccontare storie.**
- 2 Le basi dello Storytelling moderno, di cui parleremo nel corso della presentazione, nascono grazie agli studi di [Joseph Campbell](#), che ispirarono George Lucas per la sceneggiatura di Star Wars.
- 3 Il regista fu infatti particolarmente colpito dal suo approccio, tipico delle favole.

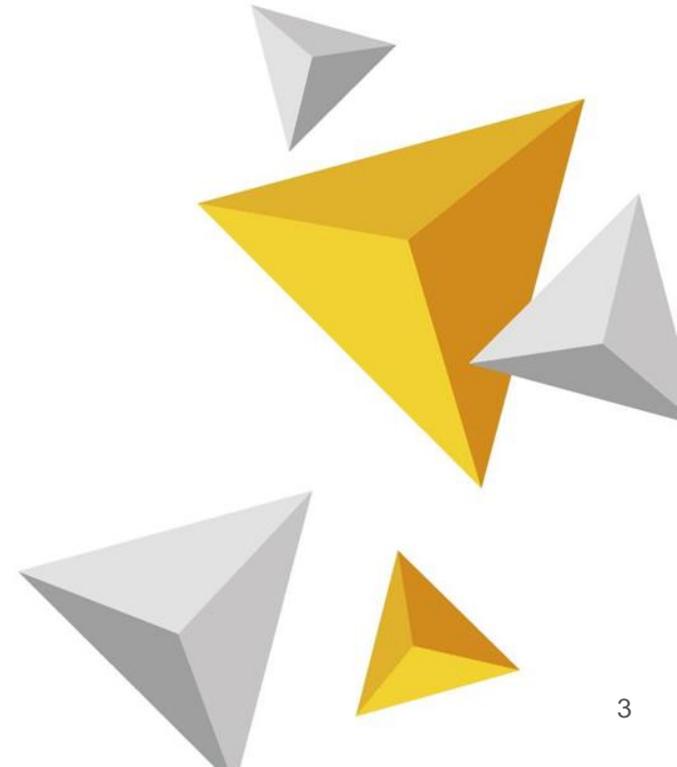




Le basi dello Storytelling

DEFINIZIONE DI STORYTELLING: lo Storytelling si basa sul concetto di arké/archetipo, che Campbell mutua dallo psicologo/psichiatra Jung. Secondo il quale si definisce archetipo:

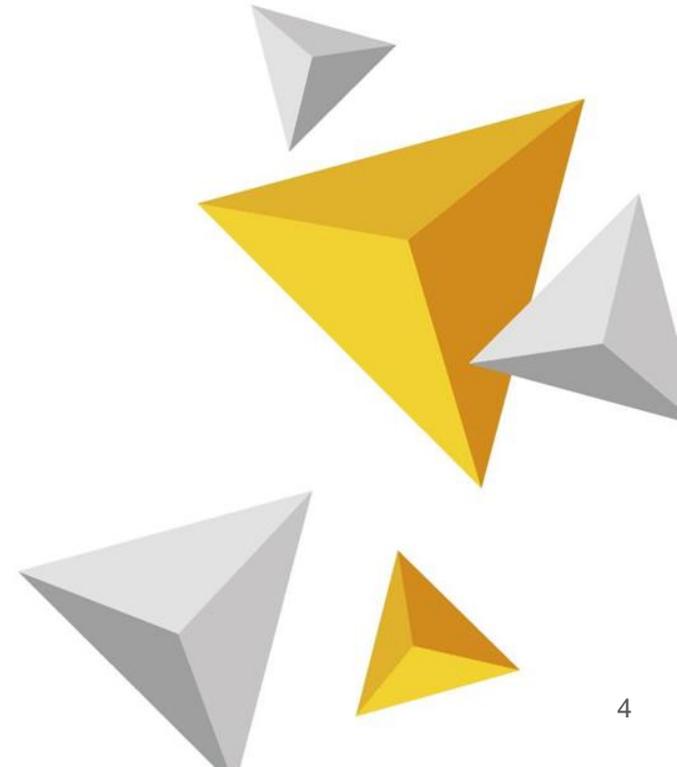
- *“Un’immagine primordiale contenuto nell’inconscio collettivo, la quale riunisce le esperienze della specie umana e della vita animale che la precedette, costituendo gli **elementi simbolici** delle favole, delle leggende e dei sogni”*
- Ne consegue che dagli archetipi derivano i simboli, che a loro volta vengono raccontati attraverso dei **rituali**. Ciò significa riportare una tradizione, in una sorta di scatola che permette di ripeterla nel tempo.





Le basi dello Storytelling

- Alcune di queste scatole hanno un contenuto così potente che è possibile capirne l'importanza anche se ti limiti a narrarle. Anche senza studiarle rii le narri e non le studi, riesce comunque a rimanere impresse e ad influire sulle tradizioni e sulle azioni umane.
- Ci sono **linee di sapienza** che portano avanti la parte rituale senza sapere cosa ci sia dentro mentre altri casi che studiano proprio i contenuti.
- **Dalla simbologia nascono** miti, leggende, favole, fiabe e cinema. Ad esempio Harry Potter, Matrix o Il Signore degli Anelli seguono questi schemi.
 - Ne Il Signore degli Anelli **il viaggio dell'eroe, uno dei principali archetipi dello Storytelling**, è palese. Frodo all'inizio parte e il viaggio che intraprende è l'esemplificazione del processo di formazione che ogni essere umano affronta durante la sua crescita.



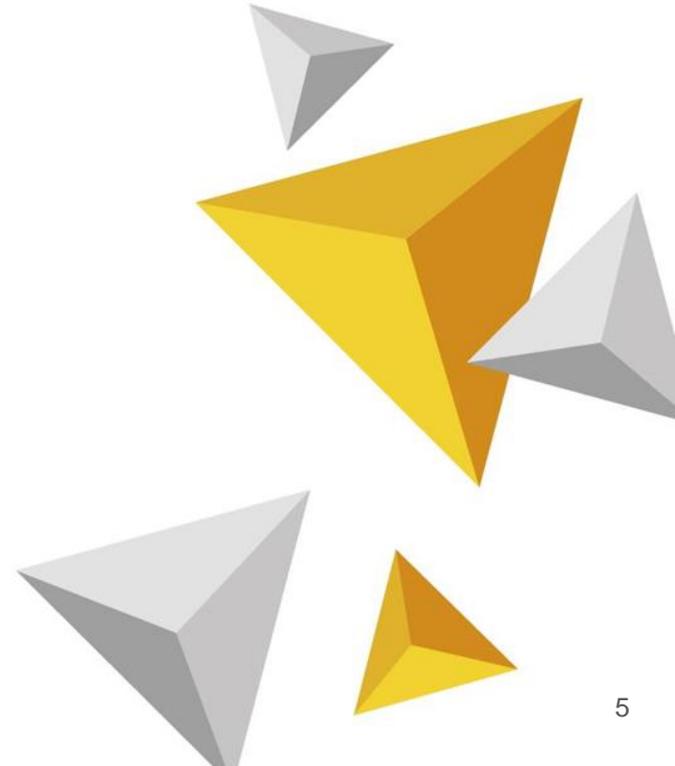


Le basi dello Storytelling-Il viaggio dell'eroe

In che cosa consiste il viaggio dell'eroe?:

Lo possiamo definire come una **scala di esperienza** che consta di 3 fasi e a ciascuna di esse corrispondono 4 archetipi :

- **I preparativi (Innocente, Orfano, Guerriero e Angelo Custode)**
- **Il viaggio (Amante, Cercatore, Creatore e Distruttore)**
- **Il ritorno (Mago, Sovrano, Saggio e Folle)**





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'innocente:** nella prima fase del viaggio l'io deve innanzi tutto strutturarsi per imparare a vivere nella realtà in cui si trova. Come requisito fondamentale c'è la **fiducia in se stessi**.
 - In un piano di comunicazione i preparativi coincidono con la fase iniziale in cui vengono definiti il **target di riferimento** e il **mercato** su cui si intende fare il lancio di prodotto.
 - Pensiamo al Signore degli Anelli; all'inizio del film ci vengono presentati Frodo e gli altri personaggi. Lo scopo è di fare leva su dei processi emotivi ed inconsci. **Stessa cosa dobbiamo fare quando scriviamo contenuti per il marketing o nella fase di lancio di un prodotto, quando facciamo il product match.**
 - La fase di preparazione è quindi fondamentale.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'innocente:** è la parte di noi che crede nella vita, in noi stessi e negli altri, è l'entusiasmo con cui si inizia una relazione, un viaggio o un lavoro. Si attiva nell'infanzia quando i nostri genitori ci amano, ci proteggono, ci incoraggiano e credono in noi e nelle nostre capacità. **È l'individuo prima della caduta**, che ricorda la parte della vita protetto nell'utero. **È la parte di noi che continua a credere in modo incrollabile** che il mondo è un posto sicuro e che gli esseri umani sono buoni.
- ★ **Caratteristiche dell'Innocente:** apertura, capacità di 'apprendimento e perseveranza.
- ★ Nei libri di marketing moderno (soprattutto a determinati livelli) compare **il concetto di 'virale' ed è connesso a queste tematiche.**
 - Preparare una persona e portarla a una fase di apertura è determinante per arrivare alla 'viralità', infatti nel momento di apertura puoi mettere un seme.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'archetipo dell'orfano** è una **dimostrazione che la vita è dolore**. Si attiva ogni volta che siamo stati **traditi o abbandonati dalla figura o situazione alla quale facciamo riferimento**.
 - Se un insegnante è stato ingiusto con noi, se dei compagni ci hanno preso in giro, se gli amici hanno parlato male di noi ecc...
- ★ **L'orfano** ci aiuta a sviluppare autonomia e senso pratico.
- ★ **È importante capire in quale arkè ci ritroviamo**, perché difficilmente si rientra in un solo arkè. Capita spesso di uscire da un'idea di arkè ed entrare in uno nuovo. Di solito ci si riconosce in un paio di arkè almeno.
 - Lo stesso può valere per un mercato e per il suo target. I mercati e i target di riferimento, non sono oggetti, statici, ma bensì in continuo movimento.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'archetipo dell'orfano:** nel corso della vita può portarci e tradire gli altri, i nostri valori, a **sviluppare nel tempo una personalità fittizia**, una maschera capace di nasconderci così bene da farlo anche a noi stessi.
- ★ **La sfida dell'orfano** è assumersi la responsabilità della propria sofferenza ed essere ciò che è, per quanto possa fare male, e fare i conti con le ferite ricevute e la mancata risposta del mondo ai nostri bisogni.
 - Ciò è fondamentale per capire un brand: **“ lo storytelling è il viaggio di un prodotto nel mercato”**.
- ★ **Il guerriero** corrisponde solitamente la fase dell'adolescenza. Ci impone di essere **coraggiosi, integri e forti**. Capaci di fissare delle mete e di raggiungerle, di evadere dai confini che ci imprigionano e di partire alla conquista del mondo.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'archetipo del guerriero** si attiva in generale in tutte le situazioni in cui dobbiamo imparare a **difendere noi stessi e i nostri confini o proteggere qualcuno** dalle minacce.
 - È la capacità di dire “No”, di dire “Fuori dalla mia vita”, di escludere chi non usa rispetto, chi prima non bussa e non rispetta le regole che noi ci diamo in casa nostra e nel nostro spazio.
- ★ **Aspetti negativi del guerriero**: può diventare eccessivamente duro, rigido, amante della competizione e della vittoria ad ogni costo.
 - Tende a giudicare, razionalizzare e separare quello che viene ritenuto segno di debolezza.
 - Tenerezza, sensibilità, fragilità, accoglienza, comprensione e tolleranza sono spesso oggetto di repulsione e disprezzo.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **L'archetipo del guerriero** è molto utile alle aziende quando capiscono che devono mandare un messaggio e creare uno Storytelling che vada in controtendenza, che rompa degli schemi/dei paradigmi, che si ribelli.
- ★ **L'angelo custode crea comunione** aiutando gli altri a sentire che sono protetti, amati e stimati. Incoraggia rapporti positivi fra le persone, crea l'ambiente dove ci si possa sentire a proprio agio e liberi di esprimersi con sincerità.
- ★ **Un simbolo dell'angelo custode è l'Albero della Vita** che continuamente ci nutre e ci sostiene. **É l'archetipo del genitore che si prende cura dei figli**, è la Madre Interiore che ci accudisce, che ci fa sentire protetti e amati.
 - **L'angelo custode si prende cura** dei nostri bisogni e del nostro bambino interiore, ovvero **dell'innocente**.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 1: I preparativi

- ★ **Se l'archetipo dell'angelo custode** non è attivo in noi, rimarremo sempre dipendenti dai genitori o ci aspetteremo sempre che qualcuno si prenda cura di noi. Chiedendo addirittura ai nostri figli di farci da genitori.
- ★ **Aspetti Negativi dell'Angelo Custode:** è castrante e divorante. Tende a far **sentire in colpa** e a **deresponsabilizzare**.
 - Il principale problema dell'Angelo Custode è la sua **dipendenza dagli altri insieme al senso di inutilità ed impotenza nello stare solo con se stesso**.
 - Nella società attuale si parla molto di integrità, ma spesso poi non si è così bravi e lo stesso vale per l'indipendenza, sono caratteristiche che un po' sono mancate rispetto alla naturale evoluzione.





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 2: Il viaggio

Fino ad ora abbiamo avuto un'esplorazione di noi stessi, del mercato o di dove vorremmo portare il mercato.

Nella fase del viaggio lo scopo è :

- Sperimentare.
- Trovare fuori, nella vita, quello che è mancato nella famiglia di origine, al fine di **costruirsi una nuova famiglia migliore.**

Domande a cui rispondere, sono quelle che permettono di conoscere noi stessi:

- Chi sono?
- Da dove vengo?
- Dove voglio andare?
- Qual è il mio scopo?

“ Il viaggio è il desiderio di conoscere il senso della nostra vita, quando riusciamo a staccarci dal conosciuto ed esplorare il mistero nei suoi vari aspetti”



Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 2: Il viaggio

- ❖ **L'archetipo dell'Amante** presiede al processo di formazione dell'identità. Risponde alle domande : Cosa ci attrae?, Cosa ci appassiona?
 - Le domande appena citate vengono sempre **poste nel marketing quando si fanno gli audit.**
 - Una volta prese le distanze dalle aspettative della famiglia di origine (non c'è un'età specifica), iniziamo a conoscere noi stessi.
 - **L'amore è una forza di attrazione.** *“Ciò da cui siamo attratti è un qualcosa o un qualcuno che dobbiamo/vogliamo integrare in noi stessi.”*
- ❖ **Il cercatore si attiva** sotto forma di un'inspiegabile insofferenza verso il conosciuto, il solito e l'ordinario. Insofferenza alimentata. da un desiderio di qualcosa di nuovo:
 - É lo spirito della ricerca che ci scuote quando cominciamo a sentirci alienati, prigionieri o vuoti. *“Il Cercatore è lo spirito di iniziativa dei pionieri alla ricerca dell'oro”.*





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 2: Il viaggio

- ❖ **Il creatore è la parte di noi collegata al potere creativo dell'Universo.**
- ❖ Ogni volta che creiamo qualcosa, strutturiamo qualcosa.
- ❖ Nel momento in cui prendiamo coscienza del nostro collegamento con la fonte creativa dell'Universo, quando perdiamo questo contatto, il nostro Spirito può manifestarsi attraverso il **Distruttore.**





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 2: Il viaggio

- ❖ **L'archetipo del distruttore si attiva** nel momento in cui scopriamo che **tutto ciò per cui abbiamo lavorato non esiste più**. Quello in cui abbiamo creduto è finito nel nulla. Ci sentiamo falliti, vuoti, delusi, amareggiati, andiamo in pezzi e la vita non ha più senso. Proviamo un senso di impotenza e di ingiustizia verso la vita, verso forze più grandi di noi, ci sentiamo in balia del fato, con la sensazione che ci sia caduto il mondo addosso.
- ❖ **Aspetti positivi del distruttore**: è essenziale alla metamorfosi, alla crescita, all'evoluzione.
- ❖ **Agisce tramite** abbandono, tradimento, giudizio, flagellazione, derisione, supplizio, smembramento, frantumazione ecc..





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

A un certo punto **il viaggio termina e inizia la fase del ritorno:**

- Ritorno a se stessi.
- Costruirsi il proprio regno così come lo vuole la propria anima.
- Compiere il proprio destino.
- Realizzare tutte le potenzialità che ci sono state date. *“Noi facciamo un danno a noi stessi e agli altri se non mettiamo in pratica le potenzialità che ci sono state date”*
 - Metterle a frutto per noi e per gli altri. Dare energia non vuol dire perderla, ma espanderla.
 - Non bisogna dare solo per avere qualcosa in cambio.
 - Diventare Re e Regine: è importante gestire il lavoro, il denaro e le relazioni con giustizia, ordine e benevolenza -

Queste caratteristiche tipiche del ritorno attivano l'archetipo del sovrano.



Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

- Il ritorno è la fase in cui puoi portare il mercato a uno stato di consapevolezza, ispirazione e conoscenza
 - ◆ Quale sarà il suo ritorno? Non ti ritornano, alcuni si fermano s'un arkè o in un'altra fase. **Ogni sovrano, giunto a questa fase, ha bisogno di un mago capace di predire il futuro.**

La figura del sovrano è particolarmente legata a quella del mago.

- Oltre a predire il futuro, **l'archetipo del mago** :
 - ◆ Guarisce i malati.
 - ◆ È lo sciamano, lo stregone, l'alchimista, lo psicologo.
- **Il Mago ha la funzione di consigliare il Sovrano** in modo che le leggi che promulga per il regno siano in connessione con quelle universali e naturali. Per evitare il mero arbitrio.



Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

- Il Mago è anche in grado di **realizzare i desideri e le aspirazioni del Sovrano**, come anche di guarirlo, ma spesso agisce autonomamente. Lo fa quando avverte i problemi prima che si verifichino, **grazie alla sua capacità di visione e presentimento.**
 - ◆ Pensate a Merlino, Gandalf... **Chi è il nostro mago?** La persona con la quale ci confrontiamo e ci affidiamo prima di prendere decisioni importanti.
- Un personaggio **in contatto con una realtà superiore, che vede in modo diverso se stesso e tutto quello che accade.**
- **ATTENZIONE:** il mago non è infallibile, può prendere decisioni sbagliate. *“La Magia è però l'Arte di cambiare la coscienza consapevolmente”.*





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

- **Lo scopo del Viaggio dell'Eroe è costruirsi un Regno.**
 - ◆ Il sovrano materializza nel mondo visibile ciò che il mago proietta nel mondo invisibile.
 - ◆ Per diventare sovrani bisogna assumersi la responsabilità della propria vita, ossia bisogna essere partiti per il Viaggio, aver sconfitto il Drago e trovato il Tesoro.
 - ◆ **Il drago siamo noi, le nostre paure**, i nostri limiti.
 - ◆ **Il regno a cui tornare è la nostra vita**, ciascuno la propria, qualunque essa sia.
 - ◆ L'esterno riflette l'interno. **Il Re e il suo Regno sono uno: se il Regno è arido e sterile è perchè c'è aridità e sterilità nel Sovrano.**

- Il Sovrano che è dentro di noi è sempre alla ricerca del potenziale segreto delle persone che ci circondano per far sì che ogni talento possa essere impiegato in modo produttivo. **Il Sovrano inoltre sa che per il più alto livello di rendimento nessuna risorsa deve essere sprecata, e per lui la cosa più triste è sprecare la vita.**





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

- **Archetipo del saggio** :viaggio alla scoperta della verità su se stessi, sul mondo e sull'universo. La verità rende liberi, rischiarata la via, disperde la confusione, indica il da farsi.
- **La sfida del Saggio** è quella di decifrare i segni e risolvere l'enigma di fondo dell'esistenza.
- **La domanda essenziale è**: Qual è il senso? **Tutti i saggi sono investigatori** alla ricerca della verità che è dietro le apparenze- alla ricerca del senso profondo degli eventi, della vera causa dei problemi. **Il nostro Saggio interiore vuole arrivare a una sorta di verità oggettiva che superi la limitata visione personale.**
- **L'ultimo è il folle** : l'innocente giunto alla sua massima evoluzione. **È la base istintuale della nostra natura interiore indomita e incontrollabile.** È la forza e dell'Es, è l'aspetto vitale e dirompente del bambino che vive il gioco, la sensualità, la fisicità, che corre, ride, piange, **inconsapevole della morte e del senso del limite.**





Le basi dello Storytelling- Il viaggio dell'eroe

Fase 3: Il ritorno

- **Il folle** : gioca con la vita, tuttavia lo fa e si diverte con la consapevolezza (raggiunta grazie al Saggio) che tutto è un'illusione.
- La vita è gioco, che può essere anche brutto o doloroso, ma è pur sempre un gioco e quindi non c'è motivo per non vivere con gioia. **La gioia del folle è la celebrazione della bellezza della vita**, e tale gioia è ancora più bella se condivisa, è l'entusiasmo.
- Molti racconti usano queste leve, che vengono spesso utilizzate anche nel marketing.





Struttura di uno Storytelling

- **All'inizio del nostro storytelling abbiamo il nostro incipit**, che deve essere molto interessante.
- Lo storytelling che dobbiamo creare **deve stare all'interno degli archetipi** e della loro evoluzione.
- **Il corpo narrativo deve far suscitare emozioni, anche contrastanti.** Di base non esiste un vero modo per rendere un incipit veramente interessante. Il personaggio deve essere creato da noi, noi siamo le divinità che creano il personaggio. Il protagonista possiamo essere noi o le persone che abbiamo conosciuto nel corso della nostra vita.
- Molto importante è **mettere le caratteristiche degli avvenimenti** della nostra storia e **descrivere come li abbiamo affrontati.** Quali caratteristiche abbiamo fatto emergere in determinati momenti. Quali abilità sono emerse, che magari di solito non mettiamo in luce o non ricordiamo di avere. Oppure delle mancanze che nel tempo siamo riusciti migliorare.





Struttura di uno Storytelling

- **UNA PRECISAZIONE:** prima di fare Storytelling per un brand dovrete scrivere una storia personale, un racconto di voi stessi.
 - ◆ Cosa succede? In quali circostanze? Dove siete? In quale periodo (presente o altro momento storico)? In quale ambiente si svolge la Vostra storia?
 - ◆ Per rendere lo storytelling più efficace, cercate di descrivere, di parlare di cose che conoscete. Date importanza al luogo in cui è ambientato il racconto.
 - ◆ Interrogatevi anche sul: perché? Qual è l'obiettivo? É davvero interessante? Quest'ultima domanda è molto importante, **la storia potrebbe non risultare interessante da raccontare**. Molti vivono vite non loro e potrebbero pensare che la loro storia non è interessante.
- **Fare un elenco dei personaggi:** collocazione politica, religiosa e socioeconomica. Elementi determinanti del passato del/dei personaggio/i. Caratteristiche psicologiche del personaggio (si intendono anche dei comportamenti specifici, come reazioni particolari ad alcune situazioni o circostanze).





Struttura di uno Storytelling

- **Contestualizzazione dei dialoghi e dei dialetti:** come parlano i personaggi.
- **Analisi del carattere fisico:** ad esempio il portamento e l'aspetto fisico.
- Il testo può avere una lunghezza variabile, di base maggiori caratteristiche ha e meglio è. Poi si farà una selezione del cosa ci sembrerà utile e coerente con il contesto specifico.
- **Atmosfera della vicenda:** cercare di creare un contesto particolare che ha delle peculiarità molto specifiche che ci aiutano a ricordare meglio, ci restano impresse nella mente. Non è facile da creare l'ideale sarebbe averle vissute per saperle descrivere.
- Il titolo, va scelto alla fine del tutto.
- Per rendere plausibile il personaggio dobbiamo descrivere anche i difetti della persona, anche fisici.





Struttura di uno Storytelling

- Il personaggio deve essere difendibile.
- **Il personaggio giunto alla fine del suo viaggio è ormai il folle ed è cambiato rispetto all'inizio.**

Questo metodo è molto importante per realizzare la personalità di un brand, non è semplice ma è molto efficace per creare lo storytelling di un brand. Queste sono le basi.

○