

# STORY EXPERIENCE

Le storie trovano il modo di entrare nel mondo reale per (cercare di) trasformarlo; prendono forma e si incarnano in oggetti (booklet, video, siti, social media, forme ibride, transmedia, deep media)

## Cosa ci serve?

- **HABITAT NARRATIVI** (dove i racconti prenderanno vita secondo la forma stabilita e il modo in cui i lettori faranno la loro esperienza complessiva con la storia)

1. cartacei
2. relazionali
3. digitali
4. eventi

- **ASCOLTABILITÀ**



# STORY EXPERIENCE

Dove troviamo il lettore?

Quale è lo strumento giusto per fargli vivere l'esperienza con lo "story-gate" e dove posizionarlo?

Come andrà narrata (e ri-narrata) la storia?



**RICORDATE: COERENZA NARRATIVA!**  
*"The audience come first"*



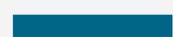
# STORY EXPERIENCE

## MOMENTO DI VITA



Ogni pubblico sta vivendo la sua storia, in un preciso momento esistenziale. La cifra biografica è anche nell'uso dei media

## STILE



ironico, drammatico, romantico, nostalgico?

IMPATTO

## ATTIVAZIONE MEMORIE



Ogni racconto è un dispositivo di evocazione di ciò che è stato vissuto da un individuo o da un gruppo

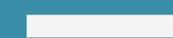
## CONTENUTI



la storia

INTERAZIONE

## SENSO DI SICUREZZA



Per far sì che il lettore possa essere tranquillo e abbandonarsi nel tempo e nello spazio

## ABILITÀ DEL PORTATORE DI STORIE



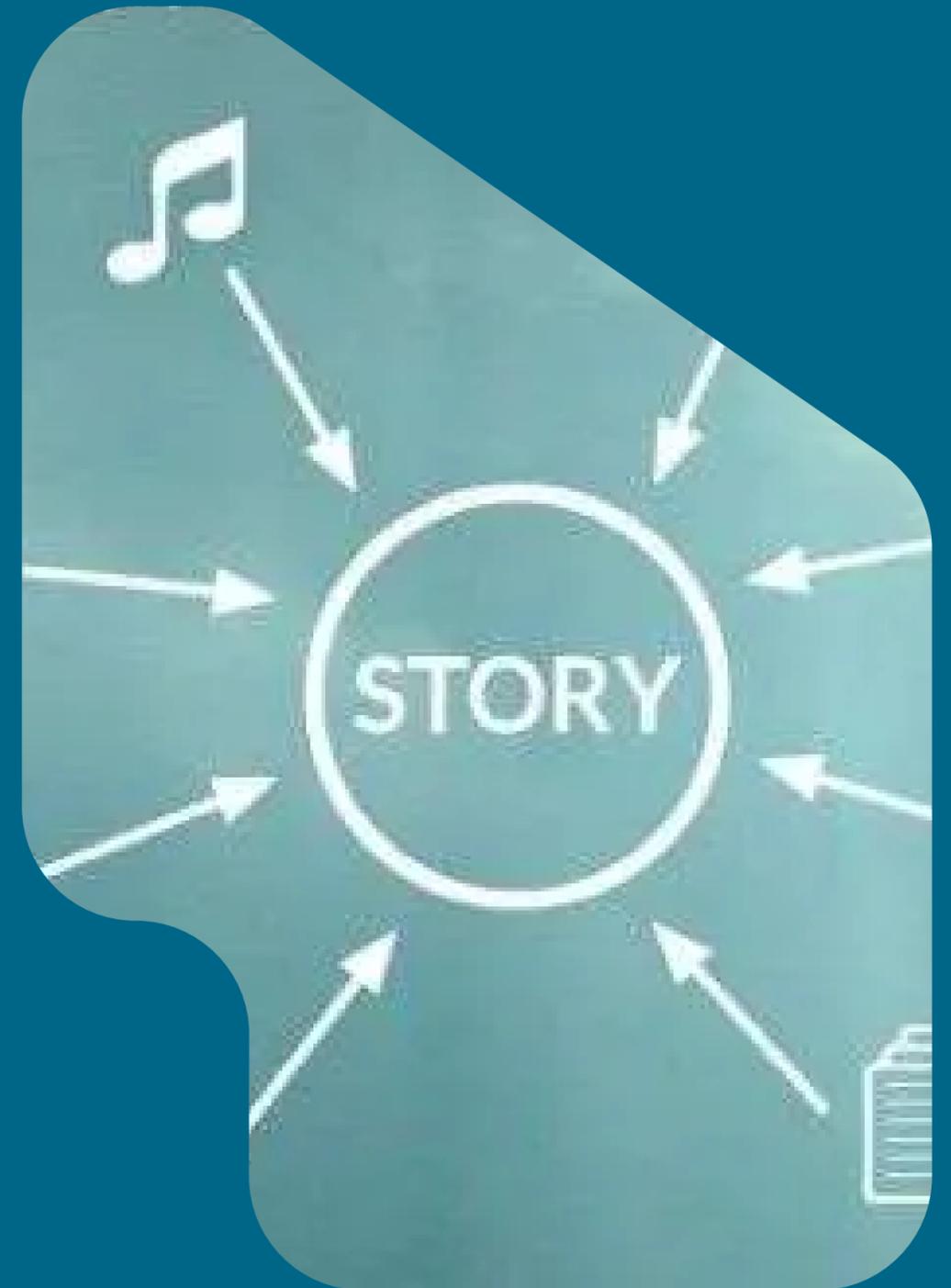
un individuo reale  
uno strumento

IMMERSIONE

# CROSSMEDIA STORYTELLING

Definisce la progettazione e la creazione di un racconto su più tool digitali o su più media (on line e offline).

Ogni mezzo ha le sue caratteristiche, Ogni messaggio deve essere declinato secondo il canale di diffusione.



# TRANSMEDIA STORYTELLING

Definisce un approccio, un mindset professionale è l'identificazione, la progettazione e la produzione di un universo narrativo declinato su molteplici habitat on line e off line.

Per il marketing (anche culturale) si tratta di una estensione della marca che ne allunga il ciclo vitale, ne arricchisce il contenuto creativo e arricchisce l'esperienza dell'audience perché stimola il pubblico a entrare nel mondo narrativo da più parti ("story-gate" o "rabbit hole") e lo invita a contribuire, a dialogare, a partecipare e al limite a co-creare la storia.



# TRANSMEDIA STORYTELLING



# TRANSMEDIA STORYTELLING



Transmedia Storytelling is a coordinated story experience told across multiple media platforms with the audience help

Henry Jenkins, 2003



Jenkins describe la narrazione transmediale attraverso la descrizione delle sue caratteristiche costitutive, che possono anche essere viste come elementi per determinare la natura di ogni operazione di Transmedia Storytelling



## Seven Core Concepts of Transmedia Storytelling

Source: *Revenge of the Oragami Unicorn: Seven Core Concepts of Transmedia Storytelling*, Henry Jenkins

### Spreadability vs. Drillability

The ability and degree to which content is shareable and the motivating factors for a person to share that content VS the ability for a person to explore, in-depth, a deep well of narrative extensions when they stumble upon a fiction that truly captures their attention.

### Continuity vs. Multiplicity

Some transmedia franchises foster an ongoing coherence to a canon in order to ensure maximum plausibility among all extensions. Others routinely use alternate versions of characters or parallel universe version of their stories to reward mastery over the source material.

### Immersion vs. Extractability

In immersion, the consumer enters into the world of the story (e.g. theme parks), while in extractability, the fan takes aspects of the story away with them as resources they deploy in the spaces of their everyday life (e.g. items from the gift shop).

### Worldbuilding

Transmedia extensions, often not central to the core narrative, that give a richer depiction of the world in which the narrative plays out. Franchises can exploit both real-world and digital experiences. These extensions often lead to fan behaviors of capturing and cataloging the many disparate elements.



HENRY JENKINS

### Seriality

Transmedia storytelling has taken the notion of breaking up a narrative arc into multiple discrete chunks or installments within a single medium and instead has spread those disparate ideas or story chunks across multiple media systems.

### Subjectivity

Transmedia extensions often explore the central narrative through new eyes; such as secondary characters or third parties. This diversity of perspective often leads fans to more greatly consider who is speaking and who they are speaking for.

### Performance

The ability of transmedia extensions to lead to fan produced performances that can become part of the transmedia narrative itself. Some performances are invited by the creator while others are not; fans actively search for sites of potential performance.



### Il Vecchio Mondo

### Media Franchise Tradizionale

Film

Videogioco

Libro



Il tutto è meno della somma delle parti:  
consumare tutti i media è  
scarsamente soddisfacente



### Il Nuovo Mondo

### Franchise Transmediale

Film

Videogioco

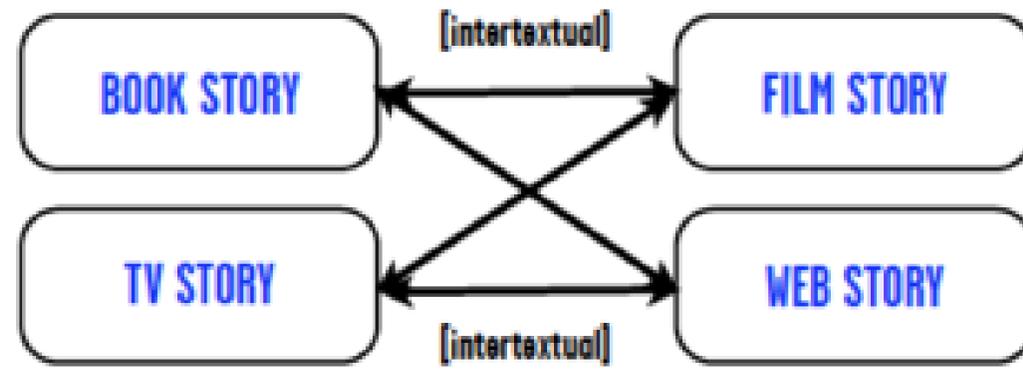
Libro



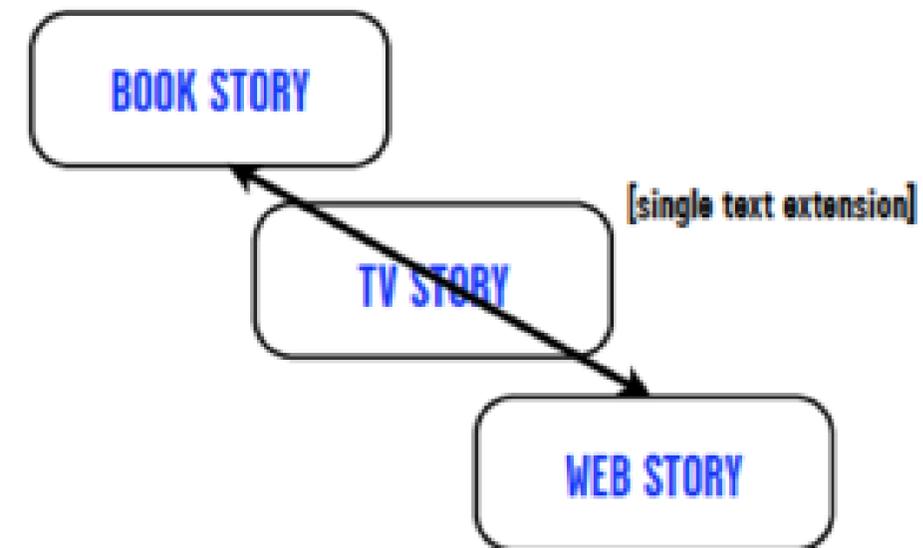
Il tutto è più della somma delle parti:  
il ricomponimento dei pezzi è  
un'esperienza entusiasmante

Autore: Robert Pratten @robpratten  
Traduzione: Stefano Brilli @StefanoBrilli17

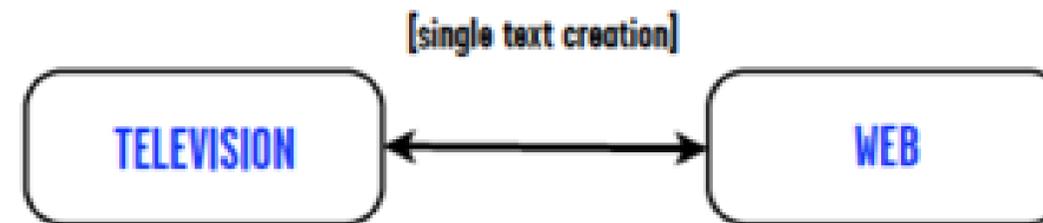
## TRANSMEDIA NARRATIVE



## CROSSMEDIA NARRATIVE



## INTERMEDIA NARRATIVE



Gunther Sonnenfeld 2011



# Crossmedia vs Transmedia



## Videos

More and more global business organizations are leveraging powerful storytelling with the user and generating valuable user-related content experiences.



## Podcasts

Audio content, such as interviews or interviews.

## Events

Are effective for generating feedback and creating additional content through networking.

## Ebooks

Interesting content that offers valuable insight and an in-depth look at a given topic.



## Infographics

Visualized statistical data used to quickly and clearly convey data to a wide audience.

## Blogs

Personal content according to your target persona, with thought leadership providing added value.



## Webinars

Online seminars that allow you to get real-time information with additional value.



## Mobile apps

Offer users personalized access through apps that provide user engagement.



## Social Networks

Not only serve to share your content, but also to create content through user-generated content, through their comments and generate new content.

# 10

THINGS FOR  
STORYTELLING  
FORMATS



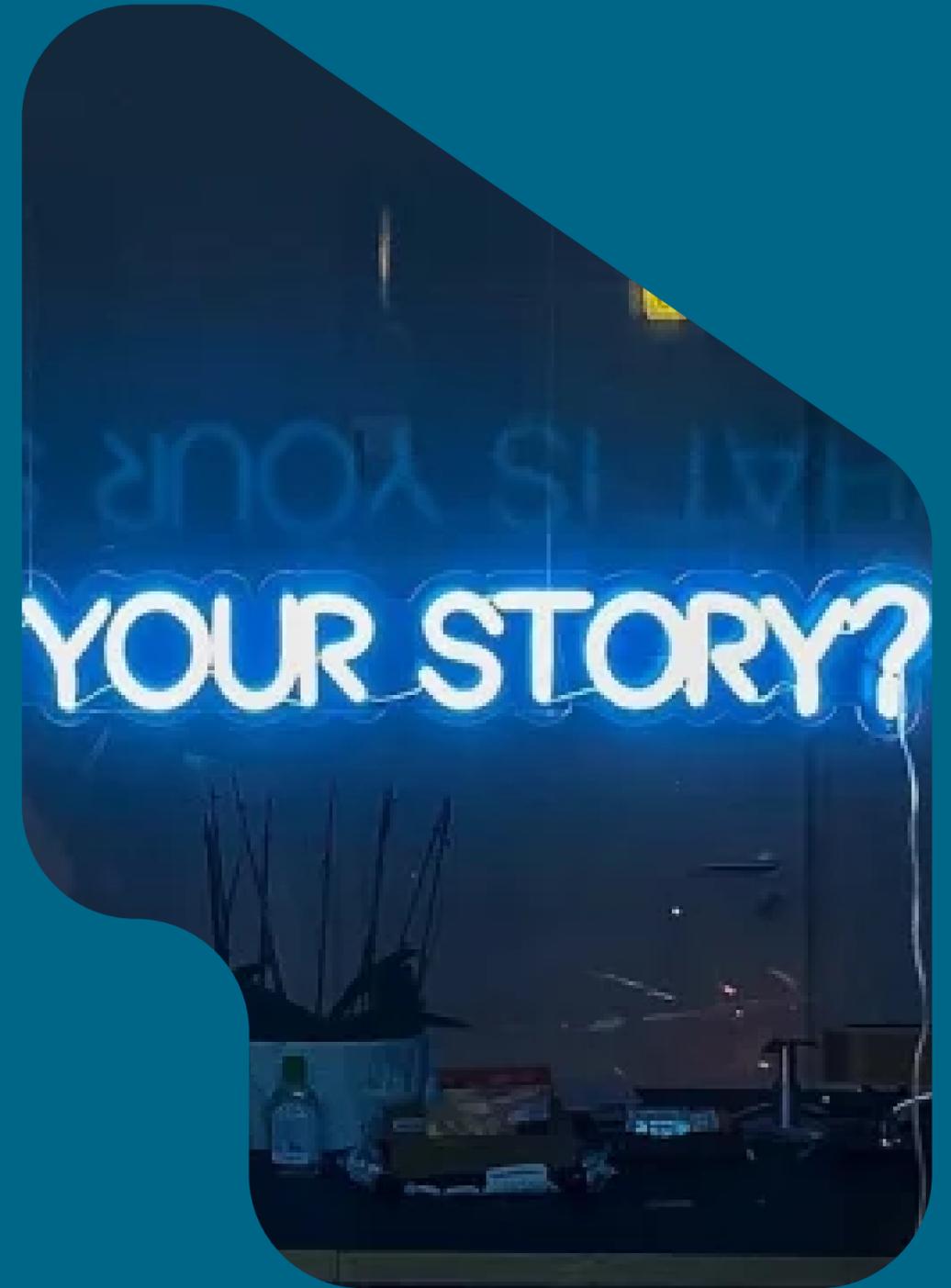
## NFC

Near Field Communication is a type of wireless technology that offers direct digital content, digital promotions, newsletters, etc.

# PROJECT WORK

## Istruzioni operative

- si può partecipare singolarmente o in gruppo (max 3 persone)
- ciascuno studente deve inviare l'elaborato via e-mail all'indirizzo [s.maccari@unimc.it](mailto:s.maccari@unimc.it) con oggetto "*Project work + nome studente*" allegando un file .pdf di max 7 pag, utilizzando il carattere Times New Roman 12 con interlinea 1 + allegati immagini/abstract presentazione (.pdf o .ppt)
- l'invio dovrà avvenire entro il 10 dicembre 2023 per l'appello di dicembre 2023 ed entro il 31 dicembre 2023 per quello di gennaio/febbraio 2024.



# PROJECT WORK

## Istruzioni operative

- ciascuno studente dovrà:
  - ♣ proporre un payoff per il brand
  - ♣ elaborare un piano narrativo completo (corporate) a partire dalla mappatura del lettore (matrice) scegliendo in modo autonomo i pubblici a cui vuole riferirsi
  - ♣ sviluppare una linea narrativa specifica in ottica di *transmedia storytelling*

