

STORYTELLING

Dalla struttura narrativa al racconto del territorio

Personaggi, conflitto, trasformazione e formati social

MAURILIO CARACCI

Un percorso in quattro atti

COMPRENDERE

COSTRUIRE

TRASFORMARE

APPLICARE

“

**Le storie sono
strumenti per vivere.**

Kenneth Burke

La narrazione ci permette di interpretare l'esperienza, non soltanto di registrarla.

Quattro atti, una sola traiettoria

Dalla grammatica del racconto alla progettazione di contenuti territoriali.

01

Comprendere

Storia, racconto, mito e archetipi



02

Costruire

Eventi, valori, conflitto e struttura



03

Trasformare

Arco del personaggio e casi cinematografici



04

Applicare

Stories, Reel e storytelling territoriale



Una cronologia informa. Un racconto significa.

CRONOLOGIA

**“Ieri alle 13 ho mangiato
un panino.”**

Ordina i fatti nel tempo.
Comunica che cosa è accaduto.

RACCONTO

**Il panino diventa
la soglia di qualcos'altro.**

Atmosfera, tensione e dettagli aprono uno spazio che il pubblico vuole esplorare.

Storytelling vuol dire comunicare attraverso racconti

- Una storia (**history**) è una cronologia, quasi sempre una descrizione: “Ieri alle 13, finito il lavoro, ho mangiato un panino perché ero stanco e avevo fame”. È un ipocontenuto: un contenuto povero, non significativo, piuttosto neutro dal punto di vista informativo.
- Un racconto (**story**), invece, è raffigurazione, ispirazione, emozione e interpretazione di uno stato d’animo o dell’essere. Un insieme di informazioni significative, compresse, emozionanti, che – con diversi stili testuali o visivi – si ricordano. Insomma, un racconto è sempre un ipercontenuto che ha una sua narrabilità e memorabilità.
- La narrazione (**narrative**) diventa l’insieme dei fatti che, uniti alle rappresentazioni individuali e collettive che facciamo di quei fatti, generano la nostra realtà.
- Il racconto diventa **storydoing**, comportamento in linea con il proprio racconto, ispirato ed esemplificativo rispetto ai propri pubblici di riferimento.

Due esempi

- Hai mai avuto una fame chimica? Quella fame che hai solo dopo aver fatto l'amore bene o aver ballato tutta notte? Ecco, ieri, mi sentivo così... morivo dalla voglia di azzannare un panino e non resistevo più in riunione. Non ho più retto e alle 13 – a riunione ancora in corso – sono uscito. Per me il lavoro era finito.”
- “Mangia, Torrie.” Sua figlia era seduta al tavolo della cucina, sul piatto davanti a lei c'era un panino al burro di noccioline e gelatina tagliato in quattro. Almeno non aveva più tutti quei problemi di alimentazione che c'erano stati prima dell'incidente.

In questi esempi tutto si muove in una precisa atmosfera che crea la voglia di sapere di più dell'incidente? Il panino è la scusa per portare a molto altro. Qualcosa che è iniziato prima e finisce dopo e tu sei lì, nel mezzo.

Mito e mitografia

- Quando si racconta, non si descrive: non si fa né storia né cronologia. Si trasforma in mito e si liberano i racconti.
- Si prende un elemento semplice come un panino e lo si muta – attraverso modelli precisi e con media stabiliti: parole, testi, immagini, video – in qualcosa d'altro. Si fa mitografia.
- Una mitografia è la costruzione di un racconto testuale e visivo che rispetta i canoni dello storytelling e del mito. E il mito è quel tipo di contenuto che è capace di polarizzare le aspirazioni di una comunità o di un'epoca, elevandosi a simbolo privilegiato e significativo per tutti, soprattutto nel momento in cui viene vissuto in modo esemplare (storydoing).

Lo stesso oggetto può aprire storie diverse

Il dettaglio concreto attiva domande, atmosfera e attese.

A Desiderio e trasgressione

Una fame improvvisa interrompe una riunione. Il gesto quotidiano diventa rottura di una regola e rivela una priorità.

B Cura e mistero

Una madre offre un panino alla figlia. Il riferimento a un incidente precedente trasforma la scena in una domanda ancora aperta.

Il racconto comincia quando il particolare rimanda a un prima e promette un dopo.

Quattro livelli del racconto

Dai fatti vissuti al comportamento osservabile.

HISTORY

I fatti

Ciò che è accaduto

01

STORY

La forma

Come scegliamo di rappresentarlo

02

NARRATIVE

Il senso

Fatti e rappresentazioni costruiscono realtà

03

STORYDOING

La prova

Il comportamento rende credibile il racconto

04

La mitografia trasforma il quotidiano in simbolo

PANINO

elemento concreto

SELEZIONE

parole, immagini, ritmo

MITO

simbolo condiviso

Il mito concentra le aspirazioni di una comunità. Lo storydoing dimostra che quel racconto vive nei comportamenti.

Il test di raccontabilità

Sei domande per capire se un contenuto può diventare memorabile.

01 Quale visione del mondo esprime?

02 Parla davvero ai vissuti del pubblico?

03 Quale tensione sociale rende visibile?

04 Quale cambiamento mette in scena?

05 Come distribuisce il ritmo tra i canali?

06 Il comportamento conferma la promessa?

Archetipo e stereotipo partono da direzioni opposte

ARCHETIPO

Esperienza umana universale

Trova una forma culturale specifica e originale. Il pubblico riconosce qualcosa di sé dentro una storia unica.

STEREOTIPO

Forma riconoscibile ma impoverita

Ripete una specificità culturale in modo generico.
Riduce persone e luoghi a immagini già consumate.

I tuoi contenuti sono accattivanti?

- Non basta avere un blog, un sito, dei biglietti da visita colorati e una splendida brochure su cui c'è scritto che sei un professionista eccellente, un'azienda leader, che vendi prodotti top.
- I blog, le brochure, i siti vanno analizzati alla luce della raccontabilità.
- I tuoi contenuti di marca, di prodotto o vita che vuoi raccontare:
 - trasmettono una specifica visione del mondo?
 - sono allineati ai vissuti dei tuoi pubblici, li coinvolgono e parlano di loro?
 - contengono tensioni sociali rilevanti per le audience cui ti rivolgi?
 - propongono cambiamenti e trasformazioni coerenti con i bisogni dei tuoi interlocutori?
 - hanno un ritmo nel loro diffondersi sulle diverse piattaforme che hai scelto?
 - possiedono una coerenza intrinseca che porterà al comportamento richiesto?

La struttura seleziona gli eventi

L'ordine scelto produce emozioni e comunica una visione della vita.

EVENTI

scelti tra molti fatti

—— **ORDINE**

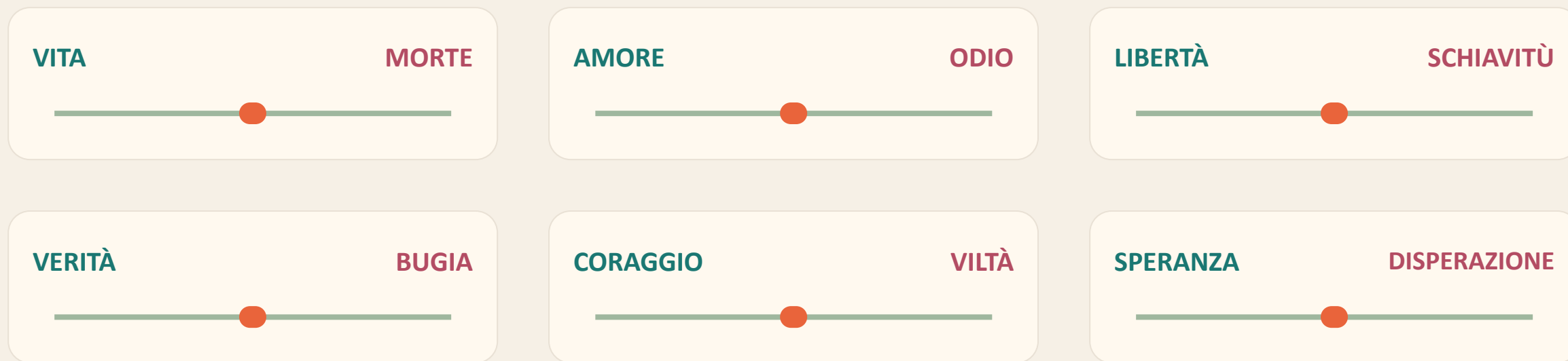
causalità e ritmo

—— **SIGNIFICATO**

emozione e visione

Una storia non contiene tutto. Rende necessario ciò che sceglie di mostrare.

Ogni evento significativo modifica un valore



Il pubblico percepisce il movimento della storia quando la carica del valore cambia.

CONFLITTO

La forza che rende il cambiamento necessario

DESIDERIO

Che cosa vuole
il personaggio?



OSTACOLO

Che cosa gli impedisce
di ottenerlo?



SCELTA

e trasformazione

La storia cresce per unità successive

BEAT

Azione e reazione modificano
il comportamento

SCENA

Un conflitto cambia almeno
un valore

SEQUENZA

Più scene culminano in un
impatto maggiore

CLIMAX

Il cambiamento diventa
assoluto e irreversibile

Tre famiglie di trama delimitano il campo narrativo



L'arco del personaggio rende visibile il cambiamento

Il protagonista attraversa la prova e non può tornare identico a prima.

1

STATO INIZIALE

Una mancanza o una convinzione errata

2

ROTTURA

Un evento spezza l'equilibrio

3

PROVE

Conflitti e relazioni mettono in crisi

4

SCELTA

Il climax rivela chi sta diventando

5

STATO FINALE

La trasformazione acquista significato

L'arco di trasformazione del personaggio

Questo schema descrive la metamorfosi psicologica e morale del protagonista in risposta alle prove del racconto.

Storia di Frodo Baggins nei film de Il Signore degli Anelli analizzata secondo questo modello:

1. Lo Stato Iniziale e la Convinzione Errata (The Lie)

Situazione: Frodo vive un'esistenza protetta e idilliaca nella Contea.

Mancanza/Illusione: Crede che il mondo sia un luogo sicuro e che le grandi minacce non lo riguardino direttamente. La sua è un'innocenza ancora non messa alla prova.

2. L'Incidente Scatenante e la Chiamata

Evento: Gandalf gli affida l'Anello Finale e gli rivela la sua natura corrottrice.

Scelta: Frodo accetta di lasciare la Contea, compiendo il primo passo fuori dalla sua "zona di comfort".

3. La Pressione Esterna e il Conflitto Interno

Pressione Esterna: La caccia spietata dei Nazgûl e il peso crescente dell'Anello, che tenta continuamente di corrompere la sua mente.

Conflitto Interno: La tentazione di cedere all'Anello per salvarsi o sottrarsi al dolore, contrapposta alla responsabilità di compiere il proprio dovere per il bene della Terra di Mezzo.

4. La Prova Relazionale (L'Ancora di Salvezza)

Dinamica: Il legame indissolubile con Samwise Gamgee. Sam rappresenta il centro morale di Frodo: nei momenti di massima debolezza psicologica e fisica, è la presenza e la lealtà di Sam a impedire che Frodo ceda del tutto all'oscurità.

5. Il Climax e la "Morte Metaforica"

Il Momento Critico: Sul Monte Fato, sopraffatto dal potere dell'Anello, Frodo cede alla tentazione e lo rivendica per sé ("L'Anello è mio").

Trasformazione: Attraverso lo scontro con Gollum e la distruzione accidentale dell'Anello, la parte "vecchia" e innocente di Frodo muore simbolicamente. Perde un dito e subisce una ferita spirituale e fisica insanabile.

6. Lo Stato Finale (Il Ritorno Mutato)

Risultato: La missione è compiuta e la Terra di Mezzo è salva, ma Frodo non è più lo Hobbit di un tempo. L'esperienza lo ha trasformato irrevocabilmente: incapace di ritrovare la pace nella Contea, comprende che per guarire deve lasciare la Terra di Mezzo e partire verso le Terre Immortali.

Tre leve muovono la trasformazione

01 Conflitto interno

Paure, traumi, dilemmi morali o desideri in contrasto con i valori del personaggio.

02 Pressione esterna

Ambiente, società, minacce o scadenze che impongono un'azione.

03 Relazioni significative

Mentori, alleati, antagonisti e partner mettono in discussione convinzioni e difese.

Will Hunting (Gus Van Sant): Un geniale e ribelle inserviente del MIT affronta i propri traumi passati grazie al supporto di uno psicologo empatico, imparando ad accettare il proprio potenziale e ad aprirsi all'amore.

Whiplash (Damien Chazelle): Un giovane e ambizioso batterista jazz si spinge oltre ogni limite fisico e psicologico per raggiungere la perfezione musicale, scontrandosi con i metodi spietati di un docente ossessivo.

Hunger Games (Gary Ross): In un futuro distopico, la giovane Katniss si offre volontaria per partecipare a un gioco di sopravvivenza mortale al posto della sorella, diventando involontariamente il simbolo di una ribellione contro il regime.

La ricerca della felicità (Gabriele Muccino): Un padre di famiglia caduto in estrema povertà lotta con tenacia contro sfratti e difficoltà quotidiane per garantire un futuro dignitoso a suo figlio e ottenere un lavoro stabile.

Il conflitto interno può corrompere o liberare

IL PADRINO

Michael Corleone

Vuole restare estraneo agli affari di famiglia. Il dovere verso il padre lo conduce, scelta dopo scelta, a diventare il nuovo capo.

WILL HUNTING

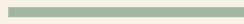
Will Hunting

Il rapporto con Sean incrina le difese costruite intorno al trauma. Accettare il proprio potenziale richiede prima di accettare la vulnerabilità.

Una relazione significativa cambia la posta in gioco

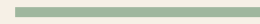
FRODO

porta il peso



SAM

sostiene la persona



ANELLO

corrompe il desiderio

La lealtà di Sam non elimina la prova. Impedisce che Frodo affronti da solo la forza che lo sta trasformando.

La pressione esterna costringe a scegliere

KATNISS EVERDEEN
(Hunger games)

PRESSIONE

Regime e protezione della sorella

TRASFORMAZIONE

Da cacciatrice a simbolo politico

CHRIS GARDNER
(La ricerca della felicità)

PRESSIONE

Precarietà e responsabilità genitoriale

TRASFORMAZIONE

Dalla sopravvivenza alla conquista

ANDREW NEIMAN
(Whiplash)

PRESSIONE

Disciplina e abuso del maestro

TRASFORMAZIONE

Dalla dedizione all'ossessione

DAL CINEMA

AI SOCIAL

**La grammatica non cambia.
Cambia il tempo disponibile.**

0:03

**un volto
un dilemma
un gesto**

La storia deve iniziare prima
che il pollice riparta.

Il territorio può agire come un personaggio

Il luogo acquista forza narrativa quando influenza decisioni e trasformazioni.

SFONDO

Panorama decorativo

Il luogo si limita a essere mostrato

PRESSIONE

Geografia e condizioni

Il luogo rende più difficile o necessaria l'azione

PERSONAGGIO

Identità e memoria

Il luogo possiede una voce e modifica chi lo attraversa

I tre pilastri nel formato social

Ogni pilastro deve diventare visibile in pochi secondi.

01

CONFLITTO INTERNO

Abitante o visitatore

Restare o partire? Continuare o rinunciare?

02

RELAZIONE

Comunità o custode

Un incontro rompe la distanza e apre una possibilità.

03

PRESSIONE ESTERNA

Ambiente o natura

Clima, isolamento e geografia impongono il ritmo.

IL GANCIO

deve rendere percepibile una tensione

**“Vale ancora la pena restare
in un paese di 500 abitanti?”**

Volto, azione o dilemma: il pubblico deve capire subito che qualcosa è in gioco.

La micro-trasformazione dell'ospite

Una sequenza di cinque clip può contenere un arco completo.

1

BLOCCO

Arrivo frenetico,
notifiche, distanza

2

INCONTRO

Un gesto locale rompe il
copione

3

IMMERSIONE

Il paesaggio impone un
altro ritmo

4

SVOLTA

Il protagonista partecipa

5

RITORNO

Riparte con uno sguardo
diverso

La resilienza del produttore

La materia e la fatica rendono concreta la posta in gioco.

04:30

MANI

CRISI

ESITO

INIZIO

PROCESSO

OSTACOLO

ORGOGGIO

Luce fredda e sforzo fisico

Materia prima e gesti precisi

Maltempo, errore o fatica

Prodotto finito dentro il
paesaggio

Il prodotto conclude la storia perché dimostra che lo sforzo ha generato valore.

Quattro format territoriali

Ognuno attiva una motivazione diversa nel pubblico.

CONTRAST & HOOK

Discussione

restare o partire

ARTIGIANO / CUSTODE

Rispetto

salvare un sapere

TURISTA TRASFORMATO

Identificazione

cambiare ritmo

SEGRETO LOCALE

Curiosità

scoprire e condividere

Format 1: la sfida del borgo

**“Tutti i miei amici sono andati a Milano.
Io sono rimasto dove non c’è nemmeno un semaforo.”**

HOOK

Rottura dello stereotipo

PRESSIONE

Distanze, servizi, silenzio

INCONTRO

Un custode trasmette un sapere

EFFETTO

Commenti e confronto identitario

Format 2: l'artigiano custode

MANI

Materia, precisione, tempo

Farina, argilla, legno, acqua. I dettagli del processo sostituiscono le dichiarazioni generiche sulla qualità.

SUONO

La voce e l'ambiente certificano autenticità

Il rumore degli strumenti e il respiro del lavoro producono presenza. L'ASMR diventa racconto della dedizione.

Due format basati sulla scoperta

03 Il turista trasformato

Arriva per due giorni. Le relazioni e il ritmo del luogo modificano il suo modo di osservare, mangiare e respirare. Il finale mostra il cambiamento.

04 Il segreto locale

Una vista nascosta, una leggenda o una ricetta dimenticata attivano curiosità e orgoglio locale. Il valore emerge dalla mediazione di una voce credibile.

L'autenticità si ascolta e si misura

Il contenuto territoriale vive oltre il semplice like.

AUDIO ORIGINALE

Voci locali, vento, onde e lavoro manuale danno al luogo una presenza che la musica generica spesso cancella.

Ascoltare prima di montare.

SEGNALI DI VALORE

SALVATAGGI

utilità futura

CONDIVISIONI

rilevanza sociale

RISPOSTE

coinvolgimento personale

Otto storie, otto meccanismi narrativi

GOOGLE

Il prodotto racconta

EXTRA GUM

L'oggetto conserva memoria

EDEKA

Il colpo di scena riunisce

DOVE

La percezione cambia

ALWAYS

Il linguaggio viene ribaltato

NIKE

L'eroe diventa ordinario

BARILLA

Il cibo crea comunità

JOHN LEWIS

**La metafora rende visibile la
solitudine**

I collegamenti ai video sono disponibili nelle note del relatore.

STORYTELLING

Dalla struttura narrativa al racconto del territorio

Personaggi, conflitto, trasformazione e formati social

ESERCITAZIONE

COMPRENDERE

COSTRUIRE

TRASFORMARE

APPLICARE

Progettare una sequenza territoriale

Analisi del personaggio

Alcuni esempi di domande che potete fare ai personaggi che incontrerete, per cominciare a (ri)costruire le loro storie e il loro arco di trasformazione, dopo che avrete spiegato il lavoro che state facendo e dopo aver fatto delle domande introduttive per acquisire la loro fiducia:

- * Cosa li spaventa di più o quale segreto nascondono gelosamente.
- * Quale evento del passato che ha cambiato definitivamente la loro vita.
- * Qual è la loro motivazione principale, ovvero ciò che li sprona ad agire ogni giorno.
- * Mettete alla prova la loro etica, presentando un dilemma morale difficile.
- * Infine, scoprite come immaginano il loro futuro ideale.

Questi personaggi operano in un territorio. Come mettere in relazione persone e territori?

- * Collegate il passato del personaggio alle origini del territorio, mostrando come la storia o le leggende del posto abbiano plasmato la sua identità e i suoi valori.
- * Inserite dettagli ambientali nelle azioni quotidiane, facendo sì che il paesaggio influenzi le loro decisioni e crei conflitti o opportunità.
- * Usate il territorio come specchio dello stato d'animo del personaggio — un luogo accogliente per la pace o ostile per la sfida.

Progettare una sequenza territoriale

Lavoro in gruppo: cinque frame, un personaggio, una trasformazione.

Struttura dell'elaborato da consegnare

•1. Concept e Target

- **Tema / Focus:** Identificare l'elemento del territorio da valorizzare (es. un borgo, un'arte antica, una filiera enogastronomica, una tradizione).
- **Obiettivo e Pubblico:** Indicare il messaggio chiave e il target di riferimento della Story.

•2. Sceneggiatura della Story (Format Tabellare)

- **Indicazioni Visive:** Descrizione dettagliata di inquadrature, movimenti di camera, soggetti, testo/sticker a schermo ed eventuali transizioni.
- **Componente Audio:** Trascrizione della voce fuoricampo (voiceover) o dei dialoghi, insieme alla descrizione di effetti sonori (SFX) e musica di sottofondo.

•3. Note di Regia e Motivazioni Strategiche

- **Scelte Narrative:** Spiegare il motivo della struttura raccontata (es. uso dell'hook iniziale per catturare l'attenzione, ritmo del racconto, tipo di linguaggio usato).
- **Scelte Sonore e Visive:** Motivare l'abbinamento tra colonna sonora, effetti ambientali e stile visivo in base all'emozione o all'identità territoriale che si vuole trasmettere.

Progettare una sequenza territoriale

Lavoro in gruppo: cinque frame, un personaggio, una trasformazione.

01

PROTAGONISTA

Chi vive il luogo?

02

DESIDERIO

Che cosa cerca?

03

OSTACOLO

Che cosa lo mette alla prova?

04

SVOLTA

Quale incontro cambia la direzione?

05

ESITO

Che cosa vede diversamente?

“

**Le finzioni incorporano
l'impossibile al possibile.**

Mario Vargas Llosa

Una storia territoriale riesce quando ci permette di immaginare una vita possibile dentro un luogo reale.

GRAZIE