

Capitolo 1 - Storytelling e Social Media

1.1 Che cos'è la narrazione

La narrazione avviene quando si racconta una storia, tuttavia indipendentemente dal genere, è necessario collegare tra di loro gli avvenimenti del racconto, in modo che tutto abbia un senso.

La narrazione esiste fin dai tempi antichi, ancor prima dell'invenzione della scrittura, le tribù come le prime forme societarie umane utilizzavano la tecnica del racconto orale per tramandare tradizioni, memorie, saperi. La narrazione non si limita ad un genere, una tecnica o un periodo storico specifico; invece, incorpora tutte le forme letterarie. Secondo Andrea Bernardelli: “per avere una narrazione è sufficiente che ci sia un narratore, una storia e qualcuno a cui raccontarla. In sintesi, si può dire che narrare sia un'attività necessaria all'uomo per comunicare ad altri uomini la conoscenza di eventi, cose e persone. Un narratore, infatti, disponendo in un determinato ordine informazioni a lui solo note, può rendere partecipi della propria personale esperienza anche altri individui”.² Dunque, la narrazione è indispensabile per gli esseri umani poiché grazie ad essa le persone creano legami con il mondo, attraverso l'ascolto di un racconto è possibile, infatti, immedesimarsi nelle storie di altre persone e ad oggi è sempre più forte il desiderio di vivere le vite altrui anche per poco tempo, leggendo un libro o guardando un film. Infatti, raccontare storie è un'attività tipicamente umana, durante il racconto l'evento narrato si modifica e alcuni particolari possono essere rimossi, aggiunti o enfatizzati.³

² A. Bernardelli, 1999, *La narrazione*, Roma-Bari, Editori Laterza, p. 7.

³ Giuseppe O. Longo, *Il senso e la narrazione*, Milano, Springer Editore, 2008, pp. 56-57.

1.1.2 Gli Archetipi e le strutture narrative

Per comprendere al meglio la narrazione è importante conoscere gli archetipi, questi sono fondamentali; combinati insieme, possono dare vita alla personalità di un personaggio, influenzando sia la narrazione personale che quella collettiva.

Carl Jung⁴ ha teorizzato gli archetipi come le idee innate, le rappresentazioni mentali originali che tutti abbiamo da sempre. Dunque, possono essere considerati modelli universali e collettivi. Pertanto, possono essere definiti come un inconscio collettivo che rappresenta l'eredità psicologica dell'umanità, poiché sono comuni in ogni epoca e cultura e possono essere trovati nei racconti di ogni civiltà. In effetti, tutte le storie, antiche o moderne, utilizzano archetipi.

Pertanto, gli archetipi possono essere definiti dal punto di vista narrativo come i modelli di comportamento e le funzioni narrative che i personaggi ricoprono occasionalmente.

Gli archetipi che Jung teorizza sono dodici:

L'INNOCENTE

Il primo archetipo, sembra rappresentare la parte fiduciosa dell'individuo, che nasce nell'infanzia e deriva dalla spensieratezza che guida i primi anni.

Di conseguenza, gli Innocenti spesso mostrano una predisposizione speranzosa e ottimista e mostrano la forte propensione all'apprendimento mentre si aprono al mondo.

L'ORFANO

L'archetipo è sempre associato all'infanzia e si incarna nel bambino interiore che è stato traumatizzato dalla separazione. Per questo motivo, è caparbio e pratico perché ha dovuto sviluppare delle capacità in extremis per sopravvivere in completa autonomia.

⁴ Carl G. Jung, *Gli archetipi dell'inconscio*, Bollati Berlinghieri, 1977

IL GUERRIERO

Questo archetipo ha una connessione con la figura del genitore normativo; sulla base di questa identità, è forte, coraggioso e in grado di stabilire degli obiettivi per poi raggiungerli. È un capo branco eccezionale e cerca di migliorare il mondo.

L'ANGELO CUSTODE

Simbolo di generosità e sacrificio, suggerisce alle persone modi per aiutare il bambino indifeso che custodiamo dentro di noi.

L'AMANTE

L'archetipo è la base dell'Eros, che si trova in tutti i tipi di legami passionali. È spinto da azioni che hanno una forza profonda, le sue caratteristiche includono il suo perpetuo disaccordo con la parte razionale che aspira a disciplinare questo archetipo.

IL CERCATORE

Rappresenta la nascita e il cambiamento. Si lega all'idea di realizzazione, creando innovazione e abbandonando il passato. Con l'intento di avanzare in modo indipendente, deve acquisire un forte senso di autostima per evitare di perdersi senza impegnarsi davvero in nessun obiettivo. Deve anche controllare la sua fissazione per il perfezionismo.

IL DISTRUTTORE

Questo archetipo si mostra dopo un evento traumatico e doloroso, il risultato è la creazione di un vuoto, un vero e proprio vuoto, che spesso domina quello lasciato dell'Orfano. Nonostante ciò, è un canto alla rinascita e all'accettazione del dolore.

IL CREATORE

Questo archetipo è consapevole di ciò che rappresenta e del ruolo svolto nel creare la propria esistenza; si nutre in bilico tra la gioia e la paura che accompagnano un lavoro di ascolto interiore. Di conseguenza, è più incline a fare scelte ponderate nella sua vita.

IL SOVRANO

Simboleggia l'integrità è androgeno, si sviluppa dall'unione tra maschile e femminile, tra giovinezza e maturità. Il sovrano possiede un'innata predisposizione verso la pace e la prosperità ed è risolutivo e molto pragmatico.

IL MAGO

Il Mago ha un significato fondamentale perché ci aiuta a creare collegamenti tra ciò che abbiamo dentro e ciò che esiste all'esterno. Ci invita ad aprire gli occhi su ciò che sta accadendo, cogliendo i segni per aumentare la consapevolezza.

IL SAGGIO

La ricerca della verità in senso lato, sia su se stesso che sull'universo, è l'obiettivo del saggio. Il saggio è l'archetipo guidato dalla sicurezza e dalla fermezza della sua voce interiore, che lo spinge ad agire accantonando la partecipazione, di solito ha paura di essere ingannato e per questo tende ad allontanarsi.

IL FOLLE

Quando il sovrano diventa troppo arrogante, l'archetipo del folle lo sollecita; questo rappresenta l'energia che ha la capacità di andare oltre ed esplorare. Il folle possiede un approccio sarcastico e irriverente alla vita; si tratta di una strategia che evita di farlo sprofondare, e così riesce a ricominciare dopo ogni battuta d'arresto grazie al suo modo di fare e alla sua apertura mentale.

Questi sono schemi di comportamento collegati ad altre forme di essere che rappresentano l'inconscio collettivo. Oltre alla caratterizzazione dei personaggi è molto importante la struttura della storia. Le storie hanno generalmente un inizio, una parte centrale in cui si sviluppa la storia, chiamata svolgimento e una fine. Quando si parla di struttura narrativa, si fa riferimento all'organizzazione di una storia, infatti una struttura narrativa ben costruita consentirà ai lettori di comprendere rapidamente la trama e gli elementi della storia, nonché il significato degli eventi che si verificano.

Inoltre le parti di una storia possono avere un senso diverso a seconda di come si relazionano tra loro; di conseguenza, è stato necessario trovare un criterio che non si riferisse ai contenuti, bensì alle relazioni che si formano all'interno del sistema, ovvero alle strutture narrative.

Comprendere una narrazione consiste nel riconoscere le combinazioni che legano la trama e le parole una all'altra. Vladimir Propp⁵ durante la sua ricerca, analizzando cento fiabe tradizionali russe, ritrova elementi e motivi comuni.

Attraverso questa ricerca Propp determina che la costanza degli elementi (azioni e personaggi) e delle relazioni (concatenazioni di azioni) costituiscono la forma della fiaba popolare. Propp è convinto che ogni fiaba ha le sue proprie caratteristiche narrative, che contribuiscono al suo fascino estetico e al suo interesse. Tuttavia, è anche convinto che questo sia fattibile perché tutte le fiabe, senza eccezione, si basano sulla medesima struttura, cioè sulla stessa sequenza di funzioni narrative.

All'interno del suo studio sostiene che la successione delle funzioni è sempre la stessa e che il numero delle funzioni è limitato. Le funzioni rappresentano gli elementi variabili di una storia, mentre i personaggi, i loro attributi fisici e psicologici e il loro comportamento rappresentano gli elementi invariabili. Pertanto, la ricerca di Propp confermerà una tesi di base della psicologia junghiana: l'esistenza di "strutture archetipiche", che esistono nell'inconscio collettivo degli esseri umani, e le fiabe saranno espressioni tipiche di questa struttura.

⁵ Vladimir Propp, *Морфология сказки, Morfologia della Fiaba*, Russia, 1928, Italia, Einaudi 2000

1.2 La narrazione oggi

Nonostante il costante sviluppo del mondo tecnologico e la diffusione di una quantità di informazioni ad una velocità impressionante, è ancora possibile ritrovare le strutture narrative classiche in ogni storia raccontata.

La narrazione oggi non si limita più a libri o film; può essere presente ovunque, dai post sui social media alle pubblicità. Con l'aiuto della tecnologia, ora possiamo creare storie più coinvolgenti e interattive che mai. Sia che tu stia cercando di creare una storia di brand avvincente o semplicemente condividere le esperienze personali con gli altri, lo storytelling può essere uno strumento potente per entrare in contatto con il pubblico, infatti si ha una trasformazione degli utenti che diventano veri e propri creatori mediali, infatti sono sempre più diffusi al giorno d'oggi i contenuti generati dagli utenti, *user-generated content*⁶.

Nell'era digitale lo storytelling, parola inglese che significa raccontare storie, ha assunto una nuova forma, con l'ascesa dei social media, del content marketing e delle piattaforme digitali, qualsiasi attività di successo richiede la narrazione come parte essenziale. Non si tratta più solo di raccontare storie; si tratta di creare narrazioni coinvolgenti e avvincenti che catturino l'attenzione dell'ascoltatore. Lo storytelling oggi è una combinazione di elementi visivi, audio e altri elementi interattivi che si uniscono per creare un'esperienza unica e coinvolgente per il pubblico. Inoltre, può essere utilizzato per costruire relazioni con gli utenti e creare potenti connessioni emotive che portano a un maggiore coinvolgimento e fedeltà.

D'altra parte, una delle differenze fondamentali della narratologia classica è che questa, individua il narratore e il destinatario della narrazione e si basa sulla capacità generale di ogni narratore di assumere il punto di vista di chiunque altro su un fenomeno, ovvero di vedere qualcosa attraverso gli occhi di un altro. Mentre sui social network, la narrazione viene percepita e categorizzata e ogni ascoltatore la interpreta a suo modo.

⁶ La OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) ha tracciato una definizione di User Generated Content, per la quale si rimanda alla relativa voce su Wikipedia: http://it.wikipedia.org/wiki/Contenuto_generato_dagli_utenti.

1.3 Storytelling transmediale

Lo storytelling esiste da secoli ed è utilizzato oggi in varie forme come libri, film, programmi televisivi, opere teatrali e persino pubblicità. La trasformazione digitale ha reso necessario riorganizzare la narrazione, infatti ad oggi è indispensabile ottenere un equilibrio tra mezzo, forma e sostanza del contenuto. Lo storytelling implica la narrazione di una storia con l'intento di coinvolgere l'ascoltatore e creare una connessione emotiva tra il narratore e l'ascoltatore utilizzando descrizioni vivide e un linguaggio potente.

Ed ecco che si rende necessaria la *narrazione transmediale* come la definisce Henry Jenkins nel suo testo del 2006 *Cultura convergente*, è una forma narrativa che, attraverso diversi tipi di media, è in grado di perfezionare ed integrare l'esperienza dell'utente con nuove e distinte informazioni. Questo permette all'utente di contribuire al racconto e alla comprensione della storia attraverso i media. Inoltre secondo Henry Jenkins oggi si vive in un'epoca di "*media convergence*"⁷ in cui il testo si moltiplica creando una narrazione adatta per essere diffusa su più media.⁸ Questo rende possibile produrre e condividere informazioni all'interno della *Networked society*⁹, la società in rete. Le narrazioni transmediali diventano così fondamentali per raccontare una storia da diversi punti di vista, queste permettono di trasferire, il messaggio passando attraverso una fruizione passiva di una persona singola fino ad arrivare ad una condivisione attiva e comune a più individui sui social media. In aggiunta le storie transmediali "sono storie raccontate attraverso più media. Al momento presente, le storie più significative tendono a fluire su più piattaforme multimediali" (Jenkins, Purushotma, Clinton, Weigel e Robison, 2006, pag. 46).¹⁰

⁷ Fenomeno che coinvolge l'interconnessione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, delle reti informatiche e dei contenuti multimediali.

⁸ Henry Jenkins, *ivi* p. 95

⁹ J. van Dijk, *De Netwerkmaatschappij. Sociale aspecten van nieuwe media*, Dordrecht 1991 (trad. ingl. *The networked society. Social aspects of new media*, London 1999, da cui trad. it. *Sociologia dei nuovi media*, Bologna 2002).

Van Dijk definisce "la società delle reti come una società nella quale una combinazione di reti mediatiche e sociali forma le proprie principali modalità di organizzazione e le più importanti strutture a ogni livello (individuale, organizzativo e sociale). Egli paragona questo tipo di società a una società di massa che è formata da gruppi, organizzazioni e comunità ("masse") organizzate nella co-presenza fisica.

¹⁰ Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: The John D. and Catherine McArthur Foundation. (Trad. it. *Affrontare le sfide della cultura partecipativa: l'educazione ai media per il 21° secolo*.)