

INTRODUZIONE

Lo storytelling è da sempre un elemento fondamentale per la comunicazione umana. Attraverso le storie, siamo in grado di connetterci, comprendere e condividere esperienze, emozioni e idee. Nell'era moderna, questa tecnica è diventata sempre più essenziale, la vediamo all'opera ogni giorno nei media tradizionali e sui social, dove la diffusione di informazioni, a livello globale, passa soprattutto attraverso il racconto di storie.

Per fare qualche rapido esempio rispetto alla potenza dello storytelling come forma di comunicazione, possiamo iniziare dalla politica, dove la narrazione gioca un ruolo cruciale nel catturare le simpatie dell'opinione pubblica e plasmare l'immagine di un leader o di un partito. Un esempio eclatante è rappresentato dalla campagna presidenziale di Barack Obama del 2008 negli Stati Uniti. Obama è stato in grado di coinvolgere e ispirare milioni di persone attraverso la sua narrazione convincente e il suo messaggio di speranza e cambiamento. La sua abilità nel raccontare

storie personali ha contribuito a creare un legame empatico con gli elettori, spingendoli a sostenere la sua candidatura.

Sempre negli Stati Uniti, possiamo trovare lo storytelling in azione anche nel mondo del giornalismo. Nel 2001, il Boston Globe ha formato una squadra di giornalisti chiamata “Spotlight” per indagare sulle accuse di abusi sessuali su minori da parte di membri del clero cattolico. Invece di limitarsi a riportare semplicemente i fatti, Spotlight ha adottato un approccio narrativo per presentare la storia in modo coinvolgente e significativo. Attraverso l’uso di interviste approfondite, ricerca dettagliata e storytelling accattivante, gli articoli di Spotlight hanno raccontato le storie delle vittime, evidenziando l’orrore delle loro esperienze e il fallimento delle istituzioni religiose nel proteggere i bambini. Questo approccio narrativo ha permesso al pubblico di comprendere l’ampiezza dello scandalo, di sentirsi vicino alle vittime e di rendersi conto dell’importanza di affrontare il problema. Non solo! L’indagine di Spotlight ha suscitato un impatto sociale tale da aver condotto a una serie di riforme all’interno della Chiesa cattolica e del sistema legale. L’uso efficace dello storytelling ha quindi svolto un ruolo cruciale nel catalizzare l’attenzione pubblica, spingendo

le persone a riflettere sull'abuso di potere e sulla giustizia.

Nei media, lo storytelling è fondamentale per attirare l'attenzione e coinvolgere il pubblico. Un esempio notevole è rappresentato dalla serie televisiva *Breaking Bad*. La narrazione complessa e coinvolgente della trasformazione del protagonista da mite rappresentante della middle-class americana nel pericoloso boss di impero del crimine ha catturato milioni di spettatori in tutto il mondo. Attraverso la potenza dello storytelling, la serie è stata in grado di esplorare tematiche complesse come la moralità, la colpa e la redenzione, suscitando discussioni e appassionando il pubblico.

Anche nel marketing, lo storytelling svolge un ruolo fondamentale nel creare connessioni emotive con i consumatori. Tra i tanti casi notevoli, mi piace citare quello della casa automobilistica Volvo e del suo celebre spot del 1993, "The Epic Split", dove l'attore Jean-Claude Van Damme si trovava in spaccata frontale tra due furgoni Volvo in movimento, dimostrando la stabilità e la precisione dei veicoli. Questo spot ha catturato l'attenzione di milioni di spettatori grazie alla sua narrazione unica e coinvolgente, contribuendo a rafforzare l'immagine di Volvo come un marchio affidabile, innovativo e "pop".

Questo manuale si rivolge a chiunque sia intenzionato a scrivere storie. Per semplificare l'approccio mi riferirò soprattutto a romanzi e racconti, ma i rapidi esempi citati dimostrano come i principi e le tecniche dello storytelling possano trovare facili applicazioni in qualsiasi campo inerente alla comunicazione. Scrivere è comunicare. Attraverso storie ben raccontate, siamo in grado di connetterci con gli altri, ispirare azioni e trasmettere messaggi in modo efficace. I casi studio citati provenienti dalla politica, dal giornalismo, dai media e dal marketing dimostrano come la narrazione abbia un impatto tangibile sul coinvolgimento del pubblico e sulla trasmissione di idee. Quindi, se vogliamo comunicare in modo efficace, dobbiamo abbracciare il potere delle storie e imparare ad utilizzarle nel nostro discorso quotidiano.

Alcuni autori, anche molto importanti, sostengono di riuscire a scrivere interi romanzi senza ricorrere ad alcuna tecnica o metodologia. Parliamo della così detta "scrittura organica": aprire una pagina vuota e semplicemente scrivere, tutto il resto viene da sé. In modo un po' provocatorio, quando parlo di questo tema, dico sempre che chi sostiene di scrivere storie compiute ed efficaci in questo modo, banalmente, mente. Il fatto è che per scrivere in modo puramente organico, c'è

bisogno di possedere una conoscenza talmente profonda e acquisita del metodo, della struttura e della tecnica da non aver bisogno di alcuna pianificazione. Parliamo quindi di autori affermatissimi, pubblicamente riconosciuti, talmente padroni del metodo da non dover utilizzare una vera e propria pianificazione; oppure parliamo di autori che non hanno mai pubblicato – e probabilmente mai completato – un romanzo.

Detto questo, non sostengo che sia necessario pianificare la propria storia in ogni minimo dettaglio prima ancora di iniziare a scriverla, ma ritengo necessario studiare e acquisire i principi e le tecniche dello storytelling che ci permettono di esprimere al meglio le nostre storie. Scrivere è comunicare e la comunicazione esige un metodo per risultare efficace, senza mai perdere di vista l'interlocutore: il lettore.

Conoscere la metodologia dello storytelling non scriverà la storia al posto nostro, parliamo di un metodo – appunto – quindi di un contenitore, un mezzo, una forma: il contenuto, la sostanza, come vedremo, dipenderà interamente da noi. Scrivere storie in modo professionale non è una cosa semplice e non dobbiamo mai fidarci di chi dice il contrario. I principi che andremo ad approfondire durante questo manuale sono ricava-

ti da diversi studi di settore, oltre che estrapolati dalle storie più efficaci, incisive e popolari a livello internazionale.

Il talento da solo può portare ad avere una conoscenza intuitiva di uno o più di questi principi, ma lo studio di essi può portarci, oltre che a potenziare il talento naturale, anche a colmare le lacune e offrire spunti di riflessione e miglioramento.