



Alessio Sartore  
Veronica Marchi

18 novembre 2015

3° OPEN DAY IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE E GIOVANILE

***SPEAKEASY!***

Workshop di Storytelling imprenditoriale



# STORYTELLING IMPRENDITORIALE

# STORYTELLING IMPRENDITORIALE: *A COSA SERVE?*

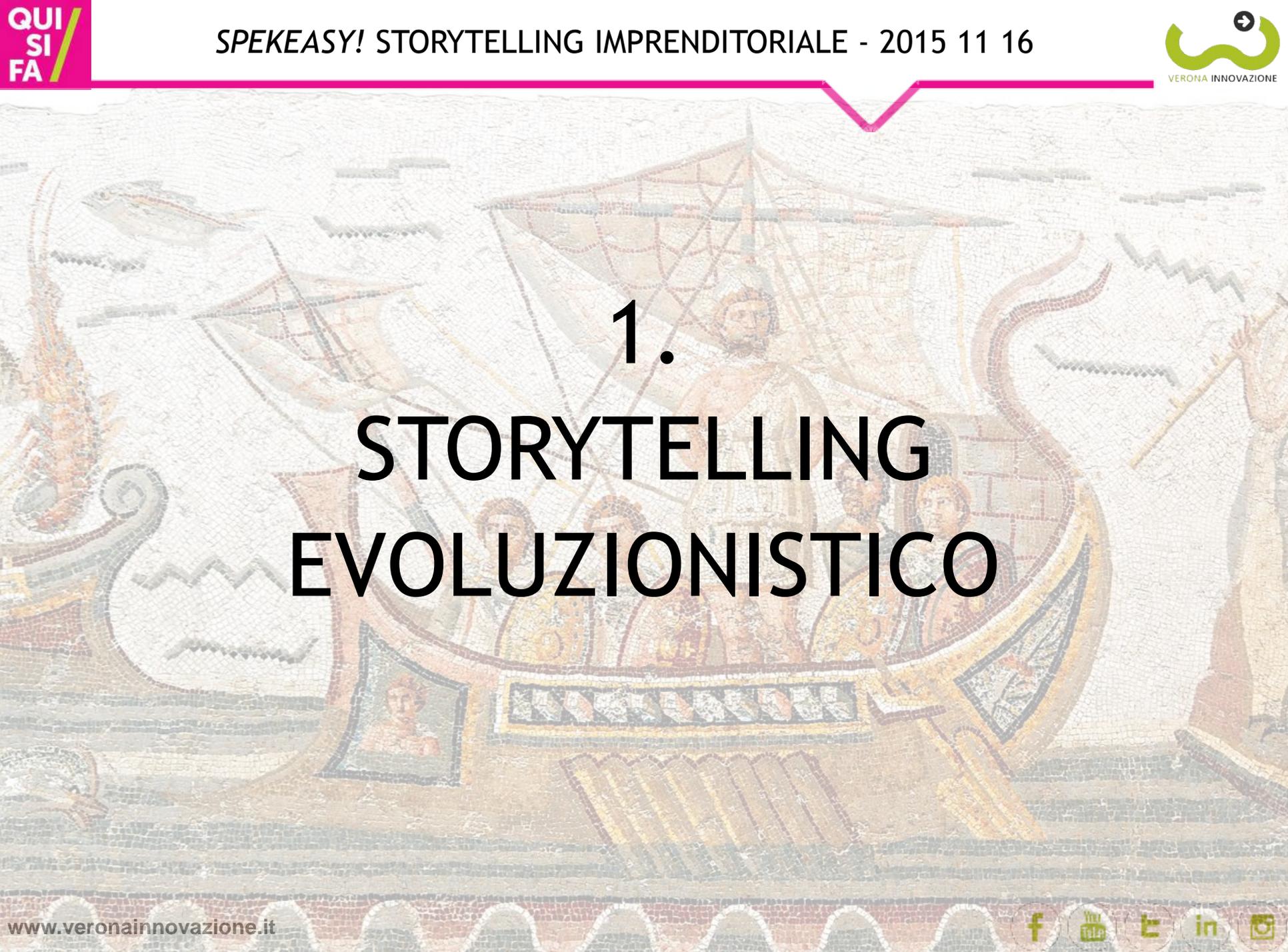
- ACQUISIRE RISORSE ECONOMICHE
- ACQUISIRE RISORSE UMANE
- SAPER COMUNICARE LA PROPRIA IDENTITA' IMPRENDITORIALE
- CAPIRE QUAL E' LA PROPRIA ISTANZA SOCIALE
- DARE UN SENSO AL PROPRIO LAVORO

**NELLE PROSSIME 2 ORE...**

**1. STORYTELLING EVOLUZIONISTICO**

**2. TEORIA E PRATICA DELLO STORYTELLING  
+ LA STORIA DI VERONICA MARCHI**

**3. *SPEAKEASY!***



1.  
**STORYTELLING  
EVOLUZIONISTICO**



**OGNI STORIA E' IL  
RACCONTO DI UNA  
TRASFORMAZIONE**

# 4 FASI DI UNA STORIA:

1. MANIPOLAZIONE
2. COMPETENZA
3. PERFORMANCE
4. RISOLUZIONE

(GREIMAS, 1967)

**LE STORIE SONO PER GLI  
ESSERE UMANI COME  
L'ACQUA PER I PESCI.  
NE SIAMO IMMERSI IN MODO  
IMPALPABILE**

(GOTTSCHALL, 2014)

# LA NECESSITA' DI CREARE STRUTTURE SIGNIFICATIVE: L'EFFETTO KULESHOV (CA. 1910)



**C'ERA UNA VOLTA...**

**LA MANCANZA**

**OGNI STORIA PARTE DA UNA  
MANCANZA**

(PROPP, 1910)



2.  
TEORIA E PRATICA  
DELLO STORYTELLING

350AC

-

ARISTOTELE

-

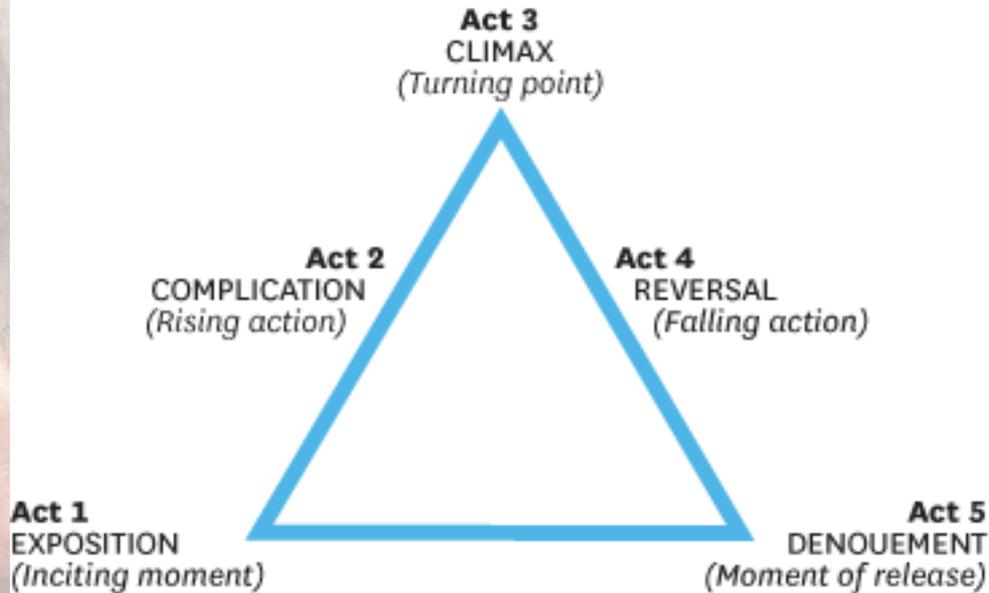
MIMESI e CATARSI

# 1857

# PIRAMIDE DI FREYTAG

## FREYTAG'S PYRAMID

This simple storytelling structure has worked for thousands of years.





# CASO: BUD

# 1984, G. PRINCE

- a) *Mary era molto malata, John vinse alla lotteria, Mary aveva casa a New York;*
- b) *Mary era povera, John vinse alla lotteria, Aldo mangiò una mela;*
- c) *Mary era povera, poi un giorno vinse alla lotteria, e così divenne ricca;*
- d) *John era molto malato, poi mangiò una mela, e da allora godette sempre di ottima salute.*

QUALE O QUALI DI QUESTE SONO STORIE?



# IL SENSO STA NELLE RELAZIONI CHE COLLEGANO GLI EVENTI

(Ferraro, 2015)

# DOMANDA #1

QUALE MIMESI E QUALE  
CATARSI OPERA IL VOSTRO  
TESTO?

1936

-

WALTER BENJAMIN

-

MORTE DELLO STORYTELLING



My Visit to Alaska: Closing Thoughts

CASO: MEDIUM.COM

# DOMANDA #2

I SOCIAL NETWORK  
CI FANNO TORNARE A  
CONDIVIDERE ESPERIENZE?

# BLUES



# CASO: SOLIDALE ITALIANO

## DOMANDA #3

QUAL E' L'ISTANZA SOCIALE  
VEICOLATA DALLA VOSTRA  
AZIENDA?



1910

VLADIMIR  
PROPP

EROE



# CASO: STORIA DI LEO

# DOMANDA #4

# LA VOSTRA COMUNICAZIONE SEGUE I PARADIGMI DI PROPP?



1922

-

JAMES

JOYCE

-

AUTORIALITA'

## DOMANDA #5

QUAL E' IL LEGAME TRA IL  
VOSTRO RACCONTO E  
L'AMBIENTE IN CUI VIENE  
CREATO IL SENSO?

1927

-

HEIDEGGER

-

ERMENEUTICA DEL MESSAGGIO

## DOMANDA #6

QUANDO CREATE UNA STORIA  
PENSATE AL RUOLO DEL  
FRUITORE DELLA STORIA?

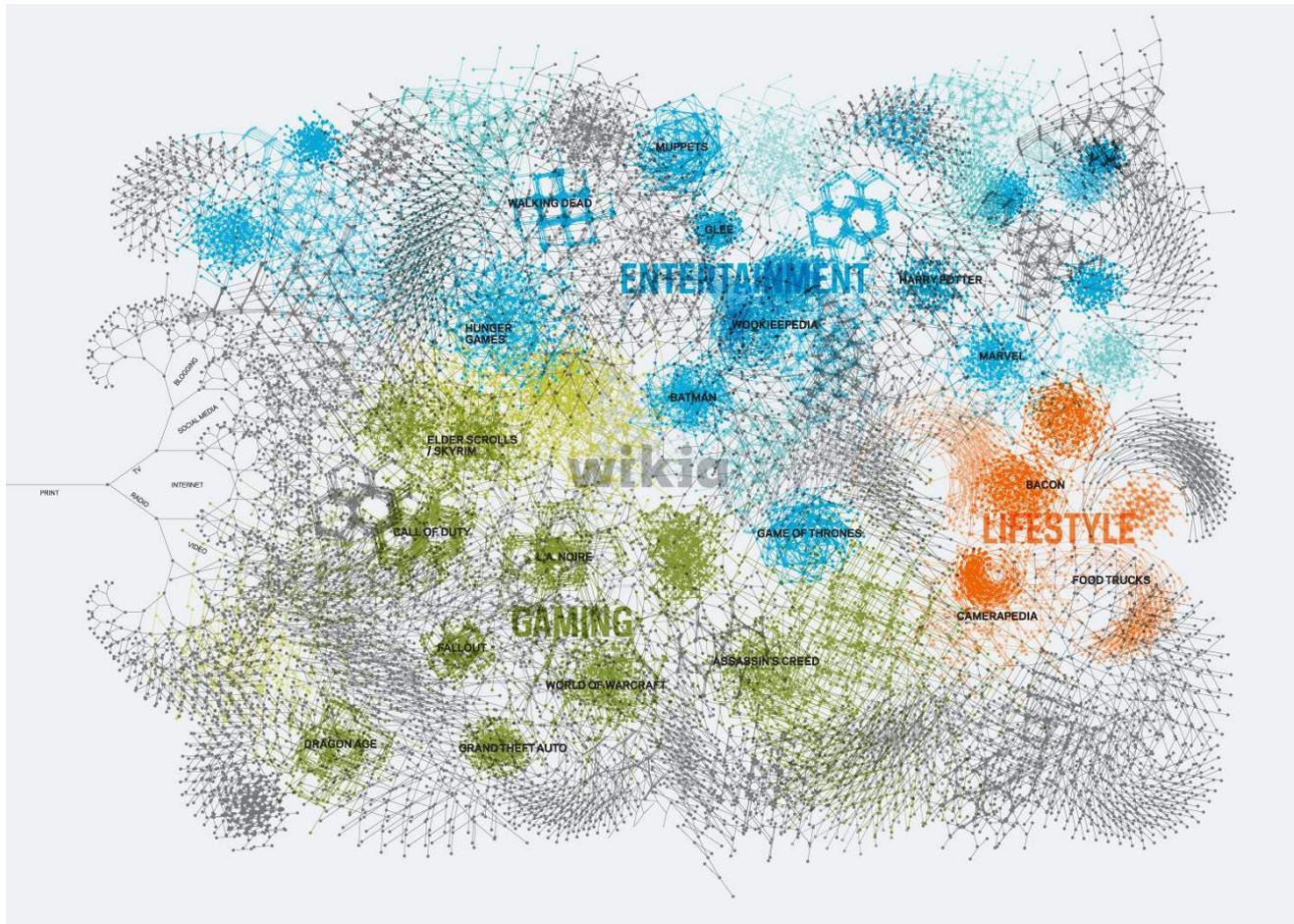
1968

-

BARTHES

-

MORTE DELL'AUTORE



# CASO: WIKIA

# DOMANDA #7

CHI E' L'AUTORE DEL  
VOSTRO RACCONTO?

CA.1970

-

BACHTIN

-

COMPRENSIONE COME PRESA DI  
COSCIENZA DEL CONTENSTO  
STORICO



# CASO: DOVE (2004-2014)



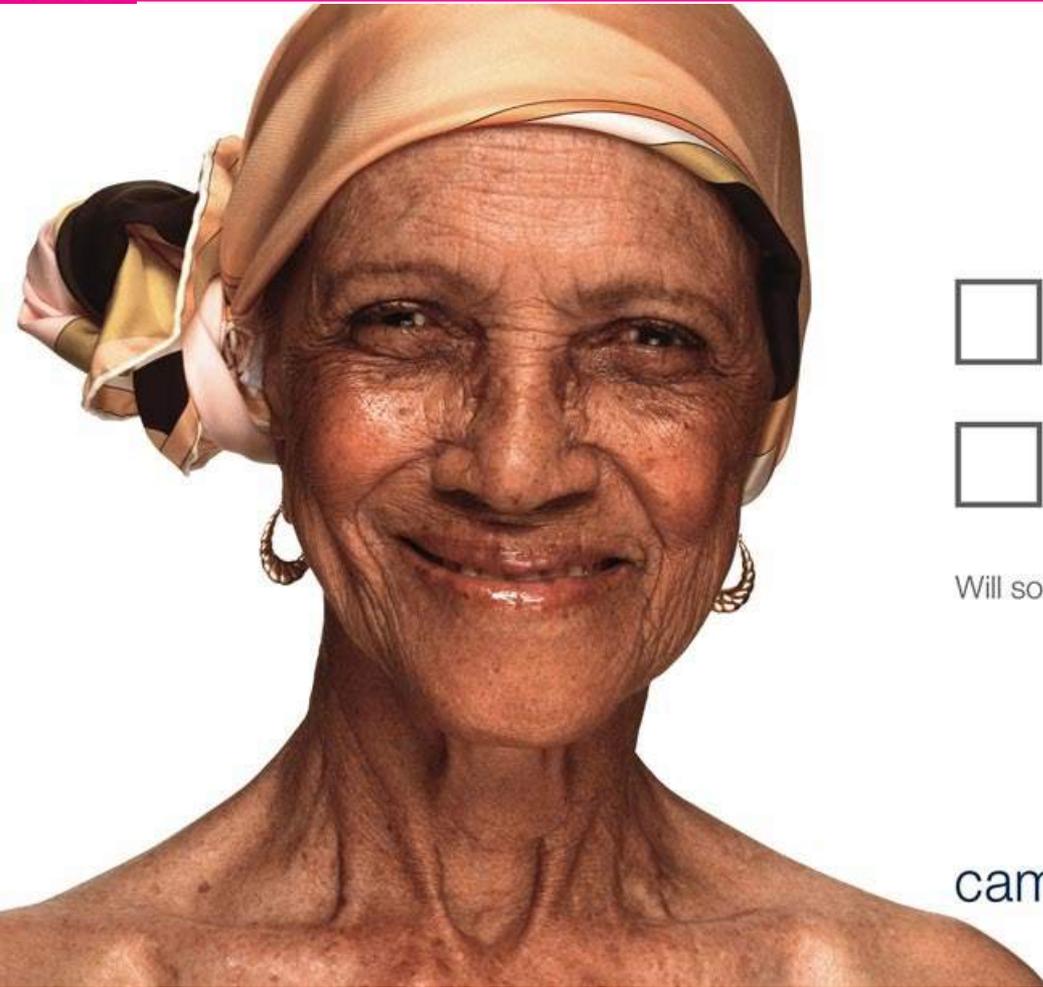
fat?

fit?

Does true beauty only squeeze into size 8? Join the beauty debate.

[campaignforrealbeauty.co.uk](http://campaignforrealbeauty.co.uk)  | 

# CASO: DOVE (2004)



wrinkled?

wonderful?

Will society ever accept 'old' can be beautiful? Join the beauty debate.

[campaignforrealbeauty.co.uk](http://campaignforrealbeauty.co.uk)  | 

# CASO: DOVE (2004)



grey?

gorgeous?

Why can't more women feel glad to be grey? Join the beauty debate.

campaignforrealbeauty.co.uk  | *Dove*

# CASO: DOVE (2004)



# CASO: DOVE (2006)



# CASO: DOVE (2013)

More beautiful than you think

## DOMANDA #8

**QUAL E' IL CONTESTO SOCIALE  
DENTRO CUI COMUNICATE LA  
VOSTRA STORIA?**

2004

-

CZARNIAWSKA

-

NARRAZIONI PIETRIFICATE



# CASO: WELLS FARGO

## DOMANDA #9

AVETE RAGGIUNTO IL GRADO  
DI PIETRIFICAZIONE DELLA  
VOSTRA NARRAZIONE?

2011

-

DAVID BOJE

-

FRAMMENTI



EDGAR DEGAS, PLACE DE LA CONCORDE, 1875

# DOMANDA #10

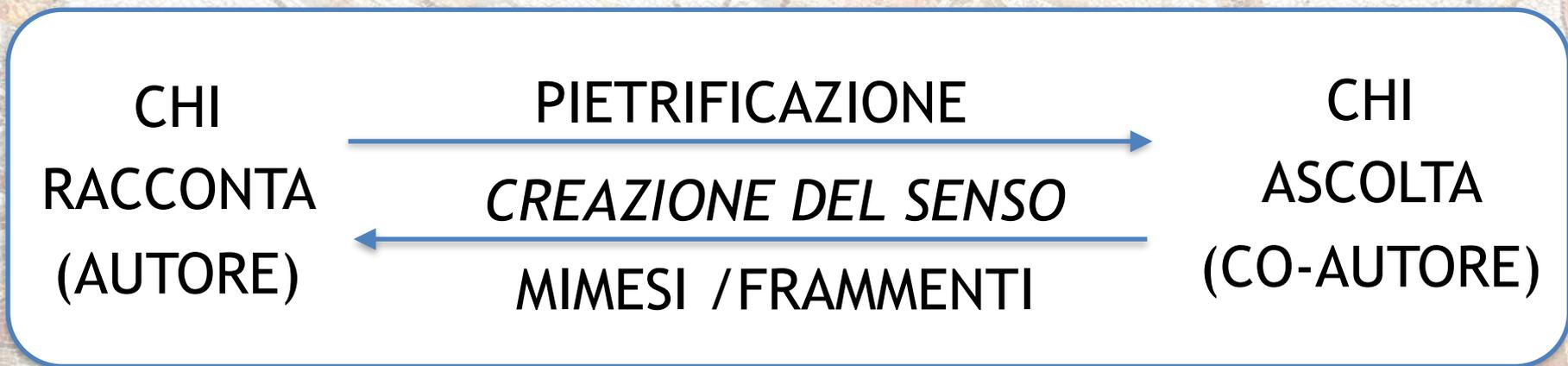
**AVETE IL CONTROLLO DELLA  
VOSTRA NARRAZIONE?**

**“LO STORYTELLING AZIENDALE E’ LA  
TESTIMONIANZA DI UN COSTANTE  
MOVIMENTO DIALOGICO TRA UNA  
NARRAZIONE CONSOLIDATA E  
FRAMMENTI DI STORIE CHE  
APRONO A FINALI INFINITI”  
(A. MUSACCHIO, 2014)**

**COME SI FA STORYTELLING?  
SI CREANO NARRAZIONI  
ATTRAVERSO LA COSTRUZIONE  
DI SINGOLE STORIE LEGATE DA  
UN FILO DI SENSO POI  
REINTERPRETATO DAL LETTORE  
CHE NE DIVENTA IL CO-AUTORE**

# PROCESSO DI STORYTELLING PER LE AZIENDE

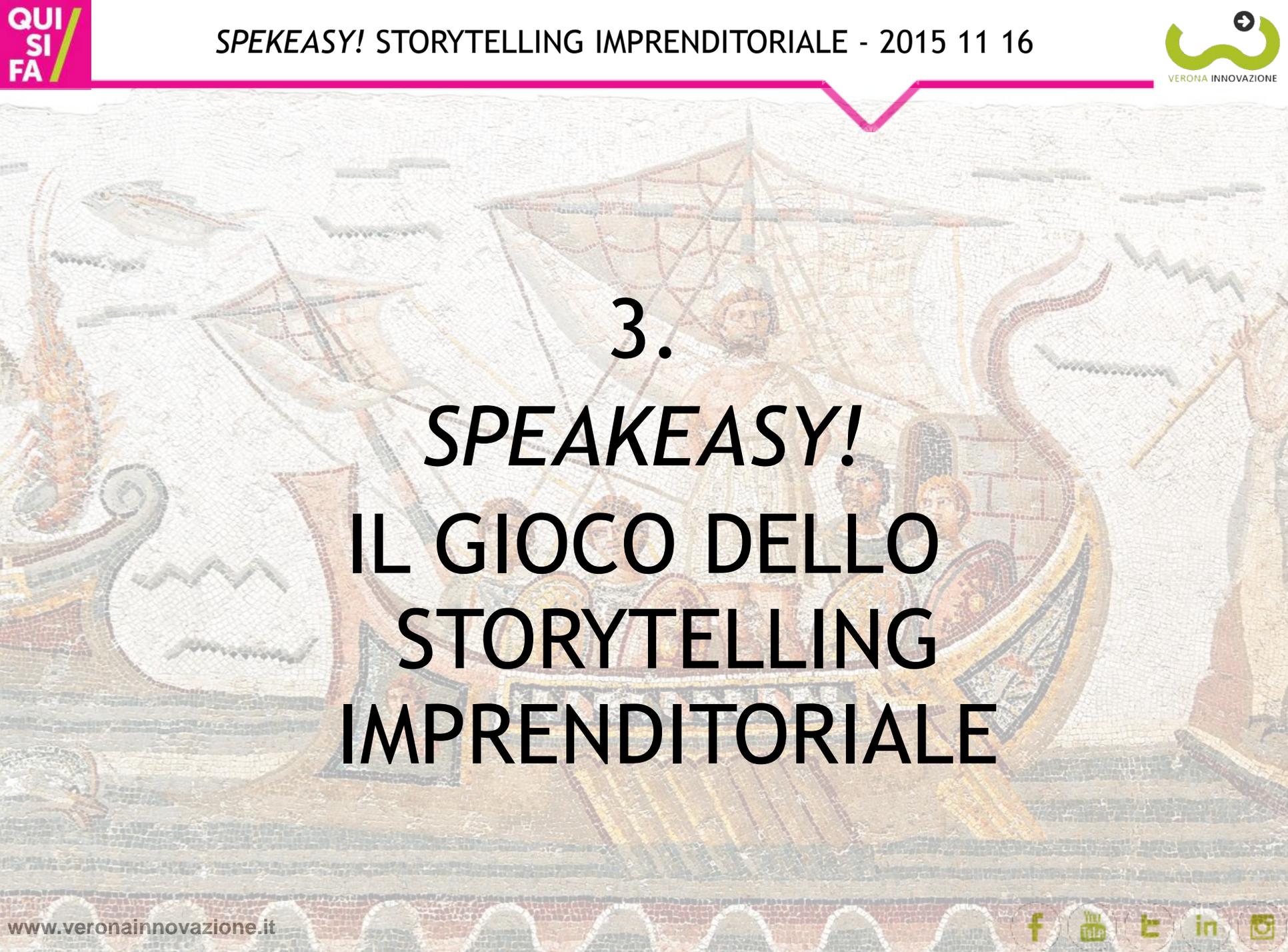
## CONTESTO SOCIALE



## ISTANZA SOCIALE



**LA STORIA DI**  
***VERONICA MARCHI***  
**CANTAUTRICE**



3.

***SPEAKEASY!***

**IL GIOCO DELLO  
STORYTELLING  
IMPRENDITORIALE**



**4 EROI**  
**4 FUNZIONI NARRATIVE**  
**1 DADO**  
**36 CASELLE**

## 4 FASI DI UNA STORIA:

1. MANIPOLAZIONE = CONTRATTO
2. COMPETENZA = TRAINING
3. PERFORMANCE = MERCATO
4. RISOLUZIONE = CONTRAPPUNTO

# BIBLIOGRAFIA:

Aristotele, 348 ac, *Poetica*, <http://ada.evergreen.edu/~arunc/texts/frankfurt/storyteller.pdf>

Benjamin, W., 1936, *The Storyteller*, <http://ada.evergreen.edu/~arunc/texts/frankfurt/storyteller.pdf>

Boje, D., 2014, *Storytelling Organizational Practices*, Routledge

Gottschall, J., 2014, *L'istinto di narrare*, Bollati Boringhieri

Propp, V., 1928, *Morfologia della Fiaba*, Einaudi

# Link ai video:

Effetto Kuleshov: <https://www.youtube.com/watch?v=gGl3LJ7vHc>

Budweiser “Lost Dog”: [https://www.youtube.com/watch?v=xAsjRRMMg\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=xAsjRRMMg_Q)

Storia di Leo: <https://www.youtube.com/watch?v=SsK8BI8QKCQ>

Dove “Evolution”: <https://www.youtube.com/watch?v=iYhCn0jf46U>

Dove “More beautiful than you think”: <https://www.youtube.com/watch?v=XpaOjMXyJGk>



# GRAZIE

[alessio.sartore@gmail.com](mailto:alessio.sartore@gmail.com)

[veronicamarchi.31@gmail.com](mailto:veronicamarchi.31@gmail.com)