ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 6 - number 201 Wednesday 4 may 2022

eLearning e storytelling transmediale

Come sfruttare lo storytelling transmediale per creare corsi eLearning coinvolgenti? Ecco alcune buone prassi.

La progettazione di corsi in modalità eLearning può richiedere la creazione di **campagne più ampie di comunicazione**.

Se, ad esempio, abbiamo intenzione di avviare in azienda (o per un nostro cliente) un progetto di formazione e informazione ad un'ampia fascia di utenti, dovremo necessariamente strutturare un percorso di storytelling formativo idoneo.

In nostro aiuto, in special modo per produzioni a budget medio-alti, possono essere utilizzate le tecniche del transmedia storytelling, una metodologia utilizzata da decenni nel mercato cinematografico statunitense.

Che cos'è il transmedia storytelling

Il **transmedia storytelling** è una modalità di racconto che consente di utilizzare, in modo uniforme, una serie di mezzi e strumenti di comunicazione. Si parla di transmedia storytelling quando raccontiamo una storia in modo coerente utilizzando le **potenzialità di ciascun mezzo di comunicazione**.

Ad esempio, è possibile raccontare la storia di un supereroe al cinema ma potremo, coerentemente, raccontare le sue origini su un fumetto e, magari, raccontarne particolari gesta nei livelli di un videogioco.

Avremo così utilizzato tre *media* diversi per raccontare un'unica storia.

Padre della narrazione transmediale, Henry Jenkins la definisce per la prima volta nel suo testo del 2006 *Cultura convergente* come una forma narrativa che, muovendosi attraverso diversi tipi di media, "contribuisce a perfezionare ed integrare l'esperienza dell'utente con nuove e distinte informazioni".

In questo modo, ogni medium può essere utilizzato per sviluppare la storia e per permetterne la comprensione all'interno del mondo (o dell'universo) narrato.

Se stai pensando agli ultimi 20 film di supereroi che hai visto a casa o al cinema o a qualsiasi storia ambientata in una *galassia lontana lontana,* hai perfettamente centrato il tema dell'argomento di cui voglio parlarti in questo articolo.

La proliferazione di sistemi alternativi all'intrattenimento, l'utilizzo costante della gamification nei sistemi eLearning e l'interconnessione di internet e dei sistemi mobile hanno portato a una crescita esponenziale del consumo di storie da parte delle persone.

Con la crescita della domanda, i creatori di contenuti si sono adeguati a progettare le proprie produzioni per piattaforme differenti: Youtube, la carta stampata, il formato ebook, i servizi di streaming, il podcasting e così via.

La possibilità di coinvolgere anche persone esterne al meccanismo creativo ha fatto nascere fenomeni di crowdsourcing, ovvero di generazione di contenuti a partire dalla partecipazione attiva delle persone a una determinata storia.

Transmedia ed eLearning

Per **realizzare corsi in modalità eLearning attraverso le tecniche di storytelling transmediale** dovrai necessariamente approcciarti ai concetti di continuità e di molteplicità.

Quando realizzi una storia per un percorso di apprendimento, devi tener conto del **principio di continuità** che ti consente di mantenere la coerenza tra tutte le storie che racconterai su diversi media. Si tratta di un valore particolare che donerai alla tua

audience, permettendo loro di riconoscere quelle storie e quei personaggi ovunque li ritroveranno.

La molteplicità consente di creare racconti alternativi all'interno di uno stesso universo, dando la possibilità ai personaggi di ottenere nuove prospettive di crescita in altri contesti. Per questo motivo potrai raccontare e istruire i tuoi discenti partendo da una serie di best practice che saranno diverse in base al contesto nel quale opereranno i personaggi delle tue storie.

In un sistema così complesso e ricco di opportunità, la creazione di corsi in modalità eLearning non può divergere da una narrazione transmediale, adattandosi e, soprattutto, rendendosi compatibile ad un meccanismo di comunicazione che unisce **awareness**, **compliance** e **integration**.

I discenti dei corsi in modalità eLearning amano riconoscersi nei personaggi che affrontano problemi che potrebbero vivere anche loro nel quotidiano o a lavoro.

Tornando ancora una volta ai casi dei corsi per la sicurezza informatica, è importantissimo saper **selezionare i personaggi delle tue storie** per permettere ai discenti di immedesimarsi nelle storie al fine di ottenere il massimo dalle buone pratiche che racconterai nei tuoi contenuti.

Per questo motivo, è importante associare ad ogni personaggio una particolare azione e una determinata soluzione che potranno ripresentarsi all'interno di un corso SCORM, sulle pagine dei social media o, se vorrai, in una storia da inviare in una newsletter.

Uno dei testi più affascinanti che potrai mai leggere se ti occupi di contenuti per corsi in modalità eLearning è sicuramente la Poetica di Aristotele. In questi scritti Aristotele afferma che la tragedia e quindi la vita è azione e il suo fine è una modalità d'azione, non una qualità.

L'azione è quindi il personaggio. Una persona è ciò che fa, non ciò che dice di essere. Un buon personaggio è fatto di conflitto, background e personalità. Per creare però un personaggio abbiamo bisogno di stabilire un contesto, davvero importante nella creazione di un universo di riferimento in ambito transmediale.

Definire universi e contesti

Per creare corsi in modalità eLearning attraverso le tecniche del transmedia storytelling dovremo, innanzitutto, definire universi e contesti narrativi.

Per questo motivo è necessario avere ben chiari i nostri obiettivi di comunicazione. Se la nostra narrazione si esaurirà all'interno dello spazio eLearning o all'interno della piattaforma del nostro cliente, non ci saranno i presupposti per applicare le tecniche di narrazione transmediale.

Il nostro prodotto eLearning dovrà, in prima sede, essere incluso in una awareness campaign, ovvero dovrà includere informazioni che consentiranno a narrazioni e personaggi di incastrarsi come pezzi di un puzzle pur trovandosi su piattaforme diverse. In altri termini, il consiglio è quello di definire un obiettivo che sia comune a tutti i segmenti narrativi in modo tale da rendere coerente e lineare la narrazione generale.

A questo punto la necessità di creare un universo narrativo si farà spazio proprio con la necessità di essere coerenti con le diverse storie. Le informazioni che dovrai dare all'interno dei "pezzi" di formazione narrata dovranno essere sempre in compliance e quindi dovranno sempre rispondere a una necessità della tua audience: la coerenza sta anche nelle informazioni. Personaggi che si muovono nell'ambito delle best practice dell'utilizzo dei sistemi informatici dovranno necessariamente muoversi in quel determinato contesto per evitare di perdere l'**attenzione del discente**.

Un altro aspetto fondamentale nella creazione di storie transmediali è la ricerca costante della integration ovvero della integrazione strutturale all'interno delle possibili ramificazioni che la storia può avere sui diversi media.

In altre parole, l'integrazione è quella capacità che ha lo scrittore di contenuti di adattare le storie tra loro in modo che mantengano continuità e seguano un canone. Se nella linea narrativa del corso in modalità eLearning stiamo parlando di un operatore energetico che deve risolvere alcuni problemi di sicurezza sul posto di lavoro, all'interno delle storie presenti sui social lo stesso operatore o un suo collega dovranno agire in funzione della storia già narrata.

Si troveranno in una linea temporale precedente o successiva alle storie narrate nel corso? A te la scelta.

Esempi di prodotti

Ma veniamo al dunque, proponendo qualche esempio che potrà esserti utile per la redazione del tuo primo corso in modalità eLearning di tipo transmediale.

Uno dei miei format preferiti, come ho già raccontato in un articolo dedicato, è quello delle serie animate che raccontano le buone pratiche per la sicurezza informatica.

Facciamo un esperimento diverso, proviamo a partire dalle esigenze di un nostro cliente di impostare una campagna di storytelling che parta da un corso sulla cyber security. Partiremo comunque da una storia, ma dovremo rispondere a un'esigenza di comunicazione.

Immaginiamo dunque di dover impostare tre tipologie di prodotti, ma potresti avere un'esigenza diversa:

- Corso in modalità elearning
- Video di awareness
- Episodi a fumetti

Ciascuno di questi prodotti è da realizzare con un linguaggio differente e vivrà su un medium dedicato: il corso sarà il *core* della nostra storia e avrà spazio sulla **piattaforma LMS DynDevice**; il video awareness sarà un trailer di pochi minuti postato su tutti i social media aziendali; gli episodi a fumetti saranno realizzati in poche copie cartacee e poi disponibili in formato sfogliabile PDF direttamente in una sezione del sito web.

È il momento di dare spazio alla creatività! Ecco un esempio di come impostare quindi universi e contesti:

Il corso in modalità eLearning è strutturato in 6 unità formative che vengono realizzate attraverso episodi animati con personaggi che illustrano le best practice sull'utilizzo dei sistemi informatici aziendali.

*Il titolo della serie è **Pirati dei Kilobyte** e racconta la storia di un gruppo di pirati del metaverso che provano ad attaccare i sistemi informatici dell'azienda XYZ.*

Nel primo episodio il gruppo di malviventi proverà con un attacco di phishing, nel secondo episodio installando un malware ecc.

Soltanto l'intervento di Guy, IT manager dell'azienda, riuscirà ogni volta a disinnescare l'attacco informatico.

In ogni episodio del corso avremo quindi un pezzo della storia che dovrà legarsi con gli altri episodi raccontati sui social o negli albi a fumetti, ad esempio:

*Nel video awareness sui social network vediamo un forziere che brilla nell'oscurità. L'apertura di questo forziere permette di intravedere un grande tesoro, sono tutti i dati che vengono conservati sui device aziendali e di cui vogliono impossessarsi i **Pirati dei Kilobyte**. Abbiamo così la possibilità di conoscere i personaggi in un prequel degli episodi presenti nel corso e conoscere il loro background.*

Gli episodi a fumetti conterranno un approfondimento sui temi trattati all'interno del corso e permetteranno ai discenti di studiare nel dettaglio elementi tecnici esposti da alcuni pirati che tentano di portare a compimento il loro prossimo colpo.

Questo è solo un brevissimo esempio di come è possibile impostare una campagna di transmedia storytelling.

Quale sarà, invece, la tua prossima storia transmediale?