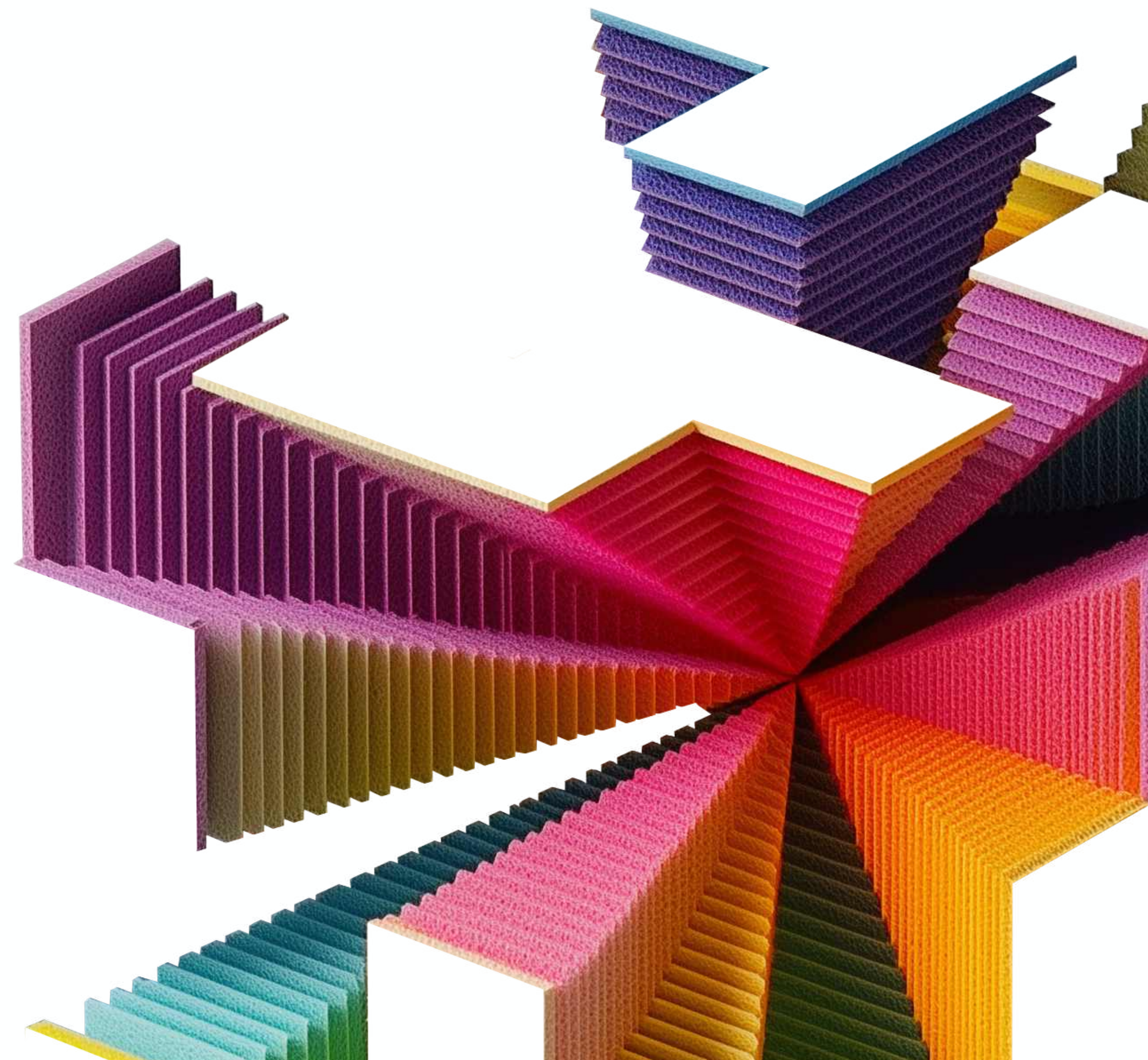
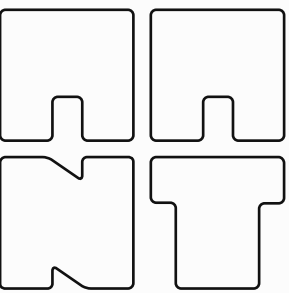


TRANSMEDIALITÀ: STRATEGIE PER UNA COMUNICAZIONE INTEGRATA.

**TRA REALE E VIRTUALE:
LA "NOSTRA PRESENZA"**

MONTEGROTTO TERME
HOTEL PETRARCA
21 - 24 LUGLIO 2025





PERCHÈ SIAMO QUI

Applicare i concetti chiave della transmedialità

In questo workshop ci concentreremo sul rapporto tra i principi teorici della transmedialità, quelli della convergenza culturale e quelli della narrativizzazione, applicandoli a prototipi di dispositivi interattivi per la divulgazione culturale.

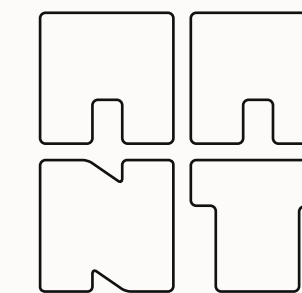
In particolare, focalizzeremo la nostra attenzione sul rapporto tra dispositivi tecnologici e luoghi d'interesse, sfruttando la visita al Castello del Catajo per progettare diverse tipologie di tour digitalizzati e geolocalizzati, rivolti a differenti target di studenti ma caratterizzati da coerenza narrativa.

Durante la visita al Castello sarà importante:

- appuntare storie, aneddoti e suggestioni utili a restituire la visita attraverso una narrazione accattivante.
- memorizzare l'articolazione spaziale del Castello, la successione degli ambienti e la loro logica sequenziale.



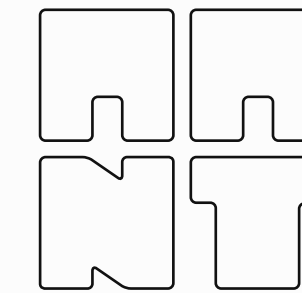
TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



CHI SONO, CHI SIAMO.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.

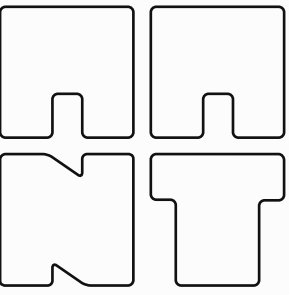


VALERIO DI PAOLA

Docente e ricercatore.
Direttore Creativo.
Transmedia Designer.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



PERCHÈ SIETE QUI?

Da dove vieni? (*backstory*)

Dove sei? (*climax*)

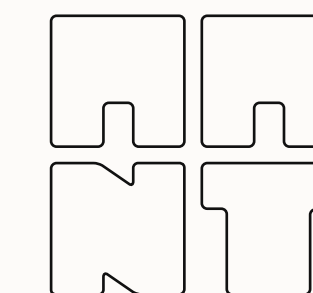
Dove andrai? (*resolution*)

who are you?



TRANSMEDIALITÀ:

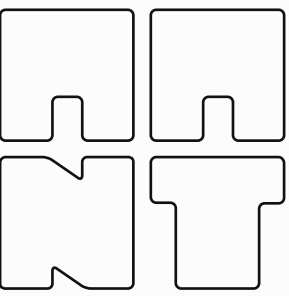
Strategie
per una comunicazione
integrata.



PAROLE CHIAVE



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



COMUNICARE, OGGI

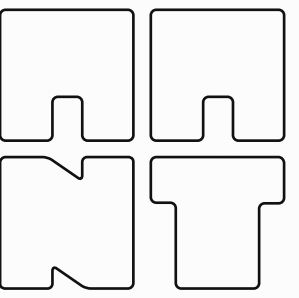
“Il contenuto, muovendosi su più piattaforme mediatiche allo stesso tempo, promuove l'intrattenimento cinematografico e televisivo e suscita nello spettatore un interesse tale da divenire appetibile, ricercabile, ripetibile e godibile di per sé.”

A. Lotz, *The Television Will be Revolutionized*, 2007

Time square,
New York, USA.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.

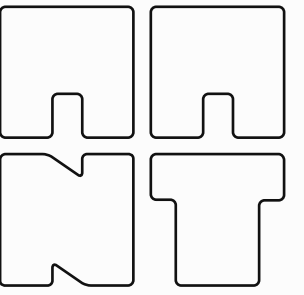


UNO SPETTACOLO IMMERSIVO

“Plenitudine digitale: un universo di prodotti, dai social media ai videogiochi, dalla tv al cinema, e così via, e pratiche, la realizzazione di tutti questi prodotti insieme al loro remix, condivisione e critica.”

J.D. Bolter, Digital Plenitude, 2019



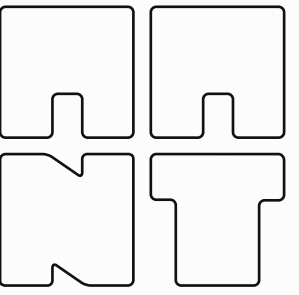


“Vedere un film oggi: assegnare un voto in un sito di recensioni, leggere libri e fumetti, condividere *meme*, partecipare ad eventi e visitare luoghi tematizzati, acquistare merchandising, fare *cosplaying*, esperire senza soluzione di continuità innumerevoli estensioni del racconto, progettate per promuoverlo.”

H. Jenkins, *Convergence Culture*, 2006



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.

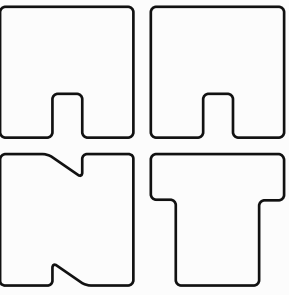


TRANSMEDIA STORYTELLING

“Non crediamo più nel mito dell’esistenza fatta di frammenti che, come pezzi di una statua antica, si limitano ad attendere l’arrivo dell’ultimo pezzo, di modo che possano tutti essere incollati e creare un’unità esattamente uguale a quella originaria. Non crediamo più in una totalità primordiale un tempo esistente o in una totalità ultima che ci attende in qualche data futura.”

Z. Bauman, *Liquid Modernity*, 2000.





Transmedia

[agg. composto: «trans - media»]

Prodotto, storia, contenuto, servizio capace di viaggiare tra più piattaforme distributive e di incarnarsi su media differenti secondo le regole della convergenza.

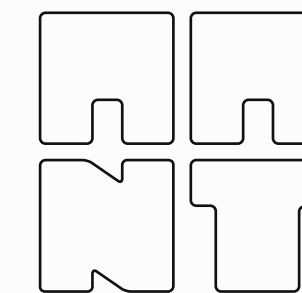
Designer

der. di [(to) design]

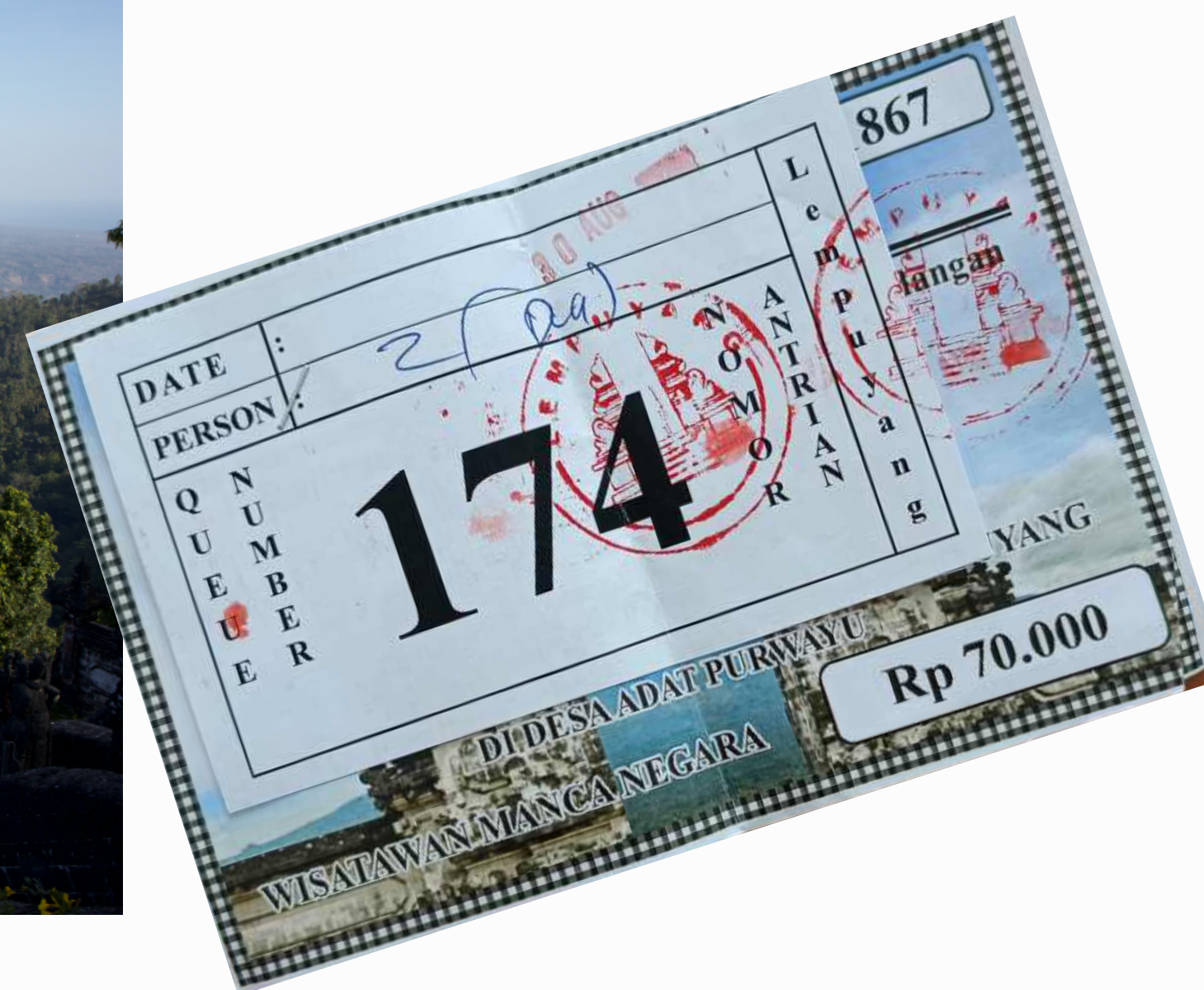
Chi per professione si occupa di design, ovvero disegna, progetta e segue la realizzazione di un prodotto, dall'ideazione all'immissione sul mercato.



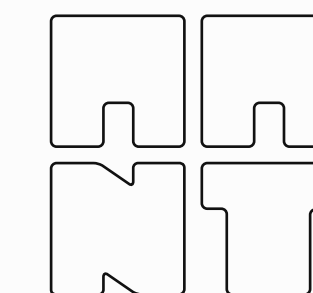
TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



LUOGHI, NARRAZIONI.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



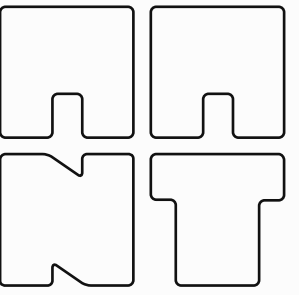
GATE OF HEAVEN

La “porta del paradiso”, presso il Lempuyang Temple nell’isola di Bali, non esiste: è un trucco reso possibile da un semplice specchietto posto sotto l’obiettivo della fotocamera.

Eppure alle 7.00 AM, a mezz’ora dall’apertura, quasi duecento persone sono già in coda per scattare la propria “experience” da postare sui social network, alimentando uno degli hashtag più quotati dell’Indonesia.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



MEDIASCAPE

“Mediascape, paesaggi integralmente ridefiniti dai media, in un intreccio indistinguibile tra narrativa e spazialità”.

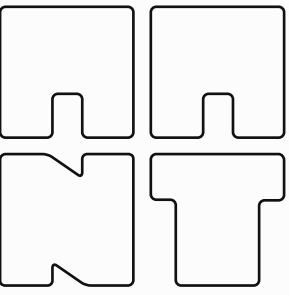
A. Appadurai, *Modernity at large*, 1996

“Gli iper-luoghi sono spazi reali, geograficamente identificabili, di cui la costruzione sociale riscrive il significato, in una manifestazione tipica della sensibilità della contemporaneità che si esplicita attraverso spazi costruiti dall’esperienza filmica stessa”.

A. Minuz, *L'invenzione del luogo*, 2011.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



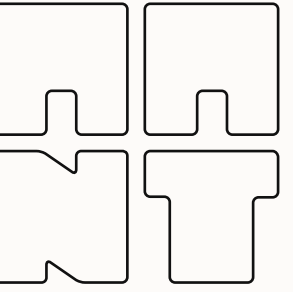
GAMIFICATION

“Normalizza la complessità del transmedia storytelling, sia per i produttori che i consumatori, trasformando la pianificazione transmediale, da opzione tattica ed episodica, in attività strategica sempre più consapevole”.

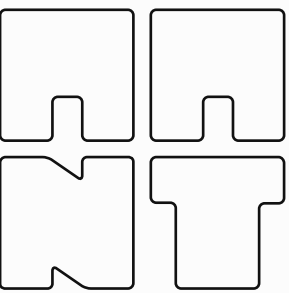
S. Leonzi, G. Ciofalo, V. Di Paola, Frammenti
di un discorso transmediale, 2018.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



BRIEF.



TARGET: GRUPPO DI LAVORO 1

A chi sono rivolti i nostri prototipi

Istituto Comprensivo "Giovanni Pascoli"

Scuola Secondaria di primo grado

Località: Provincia di Modena, Emilia-Romagna

L'Istituto Comprensivo "Giovanni Pascoli" raccoglie circa 480 alunni nella scuola primaria, distribuiti su tre plessi tra capoluogo e frazioni.

La popolazione scolastica è eterogenea per background socio-economico e presenta un'incidenza crescente di alunni di origine straniera (28%), con una buona integrazione linguistica, ma con alcune fragilità nella continuità educativa.

Punti di forza:

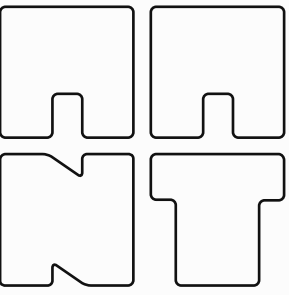
- Buona dotazione digitale grazie a investimenti PON (tutte le classi sono dotate di LIM o monitor interattivi).
- Team docente motivato e stabile, con ottima adesione alla formazione continua.

Criticità:

- Carico amministrativo elevato per la dirigenza, dovuto alla gestione di plessi decentrati.
- Difficoltà di inclusione in alcune classi multiculturali, per mancanza di mediatori linguistici continuativi.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.

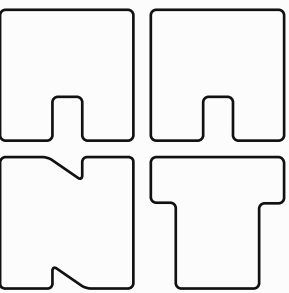


OBIETTIVO: GRUPPO DI LAVORO 1

Una proposta di soluzione

A partire da punti di forza e criticità, sfruttare la buona dotazione tecnologica e il know-how dello staff per creare una visita interattiva al Castello del Catajo, “giocabile” attraverso la realtà aumentata.

L’obiettivo è creare una narrazione originale che incroci i temi della multiculturalità e dell’integrazione, fruibile attraverso tablet e telefono cellulare.



TARGET: GRUPPO DI LAVORO 2

A chi sono rivolti i nostri prototipi

Istituto d'Istruzione Superiore "Francesco De Sanctis" Scuola Secondaria di Secondo Grado

Località: Provincia di Salerno, Campania

L'IIS "Francesco De Sanctis" è un istituto superiore con circa 870 studenti e due indirizzi principali: Liceo Scientifico e Istituto Tecnico Economico.

Collocato in un comune di medie dimensioni nell'entroterra salernitano, accoglie studenti da più centri limitrofi, con un elevato tasso di pendolarismo (oltre il 60%).

Punti di forza:

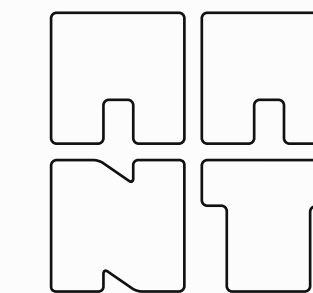
- Alta percentuale di diplomati che proseguono gli studi universitari nel liceo (circa 80%).
- Presenza di una radio scolastica autogestita e attività extracurricolari che stimolano partecipazione e senso di appartenenza.

Criticità:

- Dispersione scolastica preoccupante nell'indirizzo tecnico (tasso di abbandono al secondo anno: 18%).
- Scarsa connessione tra i due indirizzi interni: logiche organizzative e progettuali ancora troppo separate.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



OBIETTIVO SPECIFICO: GRUPPO DI LAVORO 2

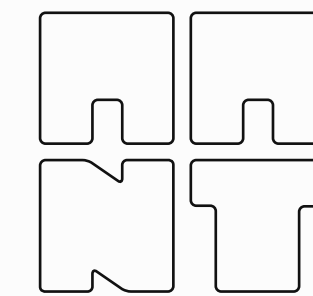
Una proposta di soluzione

A partire da punti di forza e criticità, sfruttare la buona dotazione tecnologica e il know-how dello staff per creare un tour audio geolocalizzato di supporto alla visita al Castello del Catajo.

L'obiettivo è creare una narrazione originale che mescoli efficacemente le competenze delle due anime dell'istituto, conciliando saperi e pratiche proprie dell'indirizzo Scientifico e Tecnico-economico, suggerendo anche possibili percorsi professionali per contrastare la tendenza alla dispersione scolastica.



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



BENCHMARK: GRUPPO 1

Abbaye de Sénanque, Provence, France

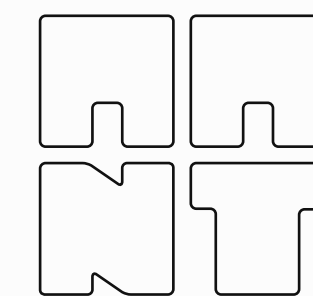
“fate un salto indietro nel tempo visitando l’abbazia con l’HistoPad: un tablet digitale che vi immergerà nella vita dei primi monaci di Sénanque e vi farà rivivere l’abbazia com’era nel XII secolo. Proseguite poi alla scoperta dei monaci che oggi compongono la comunità di Sénanque, attraverso esperienze immersive sorprendenti e coinvolgenti”.



HISTOPAD



TRANSMEDIALITÀ:
Strategie
per una comunicazione
integrata.



BENCHMARK: GRUPPO 2

Galway, Connacht, Ireland

“Visiteremo i luoghi principali in questo tour a piedi, con approfondimenti sulla Galway contemporanea lungo il percorso, oltre a un viaggio attraverso 800 anni di storia. Nel quartiere medievale ascolterete racconti sorprendenti, e talvolta anche raccapriccianti, dal centro di Galway fino alle sponde del fiume Corrib”.



This is a 1.5km walking tour

It takes an average of 60 mins to complete.



Galway
Ireland

LOCATION 3

Padraig O Conaire 2

[▶ Play Audio](#) | [➔ Show Directions](#)

This is Padraig O Conaire, a famous writer who wrote in the Irish Language and an important figure in the Gaelic revival in the early 20th century. He was born in 1888 and abandoned by his father a...

[Read More](#)



LOCATION 4

Towards the Claddagh Sails

[▶ Play Audio](#) | [➔ Show Directions](#)

🔒 Previews are limited to the first 3 locations. [Buy the tour](#) to get access to all 26 locations with map and audio.

