Come ottenere l’attenzione degli altri: ci vuole un modello narrativo

di Paolo Franzese



Come ottenere l’attenzione degli altri? Ti occorre il modello narrativo di **Christopher Vogler**, un modello radicato nel profondo della tua psiche, e di tutti gli esseri umani, la sua intuizione venne fuori dopo aver letto il libro di **Campbell**, ma andiamo con ordine.

? *Se stai leggendo questo articolo non è un caso, accetta la **chiamata all’avventura** e diventa finalmente l’eroe che sei.*

Noia sui social

Da tempo leggo una tendenza ed alcune domande mi frullano nella mente, ne ho parlato anche nella mia community nel post che spiega l’utilizzo degli **archetipi** per i brand.

C’è in giro una tendenza in aumento, specialmente tra gli utenti della **Gen Z**, a chiudere i loro profili, o addirittura lasciare i social, in quanto i post sono diventati *noiosi* e poi dicono anche che:

> Quando lo elimini, ti rendi conto che non ne hai bisogno.

Ecco la chiave, di cosa hai *bisogno* sui social? Buone notizie o brutte notizie? Sui social bisogna **curare i contenuti** come se stessimo allestendo una *mostra in un museo*. Ogni articolo deve essere *ricercato* e *ben curato*, oltre a *istruire* chi lo sta osservando.

Ci sono influencer che si ostinano a pubblicare post in cui:

- Sono sempre **felici**;
- Vivono una “vita super bella”;
- Sono pieni di **selfie sorridenti**;
- Vivono un **vita senza problemi** e difficoltà.

Secondo te sono **strategie vincenti** sui social? A chi possono servire contenuti del genere, poco

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

curati e di **scarsa qualità**? Quanto conviene essere **invidiati** da chi ci circonda?

Poi c'è l'altra faccia della stessa medaglia, ci sono quei profili pieni di post in cui traspare:

- Tanta **tristezza**;
- Una vita piena di **problemi** e **difficoltà**.

Anche questi profili sono noiosi, allora cosa bisogna pubblicare sui social? Un dato è certo, la **vita super bella** degli influencer ha innescato anche una **noia pazzesca** e le persone iniziano a fuggire da quei post da "guarda come siamo felici". Sui social c'è forse poca realtà, per cui sempre meno *reaction* sui post "tutti belli e felici".

Comunque attenzione a ripetere sempre le stesse esperienze, come un disco incantato!

Come ottenere l'attenzione degli altri? Prima di tutto essere se stessi.

Gastone o Paperino?

Gli utenti scappano dai *post alla Gastone (adoro)* della Disney dimostrando di preferire i *post alla Paperino (adoro)*. Tu chi sei dei due? Non importa.

Sui social è importante **essere se stessi**, per cui non deve diventare una colpa se si sta vivendo una "vita super bella", ed è vero anche che mettere in mostra tutte le proprie debolezze sui social non è semplice (vedi il caso Fedez, massima vicinanza e solidarietà).

? **Nota**: Se le persone ti vedono felice non ti chiederanno mai "Come stai?" e allo stesso tempo se mostri sempre il tuo lato migliore, nessuno ti ascolterà.

Si percepisce ormai uno spaventoso calo di engagement, soprattutto per molti influencer. Oggi per farti notare devi imparare a raccontare una storia più convincente, per influenzare chi hai davanti, per attirare l'attenzione di chi ti sta leggendo.

? **Osservazione**: Mentre sto scrivendo questo articolo ho visto che in questo stesso giorno, il **19 aprile 2020** ho parlato di eroi in questo post su **Facebook**, nulla accade per caso!

Per tutto questo ho pensato che sia il momento giusto per capire *come* e *cosa* raccontare, specialmente oggi che è sempre più difficile ottenere l'attenzione.

Ora ti fornirò uno strumento, veramente prezioso ed anche molto "antico", per raccontare una storia più coinvolgente, fatta di alti e bassi, e quindi così ottenere maggiore attenzione sul tuo profilo.

Come ottenere l'attenzione degli altri? Partiamo serve un modello narrativo.

Serve una narrazione

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Un modello narrativo che puoi utilizzare per fare un buon storytelling, un modello che ti garantirà l'attenzione profonda degli altri, uno strumento a mio avviso, veramente potente.

Quando una persona, per eccezionali virtù di coraggio, si impone all'ammirazione di tutti, diventa eroe, un essere semi-divino, un mito, una persona che ha "seguito la sua estasi".

> Tutto il mondo è un palcoscenico e gli uomini e le donne sono soltanto attori.
> Hanno le loro uscite e le loro entrate e nella vita ognuno recita molte parti.
> – William Shakespeare

Cosa c'entra questo con i social? Oggi, secondo me, bisogna cercare di condividere contenuti che descrivano un percorso che conduce degli **eroi** attraverso grandi movimenti di:

- *Separazione;*
- *Discesa;*
- *Prova;*
- *Ritorno.*

Come ottenere l'attenzione degli altri? Crea il tuo eroe.

Tutti siamo eroi

Tutti siamo eroi, anche tu lo sei, pensa alla tua profonda prima trasformazione, quella che hai avuto quando eri bimbo, ciò che è avvenuto prima della tua nascita, trasformandoti da una "creatura acquatica", che ha vissuto per nove mesi nel liquido amniotico, fino a diventare un "mammifero" e così via, questa trasformazione è un *atto eroico*.

Le stesse madri, per realizzare questa trasformazione, hanno compiuto un atto eroico e così via…

Pensa al semplice *ciclo della vita*, ciclo in cui un bambino, da eroe, deve rinunciare alla sua infanzia per diventare adulto, vecchio e poi morire.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons



Da bruco a farfalla: un sorprendente **ciclo della vita**, una slide del mio seminario di Persona Branding.

Questo è il **viaggio dell'eroe**, che trovando la fonte della vita lascia una condizione e poi avanti così, per diventare più maturo e raggiungere un'altra condizione. Questa è una profonda verità che si applica a ogni storia umana, è il viaggio alla scoperta di sé stessi.

L'eroe è qualcuno che dà la sua vita per qualcosa di più grande di lui.

Come ottenere l'attenzione degli altri? Un modello narrativo che viene dal passato.

Uno schema antico

Inizio da questa **patera** facente parte del tesoro di Pietroasele, uno dei manufatti aurei scoperto nel XIX secolo, datato al periodo gotico, tra la fine del IV e la metà del V secolo d.C.

Su questa patera c'è il racconto del viaggio che il neofita deve affrontare per ricevere la rivelazione e tornare a casa. Come puoi vedere è un modo molto antico di raccontare le storie che ancora oggi viene utilizzato, e credimi, funziona davvero.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Patera facente parte del tesoro di Pietroasele

Come ottenere l’attenzione degli altri? Un profondo viaggio interiore.

Il viaggio dell’eroe

Il primo a pensare a questo modello narrativo da introdurre nelle sceneggiature di Disney e Fox fu **Christopher Vogler** (Missouri, United States 1949) sceneggiatore di Hoolywood e docente USC, la “narrazione” di quello che **Campbell** ha chiamato: **il viaggio dell’eroe**.

Il viaggio dell’eroe è la metafora del profondo viaggio interiore di trasformazione. Tutti gli eroi, in ogni tempo e luogo, condividono un percorso dal mondo ordinario al mondo speciale e viceversa. Questo metodo narrativo si estende attraverso tutte le culture, le religioni e i racconti, includendo anche le tue storie preferite.

Nella vita di ogni essere umano, le fasi possono essere:

- Evitate;
- Ripetute;
- Spostate.

a seconda delle esigenze della storia individuale, il viaggio può essere anche un viaggio interiore, nella mente inconscia.

Ma ci sono sempre una serie di passaggi che un eroe deve attraversare per la trasformazione di sé.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Il viaggio dell'eroe, un modello narrativo.

In genere sono **12 i passaggi** che di solito seguono sempre lo stesso ordine.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

1. Vita quotidiana;
2. Chiamata all’avventura;
3. Rifiuto della chiamata;
4. Incontro con il mentore;
5. Superamento della soglia;
6. Prove, alleati, nemici;
7. Avvicinamento all’ostacolo più grande;
8. Prova centrale: morte e rinascita;
9. Prima ricompensa;
10. Via del ritorno e ardue sfide;
11. Resurrezione;
12. Ritorno con l’elisir.

Nell’articolo che credo uscirà la settimana prossima, ti parlerò in dettaglio di ogni singola fase, iscriviti alla **newsletter** per essere sempre aggiornato sull’uscita di tutti miei articoli:

Come ottenere l’attenzione degli altri? Affronta te stesso e raccontati.

Conclusioni

Quando sei seduto sul divano e sei davanti alla tv la tua attenzione viene rivolta ai racconti di storie coinvolgenti, così sono progettati i film e le serie. Così anche sui social servono narrazioni coinvolgenti. Ci vogliono storie che ti tengono con il fiato sospeso (eroe, gioia e dolore), servono tutti e due gli ingredienti.

Ogni volta che guardi un film al cinema stai partecipando al “sogno collettivo”.

Uno schema antico, un **modello narrativo** per affrontare la noia sui social, ricordati di essere un po’ Gastone e un po’ Paperino, perché tutti siamo eroi e possiamo raccontare il nostro “viaggio dell’eroe”.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

Christopher Vogler

Il viaggio dell'Eroe

La struttura del mito ad uso di scrittori di narrativa e cinema

Dino Audino



Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

di cinema

Per capirci di più ti consiglio di acquistare “Il viaggio dell’Eroe” di Christopher Vogler. Si parla di sceneggiatura, filosofia e psicologia e si basa anche su “L’eroe dai mille volti” di Campbell. Un libro che sarà prezioso anche per chi vorrà avere un modello narrativo per fare **storytelling**.

Un libro dal leggere tutto di un fiato che è stato un valido spunto per questo articolo.

A proposito, ti è piaciuto questo articolo? Allora condividilo con chi potrebbe esserne interessato, condividilo magari con un amico e iscriviti ai miei canali.

Se hai altro da aggiungere, critiche o commenti, ti aspetto nei commenti qui sotto.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 25 Aprile 2022

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com