

TRANSMEDIA WAY Guida galattica per storyteller comunicatori e designer

Prezzo: **Regular Price** 24,00 € **Special Price** 22,80 €



Codice	9788891625625
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	5 dic 2017
Reparto	Economia, LIBRI
Argomento	Economia generale
Autore	Giovagnoli Max
Editore	Maggioli

Descrizione

Angry Birds e il Marvel Cinematic Universe, Mr. Robot e Il Trono di Spade, Il Cavaliere Oscuro, Westworld e Hunger Games, Avatar e Assassin's Creed, LOST e Prometheus, Sin City, Mad Men e Halo, Dexter e Star Wars più brand quali BMW e Burberry, Chanel e LEGO, HBO e Coca Cola, IKEA, Harley Davidson e Discovery Channel.... cosa hanno in comune?

Devono il loro successo a universi e story world complessi. Coinvolgono il loro pubblico in esperienze partecipative e campagne promozionali interattive e multiplatform, grazie a sistemi comunicativi che ibridano costantemente il mondo reale e quelli digitali e puntano tutto sull'intervento attivo e sull'engagement del pubblico. Ma non tutte le storie né tutti i brand sono fatti per essere raccontati su più media simultaneamente. È questo il segreto del transmedia. Scoprire il "perché" e il "come", sta al lettore di questo libro. La prima guida completa per autori, comunicatori e designer al lavoro nello spazio profondo della transmediasfera.

Un'istantanea precisa e completa su tutte le sfide che si offrono agli autori e ai comunicatori di oggi

Henry Jenkins, University of Southern California, autore di Cultura Convergente

Una lezione che farà presto il giro del mondo

Jeff Gomez, transmedia producer Avatar, Tron, Pirati dei Caraibi, Transformers

Benvenuti nella transmediasfera, un universo magico e denso di storie, di brand, di forme di consumo ed esperienze interattive.

Un ecosistema ricco di tecnologia, polimorfo e incredibilmente attraente.

Fare transmedia significa creare universi immaginativi e storie distribuite simultaneamente su più media per l'intrattenimento, l'informazione e la comunicazione, per la promozione di brand e per le istituzioni, per la moda e le arti, per l'istruzione o per cause umanitarie.

Basta guardarsi intorno per accorgersene: schermi, device, "sceneggiature invisibili"... il transmedia è dappertutto, anche laddove non lo percepiamo, il più delle volte. E l'autore, il creativo, il designer? Come qualsiasi organismo pioniere, di storia in storia sta mutando anche lui. Da storyteller e producer diviene oggi anche... designer.

Questo libro raccoglie i 100 casi internazionali più importanti nel cammino del transmedia e analizza tutte le tecniche necessarie alla creazione di universi e story world complessi, all'art direction di sistemi comunicativi multiplatform, al design delle esperienze e del racconto per i "media incrociati".

Le voci dei producer più influenti accompagnano il testo assieme a decine di immagini, a un'appendice con i documenti usati dagli addetti ai lavori in tutto il mondo e a proposte di workshop tematici. Ne esce un saggio e un manuale insieme. Una "guida galattica" insostituibile per storyteller, comunicatori e designer transmediali di oggi e di domani.

Prologo – Quattro passi sulla "Transmedia Way"

Introduzione – L'autore transmediale: storyteller, producer e ora anche... designer

Capitolo 1 – Creare universi transmediali

L'universo immaginativo

La nebula

Lo story world

Capitolo 2 – Elementi di Story Design

Lo story crafting process

Il transmedia dramatic skeleton

Narrazioni multilineari e multilivello

“Disegnare” il tema del racconto

La struttura “a doppio obiettivo” (two goals structure)

Il “viaggio dell’eroe” vs il “paradigma delle 12 tappe”

Strutture narrative ad albero (branching story structures)

Narrazione polimorfa (polymorphic narrative)

Creare personaggi transmediali

Capitolo 3 – Progettare sistemi comunicativi transmediali

“Punto, linea e superficie” nel transmedia

Il bouquet transmediale

Il platform selection layout

Rabbit hole e point of entry

Il transmedia roll out

Questioni di tempo

Capitolo 4 – Disegnare esperienze transmediali

Media sensing e labelling

Strumenti: sketch, wireframe, layout

Art direction per progetti transmediali

Experience design e “spazi di affinità”

Capitolo 5 – Transmedia per brand, istituzioni e per l’arte

Deodorizing e merging

Brand stories

Gamification

Transmedia per istituzioni e per l’arte

Capitolo 6 – Transmedia per cause umanitarie e per l’educational

Transmedia activism & mobilization

Social benefit transmedia storytelling

Environmental e conservation campaign

Il collective journey

Transmedia literacy: istruzione e ricerca

Appendice – Documenti: il Transmedia Producer’s Toolkit

Conclusioni – Diario di fine viaggio

Finale – “Il più veloce pezzo di ferraglia della galassia”

Bibliografia

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546

oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it

www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

