

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI “NICCOLÒ CUSANO”

Corso di studi Triennale in Comunicazione Digitale e social Media – cv Industria dei giochi e gamification (L-20)

SSD: SPS/08

Insegnamento: **Scrittura delle opere interattive e transmediali**

Professore: Claudia Becchimanzi

Anno Accademico: 2025/26

Descrizione del campo disciplinare

Il corso esplora le forme contemporanee di **narrazione interattiva e transmediale** integrando approcci provenienti dalla comunicazione, dal design e dalle scienze sociali.

Attraverso l'approccio del **design centrato sulle persone (Human-Centred Design)**, il corso analizza come l'interazione, l'esperienza utente (UX), la progettazione dell'interfaccia (UI) e le strategie di storytelling contribuiscano alla creazione di opere narrative diffuse su più media e piattaforme.

Gli studenti svilupperanno una consapevolezza critica e progettuale sul modo in cui le storie si costruiscono e si vivono nell'ecosistema digitale contemporaneo — dai videogiochi narrativi alle installazioni interattive, dalle webserie ai format social e crossmediali.

Risultati dell'apprendimento attesi

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

- **Conoscere** le principali teorie sulla narrazione transmediale e interattiva;
- **Analizzare** criticamente opere e casi di studio;
- **Progettare** esperienze narrative basate su principi di UX/UI e Human-Centred Design;
- **Integrare** linguaggi, piattaforme e media in un ecosistema narrativo coerente;
- **Valutare** la qualità, l'impatto e la sostenibilità delle opere interattive.

Metodologia didattica

- Lezioni teoriche e casi studio
- Videolezioni con slide e materiali multimediali
- Esercitazioni progettuali
- Analisi guidata di opere e format transmediali
- Discussione critica e lavori individuali

Bibliografia di riferimento

- Alexander, B. (2011). *The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media*. Praeger.
- Benyon, D. (2013). *Designing Interactive Systems: A Comprehensive Guide to HCI, UX and Interaction Design*. Pearson.
- Cramer, F. (2022). *Digital Aesthetics: Transmedia and the Post-Digital Turn*. Polity Press.

- Di Salvo, A. (2020). La costruzione dell'interazione: il ruolo della narrazione nel processo dell'interaction design.
- Garrett, J. J. (2010). Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. Pearson Education, London.
- Giaccardi, E. (2019). *Design and the Living*. MIT Press.
- Gothelf, J. (2013). Lean UX: Applying lean principles to improve user experience. O'Reilly Media, Inc.
- IDEO.org (2015). *Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO.
- Jenkins, H. (2014). Cultura convergente. Maggioli Editore.
- Krug, S. (2018). Don't make me think!: Web & Mobile Usability: Das intuitive Web. MITP-Verlags GmbH & Co. KG.
- Laurel, B. (2023). *Computers as Theatre*. Addison-Wesley.
- Manovich, L. (2002). The language of new media.
- Manovich, L. (2013). *Software Takes Command*. Bloomsbury.
- McErlean, K. (2018). *Interactive Narratives and Transmedia Storytelling: Creating Immersive Stories Across New Media Platforms*. Routledge.
- McKee, R. & Fryer, T. (2021). *Storynomics: Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World*. Twelve.
- McLuhan, M., & Capriolo, E. (1986). Gli strumenti del comunicare. Milano: Garzanti.
- Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*. MIT Press.
- Nielsen, J. (2020). *Usability Engineering*. Academic Press.
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- Norman, D. (2017). La caffettiera del masochista: il design degli oggetti quotidiani. Giunti Psychometrics.
- Norman, D. (2023). Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered. MIT Press.
- Norman, D. A. (2004). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Civitas Books.
- Roose, K. (2023). *Futureproof: 9 Rules for Humans in the Age of Automation*. Harper.
- Saffer, D. (2010). *Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices*. New Riders.
- Scolari, C. (2021). *Transmedia Literacy*. Routledge.

Programma del corso

Modulo 1	Mass Media, scrittura e culture interattive • Presentazione del corso, obiettivi e modalità • Evoluzione dei media: dalla comunicazione di massa alla convergenza • Ecosistemi transmediali e ibridazione dei linguaggi • Origini e evoluzione della narrazione interattiva • Culture partecipative, prosumer e fandom: il pubblico come co-autore • La trasformazione del ruolo dell'autore nel contesto post-digitale • Evoluzione dai media tradizionali ai new media e social network
-----------------	--

	• Dalla linearità all'interattività: esperienze narrative non-lineari e adattive • Impatto dei media nella società contemporanea • Analisi critica di format narrativi crossmediali
Modulo 2	<i>Human-Centred Design e narrazione inclusiva</i> • Principi di Human-Centred Design (ISO 9241-210) • Principi di Universal Design e inclusione narrativa • Metodi di ricerca qualitativa e quantitativa • Metodi di ricerca utente: interviste, personas, empathy map e user journey • L'utente come co-autore: agency, partecipazione e feedback loop • Emotional design e coinvolgimento narrativo • Storytelling e gamification nei media digitali • Dati, insight e comportamento dell'audience • Story-driven design: progettare esperienze narrative basate sui bisogni e sulle emozioni • Casi studio
Modulo 3	Interaction Design e architetture narrative • Principi di usabilità e design thinking applicati ai media interattivi. • Architetture dell'informazione interattive e scenari d'uso • Il design dell'interazione come scrittura: affordance, feedback e agency • Dal flusso narrativo alla struttura esperienziale • Diagrammi di flusso e modellazione narrativa • Il ruolo dell'interfaccia nella costruzione narrativa • Accessibilità e inclusione come elementi narrativi • Microinterazioni, affordance e significato • UX Writing e microcopying narrativo • Analisi di casi di successo di contenuti interattivi e accessibili.
Modulo 4	Narrazione interattiva e strategie editoriali • Principi di narrazione visiva applicata ai nuovi media. • Storytelling visivo e strategie di branding (CTA, ritmo narrativo, adattamento alla piattaforma). • Content strategy e struttura di un piano editoriale: Formati, KPI, OKR • Pianificazione del piano editoriale multicanale in base al content journey • Tone of voice e adattamento narrativo alle piattaforme • Scrittura di brief e progettazione narrativa dei contenuti • Casi studio: analisi critica di un contenuto multicanale e progettazione di un piano editoriale con focus sulla scrittura.
Modulo 5	Tecnologie, intelligenza artificiale e linguaggi della narrazione interattiva • Realtà aumentata, VR, IoT e storytelling • L'interazione come linguaggio: affordance multimodali

	• AI generativa per la scrittura interattiva: brainstorming, sceneggiatura, dialoghi • Prompt design e strumenti di generazione narrativa (es. ChatGPT) • AI come co-autore e implicazioni sul concetto di autorialità • Etica, copyright e limiti creativi dell'AI • Chatbot narrativi, generatori di trama e intelligenza creativa • Analisi di casi studio
Modulo 6	Progettazione transmediale e valutazione delle esperienze • Dalla mappa concettuale alla transmedia experience map • Co-design, workshop e prototipazione narrativa partecipata • Pianificazione di una campagna transmediale integrata (social, web, interattività, game design narrativo) • Iterazione, testing e ottimizzazione narrativa • KPI, metriche di engagement e valutazione UX • Esplorare metodi di validazione narrativa per opere interattive e transmediali. • Integrare tecniche di game-based learning per testare l'efficacia narrativa e l'engagement. • Applicare strumenti di feedback per ottimizzare la scrittura e l'interattività. • Framework di misurazione narrativa (engagement rate, story impact, emotional metrics). • Analisi di casi di successo (marketing narrativo, musei digitali, storytelling educativo, ecc.)