

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Linguaggi multimediali (transmedia storytelling)	Diego Cajelli	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Comprensione dello storytelling e dei meccanismi intrinseci alla narrazione. Conoscenza dei principali generi narrativi, apprendimento dei rudimenti per l'applicazione trans e cross mediale dei contenuti.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Maggior consapevolezza nella creazione di contenuti e nel rapporto tra contenuta e media.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Nessun prerequisito

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Dal Viaggio dell'Eroe, alle strutture narrative complesse, all'analisi dei principali generi narrativi, passando per i miti di base della cultura popolare e le loro ricorrenze (letteratura, fumetto, serie Tv, cinema, narrazioni pubblicitarie, Web).

Lo storytelling esteso. La narrazione e i suoi cambiamenti in funzione delle diverse piattaforme. Gli aspetti inediti dell'espansione dei contenuti, le narrazioni cross mediali.

Il visual storytelling e l'educazione visiva alla narrazione, dalla composizione fotografica allo studio base delle inquadrature e delle sequenze cinematografiche.

ARGOMENTI ►

Che cosa significa storytelling. Il racconto e le sue declinazioni.

Esempi pratici di Storytelling contemporaneo.

Che cosa leggiamo, guardiamo, "mangiamo". Personal Storytelling.

Il concetto di scelta narrativa.

Chi sono, chi siamo.

Le unità narrative.

Protagonisti e Antagonisti

Eroi classici, eroi contemporanei

Protagonisti

Punti di vista

Il racconto e le sue regole.

La Fiction e le differenze con il story journalism.

Il brand storytelling, e la sua applicazione pubblicitaria/social/media/corporate

Visual storytelling e Social storytelling.

Storytelling: punti fondamentali della struttura della trama applicati al racconto contemporaneo.

Prologhi ed epiloghi.

I passaggi fondamentali attraverso i quali passano tutte le storie.

Generi narrativi e Immaginario POP.

Racconto Eroico e Racconto Prosaico

Il moderno, il post moderno e il contemporaneo.

Giallo, Horror, Fantascienza e Fantasy

Archetipi e stereotipi. Cliché e Figure chiave.

Comico e commedia. Il racconto "social", i meme e gli "aforismi" come unità narrative.

Il visual storytelling dalla fotografia alle community fotografiche. Regole base di composizione e trasmissione messaggio.

La scelta narrativa come scelta visiva.

Crossmedialità e Transmedialità

Creepypasta, miti contemporanei, etc...

METODI DIDATTICI ►

Lezione frontale, dibattiti con gli studenti, esercizi di gruppo e singoli.

BIBLIOGRAFIA ►

C. VOGLER, Il viaggio dell'eroe. La struttura del mito ad uso di scrittori di narrativa e di cinema, Dino Audino Editore, Roma, 2010.

J. CAMPBELL, L'eroe dai mille volti, Lindau, Torino, 2012.

D. JOHNSON, Media Franchising. Creative License and Collaboration in the Culture Industries. New York University Press, NY-London, 2013.

C. SALMON, Storytelling. La fabbrica delle storie. Fazi

J. SASSOON, Storie virali. Come creare racconti di marca capaci di diffondersi in modo esplosivo nel web. Lupetti.

D. CAJELLI, F. TONIOLO, Storytelling crossmediale. Dalla letteratura ai videogiochi, Unicopli