

SEDE NOVARA

A.A. 2020/2021

PARACCHINI prof. MARCO	LINGUAGGI MULTIMEDIALI	6
DOCENTE	MATERIA	CFA

Unità didattiche:

Durante l'anno accademico saranno svolte tre ore settimanali articolate in una fase teorica che evidenzierà le metodologie dello storytelling (narrativo, manageriale, *digital* e transmediale).

Non sono previsti pre-requisiti per subentrare alla materia poiché nel primo semestre si spiegano, in maniera completa, le parti basilari della materia, affrontando ogni argomento sotto l'aspetto teorico, sino a completare il ciclo didattico con prove pratiche (da eseguirsi in orari frontali ed extra-frontali).

Obiettivi formativi 1° modulo semestrale	
L'obiettivo è far comprendere le differenze tra narrazione transmediale e crossmediale. Verranno date delucidazioni sullo storytelling al fine di dare allo studente solide basi sul linguaggio e sulla struttura di una narrazione contestualizzata all'intrattenimento audiovisivo, editoriale e pubblicitario.	
Obiettivi formativi 2° modulo semestrale	
L'obiettivo è dare agli studenti le basi teorico tecniche per capire l'apporto professionale che v'è dietro a un processo creativo e narratologico. Comprendere a fondo gli elementi basilari per ideare, formulare ed elaborare una narrazione nell'editoria internauta e/o digitale (blog, sito web, storytelling management).	
Contenuti	Ore
Fase 1 - INTRODUZIONE ALLO STORYTELLING Cos'è lo storytelling; Lo scopo del corso accademico: gli obiettivi da raggiungere; Gli elementi chiave della creatività narrativa; Differenze tra la narrazione transmediale e crossmediale.	10
Fase 2 – LA STRUTTURA Capire la struttura narrativa; La differenza dei generi; Il contenuto del testo; Il messaggio; <i>Continuity</i> e atmosfera nel corpo narrativo.	10

<p>Fase 3 – LO STORYTELLING NARRATIVO Il conflitto umano; Le cinque W; I protagonisti e lo <i>story-concept</i>; Il paradigma narrativo; Il <i>foreshadowing</i>.</p>	10
<p>Fase 4 – LO STORYTELLING AUDIOVISIVO L'audiovisivo: cos'è e come si suddivide; Fase Letteraria di un audiovisivo destinato all'intrattenimento; Soggetto, scaletta e trattamento cinematografico; Le sceneggiature; Lo <i>storyboard</i>.</p>	10
<p>Fase 5 – LA SERIALITÀ NELLA NARRAZIONE Tra Cinema e Tv: le differenze tra <i>One-off</i> e <i>Ongoing Story Arc</i>; Differenza tra <i>Episodic storytelling</i> e <i>Horizontal Storytelling</i>; Il <i>target</i>; Il <i>Fandom</i>; Storytelling Transmediale.</p>	10
<p>Fase 6 – LA NARRAZIONE PUBBLICITARIA Cos'è lo <i>storyselling</i>; Dal produttore al consumatore odierno; La pubblicità come beneficio della società; Il piano di comunicazione; Narrazione e comunicazione <i>above</i> e <i>below the line</i>; Il piano di comunicazione.</p>	10
Totale ore di lezione frontale	60

Bibliografia

Testi obbligatori

“Mass Media Storytelling” di Marco Paracchini, (KDP, 2019).

Testi di consultazione e approfondimento

“Story” di Robert McKee, Omero Edizioni.

Testo su di un genere cinematografico a scelta dello studente, in linea col programma.

Siti internet

Agli studenti sono stati suggeriti programmi audiovisivi seriali presenti sulla piattaforma Netflix.

Criteri di attribuzione dei crediti

L'attribuzione dei crediti formativi, saranno calcolate sulle ore frontali degli allievi e soprattutto sui lavori di ricerca e di tecnica, affrontate nelle ore extra-scolastiche.

Inoltre, a integrazione del suddetto calcolo, il sottoscritto si riserva di ampliare il discorso operativo, per far comprendere al meglio la teoria e le tecniche spiegate nelle ore frontali, proponendo ai ragazzi stage esterni e/o visite guidate.

Produzione artistica e attività di ricerca

Progetti didattici 'speciali':

Un personaggio fictional che possa avere una struttura transmediale e crossmediale (primo modulo).

Progetto del primo semestre implementato con proposta visiva e contenutistica (secondo modulo).

Attività di ricerca proposta:

FIRMA DOCENTE

Mod. AC 8512