

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
LINGUAGGI MULTIMEDIALI: STORYTELLING TRANSMEDIALE	Marco PARACCHINI	6

#### **OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►**

L'obiettivo formativo è far comprendere i molteplici linguaggi utilizzati nell'ambito dell'entertainment e dell'edutainment. Vengono date delucidazioni su diverse tipologie di storytelling affinché lo studente abbia solide basi sulla struttura narrativa, editoriale e pubblicitario. Dietro a un processo creativo e narratologico si muovono persone e aziende: chi fa cosa? Le lezioni frontali faranno apprendere le fondamenta che stanno alla base di ogni idea affinché si possa formulare ed elaborare una narrazione nell'editoria internauta e/o digitale (blog, sito web, storytelling management) e in ogni altro ambito professionale legato ai media tradizionali e di ultima generazione.

#### **APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►**

Il percorso didattico è studiato e strutturato affinché ogni studente possa avere un'ampia conoscenza sulle molteplici forme di linguaggi multimediali, dalla teoria alla pratica. Capire non solo le differenze tra i media, ma anche i linguaggi e le nomenclature utilizzate nel mondo della comunicazione e del marketing. Dall'ipertesto al brand-journalism, dalle campagne sociali alla narrazione episodica, dal romanzo al cinema, gli studenti comprenderanno le tappe storiche fondamentali nonché gli step di produzione necessari per approcciarsi al mondo professionale dello storytelling.

#### **PREREQUISITI RICHIESTI ►**

Nessun prerequisito richiesto.

#### **CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►**

Durante il percorso didattico teorico si vanno a toccare tutte le tematiche relative al mondo della comunicazione e dello storytelling a cui segue una fase laboratoriale di scrittura e redazione testi per capire se sono stati appresi i concetti. Tutto il contenuto didattico offre l'opportunità di capire come realizzare un piano editoriale di comunicazione per ogni media tradizionale e di ultima generazione.

#### **ARGOMENTI ►**

Le basi della comunicazione  
La campagna pubblicitaria dedicata al sociale  
Storytelling narrativo  
I paradigmi narrativi  
Storytelling audiovisivo  
Storytelling seriale

Storytelling politico

Storytelling management

Brand Journalism

Brand identity nel fashion business

#### **METODI DIDATTICI ►**

Il metodo didattico, implementato e modificato nel corso della pandemia, offre agli studenti l'opportunità di avere una chiara visione dei contenuti teorici attraverso apposite slide che vengono illustrate durante le ore frontali. Vengono inoltre fatti vedere numerosi esempi legati allo storytelling a seconda del medium utilizzato. Oltre alla fase teorica ci sono alcune fasi laboratoriali relative ai paradigmi narrativi e alla trasmutazione tra editoria e linguaggio audiovisivo.

#### **BIBLIOGRAFIA ►**

Nessun testo obbligatorio, ma titoli suggeriti:

“Storytelling, raccontare una storia”

“La fabbrica delle storie”

“Storie che incantano, il lato narrativo”

#### **CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEI CREDITI ►**

L'attribuzione dei crediti formativi viene calcolata sui lavori di ricerca affrontate nelle ore extra-scolastiche, ma anche sull'interazione durante le ore frontali. Infine, all'esame, lo studente dovrà presentare un progetto originale e individuale che sia testimonianza dell'effettiva comprensione della materia.