



Università
per Stranieri
di Perugia

LABORATORIO

Laurea Magistrale: **Comunicazione pubblicitaria, storytelling e cultura d'Immagine (Compsi)**

Laboratorio: **Scrittura creativa e storytelling**

Anno di corso: **I**

Semestre: **II**

Docente: **Toni Marino**

CFU: **3**

Carico di lavoro globale: **75 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **20 ore di lezione e 55 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **Italiano**

Anno Accademico 2017-2018

PREREQUISITI

È necessario avere abilità di scrittura in italiano di livello madrelingua o C1/C2 nel caso di studenti che hanno acquisito l'italiano come L2.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio ha come obiettivi: (a) l'apprendimento di tecniche di scrittura creativa utili alla realizzazione di storyworld e fiction di tipo verbale; (b) l'apprendimento di tecniche di scrittura creativa esplicitamente riferite alla comunicazione pubblicitaria e al lavoro del copywriter; (c) l'acquisizione di abilità comunicative per mezzo di scrittura narrativa, attraverso la realizzazione del progetto di scrittura creativa: "Esercizi di scrittura creativa. Comunicazione e storytelling management".

CONTENUTO DEL CORSO

Il laboratorio è diviso in due parti che rispettivamente approfondiscono:

(Parte I) le tecniche di scrittura creativa per la realizzazione di fiction verbale relative alle seguenti nozioni: storia e fonti narrative; progetto narrativo; incipit; ritmo e mode musicali; intrecci e piani narrativi; stimolazione di campi ciechi; suspense; finali; riscritture.

(Parte II) le tecniche di scrittura creativa per la realizzazione delle componenti verbali della comunicazione pubblicitaria (bodycopy, slogan, headline, racconti pubblicitari, product e plot placement) relative alle nozioni di: content analysis e mode narrative circolanti; lessico e customization; mode settoriali, adeguamenti e innovazione; combinazione visivo-verbale; passioni e componenti emotive; shock narrativi; sintesi narrativa.

METODI DIDATTICI

Per studenti frequentanti

Il laboratorio utilizza una metodologia didattica *learning by doing* che prevede l'apprendimento delle tecniche di scrittura creativa e di storytelling d'impresa a partire (i) dalla discussione di brani di fiction narrativa e di storytelling pubblicitario, (ii) dalla risoluzione di esercizi pratici di storytelling verbale, (iii) dalla realizzazione di un progetto di scrittura creativa da svolgere progressivamente in aula e parallelamente alle lezioni frontali nelle ore di studio individuale, e da discutere in aula.

Il progetto denominato "Esercizi di scrittura creativa: storytelling management" consiste nella redazione di un manuale di scrittura creativa dedicato allo storytelling d'impresa, strutturato in nozioni sull'abilità di

scrittura, brevemente presentate e corredata da esercizi pratici che prevedono la progettazione di singole porzioni di storytelling verbale. Per ogni esercizio presentato al laboratorio saranno scelte le soluzioni creative proposte dagli studenti che meglio soddisfano le esigenze di storytelling e saranno pubblicate nel manuale.

Tutte le tracce degli esercizi di scrittura creativa saranno reperibili sul sito webclass.unistrapg.it

Per studenti non frequentanti

Studio individuale dei manuali di scrittura creativa indicati nel programma del corso e risoluzione degli esercizi di scrittura pubblicati sul sito webclass.unistrapg.it per mezzo di schede predisposte dal docente. Le schede dovranno essere compilate e consegnate al docente il giorno del colloquio.

METODI DI ACCERTAMENTO

Per studenti frequentanti

La verifica delle abilità di scrittura avviene durante il laboratorio con la correzione e discussione delle proposte di storytelling verbale elaborate dagli studenti per la soluzione degli esercizi di scrittura. La verifica terrà conto in modo particolare dei seguenti indicatori:

- Autonomia di giudizio nella scelta degli argomenti narrativi;
- Abilità comunicativa relativa all'attività di ricerca e selezione del lessico customizzato;
- Abilità di costruzione narrativa polisensoriale e transazionale (con particolare riferimento alla capacità di costruire nessi narrativi che tengano in considerazione le interazioni intersoggettive di tipo patemico in opposizione alle attività intersoggettive connesse con i ruoli sociali).

Per studenti non frequentanti

Test scritto e colloquio

Il test (durata 1 ora) consiste in domande a risposta multipla e aperte relative ai manuali indicati come testi di riferimento. Il test è volto ad accertare la corretta acquisizione delle principali tecniche di scrittura creativa.

Il colloquio consiste nella discussione delle soluzioni agli esercizi di scrittura pubblicati in webclass. Il colloquio è volto a verificare l'acquisizione delle abilità comunicative per mezzo di scrittura narrativa.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per studenti frequentanti:

- A. Crompton, *Il mestiere del copywriter*, Milano, Lupetti, 1997.

Per studenti non frequentanti:

- Gotham Writers' Workshop, *Lezioni di scrittura creativa*, Roma, Dino Audino, 2010 [adatto a chi possiede un livello di conoscenza delle tecniche di scrittura creativa da principiante], oppure J. Page Morrell, *Master di scrittura creativa*, Roma, Dino Audino, 2007 [adatto a chi possiede un livello di conoscenza delle tecniche di scrittura creativa medio/avanzato].
- A. Crompton, *Il mestiere del copywriter*, Milano, Lupetti, 1997.

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- R. Carver, *Il mestiere di scrivere*, Torino, Einaudi, 2015.
- W. S. Burroughs, *La scrittura creativa*, Milano, Sugarco, Stampa, 1981.
- I. Calvino, *Lezioni americane*, Milano, Mondadori, 1993.

ALTRE INFORMAZIONI

E-mail del docente: toni.marino@unistrapg.it