

PROGRAMMA DEL CORSO DI NARRATOLOGIA E STORYTELLING

SETTORE SCIENTIFICO

L-FIL-LET/14

CFU

12

OBIETTIVI

Il corso intende esplorare le teorie fondanti della narratologia moderna e contemporanea, le loro implicazioni socio-culturali e le conseguenti applicazioni utili al processo di analisi di un testo creativo, inizialmente considerato solo nella sua dimensione letteraria e poi esteso fino ai confini della comunicazione audiovisiva e del web.

Dalla pagina allo schermo, dalla sequenza cinematografica alla serialità televisiva, dalla dimensione acustica al regno del digitale e della virtualità: durante il corso verranno identificati gli strumenti metodologici, le strutture minime, i codici narrativi ed estetici utili a decostruire e interpretare testi, oggetti e messaggi, giungendo all'individuazione e definizione delle forme narratologiche e delle prospettive di uno storytelling contemporaneo che interpreta l'audiovisivo nella sua funzione artistica, culturale, sociale, ludica e produttivo-commerciale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- **Conoscenza e capacità di comprensione:** L'insegnamento fornirà agli studenti un solido bagaglio di competenze teorico-analitiche relative sia alle principali direttrici della narratologia e dello storytelling, che alle dinamiche artistiche e di mercato dell'industria dello spettacolo, tra prospettive autoriali, tendenze produttive classiche e crossmedialità.
- **Capacità di applicare conoscenza e comprensione:** Nel corso saranno esposti numerosi casi applicativi che permetteranno allo studente di comprendere le direttrici dello studio teorico effettuato, interiorizzando gli strumenti di indagine necessari a chi si confronta con l'interpretazione di un oggetto creativo. In particolare, ci si avvarrà di esempi di analisi del testo letterario, filmico, seriale e digitale, sia in prospettiva storica che in un'ottica più contemporanea.
- **Autonomia e giudizio:** Il solido bagaglio teorico e gli esempi presentati durante il corso permetteranno agli studenti di acquisire consapevolezza, autonomia analitica e padronanza di teorie e linguaggi tecnici, in modo da potersi dedicare professionalmente allo studio delle narrazioni letterarie e audiovisuali, dello storytelling e dell'engagement spettatoriale in funzione artistico-produttiva e di mercato.
- **Abilità comunicative:** Lo studente sarà messo in grado di acquisire un linguaggio scientifico appropriato con una terminologia specialistica.

- **Capacità di apprendimento:** Test di autovalutazione, dispense puntuali sulle singole lezioni del corso, esempi e riferimenti garantiranno un'attiva comprensione degli argomenti trattati. Altri strumenti didattici integrativi online, quali documenti, articoli di riviste e link a siti e social network, permetteranno di migliorare e sviluppare la capacità di apprendimento.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Lo studente per superare l'esame può scegliere di fare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta presso tutte le sedi in Italia, ivi compresa Roma. Per potere effettuare la prenotazione di esame lo studente deve avere seguito almeno l'80% delle videolezioni. Nel corso dell'anno sono previste almeno 4 sezioni di esame in ciascuna sede, secondo un calendario reso noto all'inizio dell'anno accademico. Le domande di esame, siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a:

- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande specifiche relative alla digitalizzazione dei media e alla rete Internet;
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione con domande che consentano di trattare singoli media o contenuti;
- Autonomia di giudizio mediante domande che presuppongono la valutazione autonoma in ordine alle scelte da compiere e alle soluzioni da proporre.

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti: L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE)

- 72 Videolezioni + 72 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 72 ore

Attività di didattica interattiva (DI)

- Partecipazione a web conference
- Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- Svolgimento della simulazione del test finale Totale : 12ore
- Attività di autoapprendimento: 216 ore per lo studio individuale

Testi del corso:

- C. Segre, Avviamento all'analisi del testo letterario, Einaudi, Torino 1999
- Ambrosini, Cardone, Cuccu, Introduzione al linguaggio del film, Carocci Editore, Roma 2010
- G. Pescatore, Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie TV, Carocci Editore, Roma 2018
- Dispense a cura del docente

PROGRAMMA DIDATTICO

- 1. Presentazione e struttura del corso

- 2. Principi generali della comunicazione letteraria
- 3. Variazioni di persona, voce e punto di vista
- 4. Le forme del testo e del testo letterario
- 5. Questione di struttura
- 6. L'espressione del testo
- 7. Avantesto e intertestualità
- 8. L'importanza del contenuto
- 9. Fabula, intreccio e le funzioni della narrazione
- 10. Lo schema di Propp e "La morfologia della fiaba"
- 11. La nascita della narratologia
- 12. Strutture e sentieri del testo: Todorov, Eco e Chatman
- 13. Testo, discorso, finzione e realtà: verso il visuale
- 14. Christopher Vogler e "il viaggio dell'eroe"
- 15. Christopher Booker "The seven basic plots"
- 16. Centralità degli archetipi per la costruzione di storie
- 17. Gli archetipi alla base dei racconti identitari
- 18. Il film tra storia e testo
- 19. L'evoluzione storica dell'analisi filmica
- 20. Elementi di analisi del testo filmico
- 21. Il profilmico
- 22. Il filmico
- 23. L'inquadratura come scrittura del visibile
- 24. Il suono
- 25. Il montaggio - découpage classico
- 26. Dal montaggio-re al montaggio moderno
- 27. Il tempo del racconto - Il tempo nel racconto
- 28. Enunciatore e spettatore tra identificazione e polarizzazione dello sguardo
- 29. Il personaggio come soggetto e le modalità della sua narrazione
- 30. Azioni e avvenimenti nel testo filmico
- 31. La narrazione classica
- 32. La narrazione moderna
- 33. La narrazione nei generi cinematografici: il western
- 34. La narrazione nei generi cinematografici: la commedia
- 35. La narrazione nei generi cinematografici: il melodramma
- 36. La narrazione nei generi cinematografici: il noir
- 37. La narrazione nei generi cinematografici: l'horror
- 38. La narrazione nei generi cinematografici: il musical
- 39. La narrazione nei generi cinematografici: il documentario
- 40. Il cinema digitale
- 41. Un nuovo strumento di narrativa popolare: la televisione
- 42. I linguaggi della televisione
- 43. Format e narrazioni televisive
- 44. La televisione tra contenitore e infotainment
- 45. La narrazione del Reality
- 46. Per una storia della fiction e della serialità
- 47. La serialità televisiva come nuova frontiera narrativa
- 48. Twin Peaks e l'anno zero della serialità contemporanea
- 49. Lo stile HBO
- 50. La serialità pay: il modello Sky
- 51. Il fenomeno della narrazione criminale all'italiana in tv

- 52. Dalla tv di palinsesto al switch off
- 53. La tv del web: il mercato dei nuovi narratori digitali
- 54. Il caso Netflix: le origini
- 55. Gli effetti di Netflix sul mercato televisivo e sulla filiera cinematografica
- 56. Lo storytelling di Netflix nel sistema Italia
- 57. Il genere come strategia di successo, tra Netflix ed HBO
- 58. L'interazione con il fandom e "l'effetto nostalgia" in Netflix
- 59. La coralità nello sviluppo della narrazione e dei personaggi
- 60. La narrazione visuale brandizzata Amazon
- 61. La Quality TV di Amazon
- 62. Amazon e l'arma del Pilot nel contesto internazionale e italiano
- 63. Il linguaggio del suono
- 64. Modelli di narrazione radiofonica
- 65. La scrittura in radio
- 66. La parola in radio
- 67. Il narratore radiofonico
- 68. La narrazione musicale in radio
- 69. La radio nel web: il podcasting
- 70. Storytelling transmediale
- 71. Il viaggio dell'eroe nel gaming: il caso Pokémon Go
- 72. Conclusioni