

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 1-2

Il corso sarà incentrato sullo studio del processo di ideazione e progettazione dei prodotti audiovisivi, fornendo allo studente gli strumenti per comprenderne e analizzarne le diverse tipologie, e metterlo nelle condizioni di poter progettare in prima persona un prodotto originale.

Lo studente scoprirà tutte le fasi che regolano una produzione multimediale in generale, le differenze che intercorrono nel progettare diversi prodotti audiovisivi, dalla progettazione per la fiction a quella per l'advertising.

Il corso sarà articolato in due fasi che prevedono entrambe due diversi momenti:

- **uno teorico-analitico** che permetta allo studente di saper riconoscere le strategie, i mezzi e gli strumenti messi in atto in opere compiute.
- **un altro laboratoriale** che permetta allo studente, attraverso esercitazioni, di mettere in pratica un metodo progettuale coerente alle nozioni apprese.

Oltre al materiale testuale di supporto ci si avvarrà della visione di prodotti audiovisivi da analizzare durante le lezioni.

Contemporaneamente verranno svolte esercitazioni pratiche, individuali e di gruppo, con relative revisioni propedeutiche all'esame finale.

FASE I

La prima fase affronterà i concetti chiave di un approccio narrativo alla progettazione audiovisiva:

- Approccio narrativo e non narrativo allo sviluppo di un prodotto audiovisivo.
- La struttura di una storia.
- IO iniziale e Nuovo IO
- Mondo ordinario e mondo stra-ordinario
- Archetipi e personaggi.
- Il viaggio dell'eroe e le tappe narrative.

Elaborato 1 (individuale):

Al termine della prima fase ogni studente, partendo dalle basi teoriche apprese, dovrà redigere una relazione scritta, analizzando la struttura narrativa di due opere audiovisive a scelta a partire da una selezione proposta dal docente.

(Il documento da presentare, entro i termini che verranno stabiliti, sarà un documento digitale contenente la relazione.)

FASE II

La seconda fase scenderà nel dettaglio delle diverse tipologie di scrittura per il cinema e per l'advertising:

La scrittura per il cinema:

Soggetto e trattamento

Tipi di sceneggiatura

Decoupage e storyboard

La scrittura per l'advertising:

Brief e insight

Brainstorming e concept
Script e trattamento
Animatic e rubamatic

Al termine della seconda fase lo studente svolgerà due ulteriori esercitazioni.

Elaborato 2 (individuale):

Verrà progettato uno spot video a partire da una serie di brief forniti dal docente, con l'ideazione e lo sviluppo di:

- Ricerca e insight
- Concept e Script
- Trattamento
- Moodboard Casting
- Moodboard Location
- Storyboard
- Animatic / Rubamatic (*obbligatorio per corsi audio video e multimedia*)

(Il materiale da presentare, entro i termini che verranno stabiliti, sarà un documento digitale contenente: ricerca e insight, concept e script, trattamento, moodboard casting e location, storyboard. Inoltre dovrà essere presentato un video animatic/rubatic per i corsi di Audio Video e Multimedia)

Elaborato 3 (individuale o in gruppo di max 5 persone):

Ogni studente progetterà un cortometraggio, dalla durata compresa tra i 5 e i 15 minuti, attraverso ideazione e sviluppo di:

- Soggetto
- Sceneggiatura
- Decoupage tecnico
- Trattamento
- Moodboard Cast e Location
- Reference Props

(Il documento da presentare, entro i termini che verranno stabiliti, sarà un documento digitale contenente: soggetto, trattamento, sceneggiatura, decoupage tecnico, moodboard casting e location)

Le esercitazioni previste durante il corso sono propedeutiche allo svolgimento dell'esame. L'esame terrà conto, al fine della valutazione, di tutte e tre le esercitazioni.

Bibliografia:

Il Viaggio dell'Eroe, Christopher Vogler (Dino Audino editore)

Story, Robert McKee (Omero)

L'ABC del linguaggio cinematografico, Arcangelo Mazzoleni (Dino Audino editore)