COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM (LM78R)

(Università degli Studi)

Teaching DIGITAL STORYTELLING LAB

GenCod A008649

Owner professor ELEONORA TRICARICO

Teaching in italian LABORATORIO DI DIGITAL STORYTELLING

Teaching DIGITAL STORYTELLING LAB

SSD code NN

Reference course COMMUNICATION, DIGITAL MEDIA, JOURNALISM

Course type Laurea Magistrale

Credits 3.0

Teaching hours Front activity hours: 30.0

For enrolled in 2026/2027

Taught in 2026/2027

Course year 1

Language ITALIAN

Curriculum MEDIA DIGITALI ED EDITORIA

Location

Semester First Semester

Exam type Oral

Assessment Final grade

Open **Course timetable**

BRIEF COURSE DESCRIPTION

Il corso si propone di esplorare il potere delle storie e il loro ruolo nelle piattaforme digitali, analizzando come la narrazione contribuisca a costruire identità, comunità e valore. Attraverso casi studio, esercitazioni e analisi testuali, gli studenti apprenderanno tecniche e strategie per progettare e gestire racconti efficaci nel contesto contemporaneo, dal racconto personale alle narrazioni istituzionali e di marca. Saranno affrontati temi legati all'etica del racconto, ai modelli narrativi universali, alla scrittura breve per i social media e alla transmedialità, fino alle più recenti forme di storytelling generativo e immersivo.

REQUIREMENTS

Conoscenza base del digital marketing

COURSE AIMS

1. Conoscenza e capacità di comprensione

Lo studente acquisirà conoscenze relative ai principi dello storytelling, ai principali modelli narrativi e alle specificità della comunicazione digitale e crossmediale. Sarà inoltre in grado di comprendere il ruolo delle narrazioni nella costruzione delle identità personali, di marca e istituzionali, riconoscendo linguaggi, formati e dinamiche proprie dei diversi contesti digitali.

2. Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Lo studente sarà in grado di applicare modelli e tecniche di storytelling alla progettazione di contenuti digitali, individuando obiettivi, pubblici, linguaggi, canali e formati adeguati. Attraverso esercitazioni e casi studio, svilupperà competenze nella scrittura e nella costruzione di narrazioni coerenti e adattabili a differenti piattaforme.

3. Autonomia di giudizio

Lo studente svilupperà la capacità di analizzare criticamente strategie e contenuti narrativi, valutandone coerenza, efficacia e adeguatezza rispetto agli obiettivi comunicativi e ai pubblici di riferimento. Particolare attenzione sarà dedicata alle implicazioni etiche della comunicazione digitale e alla responsabilità nella produzione e diffusione dei contenuti.

4. Abilità comunicative

Lo studente acquisirà la capacità di elaborare e presentare contenuti narrativi chiari, coerenti e adeguati ai diversi contesti digitali, modulando tono di voce, linguaggio e struttura in relazione al pubblico, al mezzo utilizzato e agli obiettivi della comunicazione.

5. Capacità di apprendimento

Lo studente svilupperà strumenti metodologici utili ad aggiornare autonomamente le proprie competenze, interpretare l'evoluzione dei linguaggi e delle piattaforme digitali e sperimentare nuovi formati e modalità narrative, integrando analisi critica, progettazione e pratica.

TEACHING METHODOLOGY

Le lezioni si terranno in modalità frontale e includeranno momenti di esercitazione pratica in aula. A discrezione del docente, potranno essere proposti lavori individuali e/o di gruppo, i cui esiti potranno contribuire alla valutazione finale. Il corso potrà inoltre ospitare interventi di professionisti ed esperti del settore, invitati per approfondire temi specifici legati al digital storytelling e ai linguaggi della narrazione contemporanea. La frequenza delle lezioni e la partecipazione alle attività proposte durante il corso rappresentano una parte rilevante del percorso didattico. Gli studenti frequentanti avranno modo di sviluppare progressivamente, attraverso esercitazioni, confronti e attività svolte in aula, una parte significativa dei contenuti oggetto della valutazione finale. La prova d'esame terrà pertanto conto del lavoro svolto durante il corso e del percorso maturato nel corso delle lezioni.

ASSESSMENT TYPE

Orale. Gli elaborati e le attività realizzate dagli studenti nel corso delle lezioni contribuiranno alla definizione della valutazione finale.

ASSESSMENT SESSIONS

19 gennaio– ore 9
2 febbraio– ore 9
16 febbraio – ore 9
30 marzo – ore 9.30*
8 giugno – ore 9
22 giugno – ore 9
6 luglio – ore 9
2 settembre – ore 9
5 novembre – ore 9

FULL SYLLABUS

- Il potere delle storie. La narrazione offline che diventa online
- Lo storytelling di prodotto e l'emozione come leva identitaria del racconto
- Digital storytelling e fallimento narrativo: etica, tono e coerenza
- La struttura delle storie: modelli narrativi e archetipi universali
- Lo storytelling politico e istituzionale
- Lo storytelling territoriale
- Lo storytelling culturale
- Personal storytelling
- Social storytelling: piattaforme, formati e comunità
- Micro-narrazioni e contenuti effimeri: la scrittura per il tempo breve
- Transmedia storytelling: un racconto, molte piattaforme
- Il post-storytelling: dal racconto all'esperienza immersiva
- Ecologia narrativa e scrittura generativa
- Restituzione progetti, revisione e confronto

REFERENCE TEXT BOOKS

Per i frequentanti: dispense della docente
Materiali didattici e casi studio forniti durante il corso a cura della docente.
Per i non frequentanti: **Chris Vogler**, *Il viaggio dell'eroe. La struttura del mito ad uso di scrittori di narrativa e di cinema*, trad. di J. Loreti, Lindau, Torino, 2010.