

Giovanna Dieli Crimi

**SCRITTURA
TECNOLOGIA E MEDIA**

DAL CINEMA AL FUMETTO ALLA PUBBLICITÀ

*Ai miei genitori e a mio fratello,
certezza ed energia
nella mia vita.*

INDICE

Introduzione	7
La nuova tecnologia per la scrittura	9
Una recente rivoluzione	11
Dalla penna alla macchina da scrivere	13
C'era una volta la penna... e la carta	13
Un'invenzione fondamentale	15
La videoscrittura	17
I vantaggi offerti da un word processor	17
"Taglia e incolla" e formattazione del testo	19
I messaggi del telefonino	23
La "grammatica" degli SMS	23
Alcune tecniche di abbreviazione	25
Le emoticons	29
Scrivere una lettera con l'e-mail	31
Il piacere ritrovato di scrivere una lettera	31
Le caratteristiche dell'e-mail	33
Tenere un diario sul blog	35
Che cos'è un blog	35
Laboratorio di scrittura	37
Scrivere per il cinema	49
La scintilla narrativa	51
Dall'intuizione su carta al film	51
Lo sviluppo di un'idea semplice	53
Prefigurare il film: scrivere un buon soggetto	57
Il primo abbozzo della trama di un film	57
Caratteri principali della scrittura di un soggetto	59

La scrittura del film	61
Il trattamento	61
La sceneggiatura	63
La "sceneggiatura all'italiana"	65
I personaggi e i loro dialoghi	71
La costruzione del profilo dei personaggi	71
L'importanza del dialogo	73
La scelta del punto di vista	75
Cos'è il punto di vista	75
Posizioni e movimenti della macchina da presa	79
Riprese in <i>sogettiva</i> e in <i>oggettiva</i>	83
Riscrivere il film: l'arte del montaggio	85
In cosa consiste il montaggio	85
Tipologie di montaggio	87
Laboratorio di scrittura	89

Scrivere per il fumetto 97

Storie a strisce	99
Origine del genere e somiglianze con il cinema	99
Immagini che raccontano	101
Le vignette	101
Una notevole varietà di formati	105
Due tipi di vignette	107
"Mettere in tavola": disposizione delle vignette	109
Le celebri strisce	109
L'organizzazione in "tavole"	111
La testa tra le "nuvole": scrivere una storia a fumetti	115
Passare da un mezzo espressivo a un altro	115
Personaggi simbolo	117
La descrizione dei personaggi	121
Esempio di sceneggiatura fumettistica	123
<i>Storyboard</i> e realizzazione grafica definitiva	125
Parole nei <i>baloon</i> : il linguaggio del fumetto	127
La mitica "nuvoletta"	127
Assoluta prevalenza della componente grafica	129
Laboratorio di scrittura	131

Scrivere per la pubblicità	139
Il mercato e la penna	141
Persuadere con le parole	141
Pubblicità: i principi dell'arte	143
Origine del termine e breve excursus storico	143
La cassetta degli attrezzi del <i>copy</i>	147
Regole di base e alchimia di elementi	147
Analizziamo un annuncio pubblicitario reale	149
Il linguaggio della pubblicità	151
L'importanza dell'elemento verbale	151
Quattro filosofie pubblicitarie	157
Innanzitutto ingegno e originalità	157
Pubblicità referenziale	159
Pubblicità obliqua	161
Pubblicità mitica	163
Pubblicità sostanziale	165
Laboratorio di scrittura	167
Bibliografia	179