



PCTO MYOS
STORIE E RACCONTI PER LE SERIE TV

EDIZIONE 2021

Non la solita storia d'amore

MATERIALE DIDATTICO

Docenti

Anna Ambrosino
Fabrizio Costantini
Diletta Dan
Milo Tisone

| | |
|---|-----------|
| INTRODUZIONE | 2 |
| “NON LA SOLITA STORIA D’AMORE” | 3 |
| IL PITCH | 5 |
| I PERSONAGGI | 7 |
| La vita attraverso la fiction..... | 7 |
| Chi è?..... | 7 |
| L’arco di trasformazione | 8 |
| Il conflitto..... | 8 |
| La funzione drammaturgica | 9 |
| Il protagonista..... | 9 |
| Il mentore | 10 |
| L’alleato | 10 |
| Antagonista..... | 11 |
| La rete dei personaggi | 12 |
| IL SOGGETTO | 13 |
| La struttura della sceneggiatura..... | 13 |
| Come si scrive un soggetto..... | 17 |
| DALLA PAROLA ALLO SCHERMO - <u>Producibilità di un’opera audiovisiva</u> | 19 |
| Il Produttore..... | 19 |
| Producibilità | 19 |
| Originalità e qualità..... | 20 |
| Ambientazioni e valorizzazione del territorio italiano | 21 |
| E dopo il “dove”... quando? | 22 |
| Target di riferimento: chi è il tuo pubblico? | 22 |
| I generi e la producibilità | 23 |
| IL TEMPLATE – Guida alla compilazione | 24 |
| I vostri dati e il titolo della storia | 24 |
| Il pitch | 25 |
| I personaggi..... | 25 |
| Il soggetto | 26 |
| Le caratteristiche peculiari | 27 |
| CONTATTI | 27 |

INTRODUZIONE

Quest'anno il progetto MYOS richiede agli studenti l'ideazione e la scrittura di **un episodio di serie televisiva**. Nel farlo invita tutti i partecipanti a una riflessione: come si vive l'amore nel contesto della Generazione Z?

Tuttavia, la domanda più importante è la seguente: cosa significa amore non convenzionale oggi, nell'epoca in cui molti tabù sono crollati e ci si dovrebbe sentire più liberi di vivere le relazioni e l'amore?

Questa edizione del progetto MYOS è volta alla creazione di una serie televisiva antologica, ossia una serie tv composta da puntate **autoconclusive** e **narrativamente slegate** l'una dall'altra, unite solo da un **unico filo rosso** che, per l'appunto, sarà "*non la solita storia d'amore*". Ad ognuno di voi sarà richiesto di scrivere soltanto un episodio della serie in modo che poi i progetti selezionati possano essere accorpati in un'unica stagione. Non dovete quindi inventare un'intera serie antologica, ma solo un episodio autoconclusivo che, se selezionato, andrà a comporla.

La tipologia seriale antologica è probabilmente meno nota al grande pubblico rispetto alla serie tv tradizionale, nonostante ciò gli esempi di serie antologiche di successo sono aumentate negli anni (*Love, death and robot - Black mirror* ecc..). È possibile pensare a una serie antologica come a un contenitore dove ogni episodio al suo interno racconta la declinazione di un tema unico. Antesignana di questo prototipo era la serie *Ai confini della realtà*, che raccontava in ogni puntata una storia inspiegabile e misteriosa sulla quale non era possibile trovare risposte razionali e che, appunto, restava ai confini della realtà.

Quest'anno il MYOS, pur richiedendo agli studenti la scrittura di una puntata televisiva, si vuole ispirare al *Decamerone* del Boccaccio che potrebbe essere, con qualche libertà, definita come una serie antologica letteraria, dove ogni novella racconta l'amore farsesco e libero. Nel *Decamerone*, ricco di storie d'amore non convenzionali, si alternano molti generi, dal drammatico al grottesco, con un'enorme varietà di personaggi e contesti. Sfruttando il medesimo schema del Boccaccio, tante storie al servizio di un unico filo rosso, il MYOS di quest'anno vuole comporre una serie antologica formata dai migliori episodi scritti dai ragazzi il cui argomento, in ogni puntata, deve essere incentrato su una storia d'amore non convenzionale.

“NON LA SOLITA STORIA D’AMORE”

Chiedere di pensare e scrivere un episodio incentrato su una storia d’amore potrebbe sembrare la più banale e retorica delle richieste. Tutti hanno parlato dell’amore in tutte le salse, dal cinema alla tv, dalle canzoni ai romanzi. Potrebbe pertanto sembrare complesso pensare e scrivere l’ennesima storia d’amore. Ma in questa edizione del MYOS non viene richiesta la scrittura dell’ennesima storia d’amore, ma il suo contrario.

A voi, ragazzi, chiediamo di pensare e scrivere una storia d’amore intessuta nel vostro contesto generazionale e, perché no, anche abitativo se volete - più il racconto è prossimo a voi, più le possibilità che sia forte e autentico aumentano.

L’amore ha tante forme, ma è sempre caratterizzato da un desiderio bruciante, quasi ossessivo. Noi vi lasciamo la massima libertà di creazione, ma vi mettiamo in guardia dallo scrivere un episodio strano a tutti i costi, la vera sfida sta nel raccontare ciò che non è convenzionale nella vita quotidiana. Guardatevi attorno, attingete dalle vostre esperienze, leggete la cronaca... il mondo è pieno di sentimenti che escono dalla norma. È fondamentale che il sentimento messo in scena sia convincente e possa essere veramente creduto amoroso. Se viene scelto il racconto dell’amore di un ragazzo per la sua moto solo perché raccontare l’amore per un oggetto può sembrare meno convenzionale, allora si sta commettendo un grave errore. Se si sceglie di raccontare un amore bisogna spiegarne le ragioni profonde, a maggior ragione se si tratta di una moto! Se ad esempio la moto apparteneva al padre scomparso del protagonista allora si inizia a dare una contestualizzazione emotiva più precisa. Perché gli oggetti sono oggetti finché le persone non li investono di significato e gli esseri umani, anche quando non appaiono, devono essere sempre presenti nelle storie! Siccome questa serie parlerà di esseri umani per esseri umani, noi vi consigliamo vivamente di stupirci all’interno di relazioni tra persone a prescindere dall’orientamento sessuale.

La non convenzionalità è da ricercare nell’unicità delle situazioni e dei rapporti, in contesti che siano in grado di sorprendere e di rendere le relazioni esplosive. È da ricercare in personaggi che abbiano caratterizzazioni uniche e ammalianti. La non convenzionalità è da trovare nell’essenza del racconto amoroso stesso, nell’inversione dei cliché, nello stravolgimento dei punti di vista, non solo nel *cosa* ma anche nel *come* (anche il modo in cui una storia viene raccontata può essere non convenzionale, ampliate i vostri orizzonti).

Storia d’amore significa storia romantica? Sì, ma anche no!

Volete raccontarci una ghost story amorosa di genere horror? Potete!

Volete raccontarci un giallo o un noir dove la ricerca del colpevole scorre parallelamente alla trama amorosa? Potete!

Volete raccontarci un urban-fantasy amoroso? (una storia fantasy ambientata in contesti urbani e normali - pensate ad esempio a *Teen Wolf* - e quindi potenzialmente producibile) Potete!

Volete raccontarci un sci-fi dove un ragazzo s'innamora di Siri o di una I.A.? Potete! (purché la fantascienza raccontabile sia sempre producibile e non eccessivamente costosa da mettere in scena).

L'amore può essere non convenzionale anche nel genere, e, allo stesso modo, nel tono: la vostra storia può essere comica, drammatica, dramedy, grottesca... La libertà è assoluta, purché non vi dimentichiate di porre al centro i sentimenti nella loro forza più intensa e coinvolgente. Entrare nel cuore dei vostri personaggi, innamoratevi con loro e ci innamoreremo anche noi!

IL PITCH

Il pitch è lo strumento più importante che ogni sceneggiatore deve imparare ad utilizzare. È un brevissimo riassunto, accattivante ed emozionante, che racchiude il cuore della vostra storia.

Un pitch verbale non dura più di **due o tre minuti** mentre uno scritto si aggira intorno alle **dieci righe**.

Immaginate il pitch come una versione verbale del **trailer** di una storia.

Può sembrare complicato ma in realtà ognuno di noi è già un pitchatore.

Vi è mai capitato di raccomandare ad un amico un film che avete visto?

Avete sicuramente provato a raccontarglielo nel modo più entusiasmante e intrigante possibile, dando solo le informazioni di base (chi è il protagonista, quale sfida deve affrontare, ecc.), e senza rivelare nulla riguardo al finale.

Siete riusciti nell'ardua missione di convincere il vostro amico a guardare il film?

Bene, allora siete sulla buona strada per diventare degli ottimi pitchatori!

Proprio come il trailer, il pitch è uno **strumento di vendita**.

Serve a far capire ad un produttore se la vostra storia è valida, accattivante e se potrebbe diventare un successo al botteghino.

Ma una buona storia da sola non basta, bisogna anche saperla “vendere” bene.

Quei due minuti che dedicate al vostro pitch rappresentano la differenza tra un film che verrà realizzato e uno che resterà un sogno nel cassetto.

Il nome pitch deriva dalla abbreviazione di *elevator pitch*, cioè **ascensore pitch**.

Perché è stato chiamato così?

Durante la Golden Age di Hollywood c'erano, proprio come succede ancora oggi, tanti sceneggiatori pieni di idee e pochi produttori abbastanza facoltosi da poter trasformare le loro sceneggiature in film. Riuscire ad ottenere un appuntamento con questi produttori era difficile, al limite dell'impossibile se non si era già affermati, e quindi molti sceneggiatori iniziarono ad adottare soluzioni estreme pur di ottenere due preziosi minuti con loro.

E sapete quando il produttore aveva sempre un po' di tempo libero?

Dentro l'ascensore che l'avrebbe portato in ufficio. I giovani sceneggiatori approfittavano di quel brevissimo tempo per fare colpo e per molti rappresentava un'occasione *one shot*. O la va' o la spacca.

Oggi non vi chiediamo di venderci la vostra storia infilandovi a forza dentro un ascensore, ma alla stesura del vostro pitch dovete dedicare tempo e cura. È la prima impressione che le persone hanno della vostra storia e anche se un libro non si giudica dalla copertina, beh... **una buona storia si giudica decisamente dal pitch!**

Nelle righe che dovete scrivere fate in modo che siano chiare **tre cose fondamentali**: chi è il protagonista, qual è il suo problema e che cosa gli stravolgerà la vita.

Il tono della storia (cupo, scherzoso, ironico etc) e il genere (dramma, thriller, fantasy etc) devono essere già chiari da queste pochissime righe, senza dichiararli esplicitamente.

Se per esempio volete scrivere una storia horror comica allora dovrete cercare di spaventare e far ridere il vostro lettore già dal pitch.

Un pitch è ben confezionato se raccontandolo riuscite a suscitare in chi vi legge o ascolta la domanda:

“E poi? Che succede dopo?”

Se siete riusciti a coinvolgerlo così tanto da volerne sapere di più allora ce l'avete fatta!

Ma prima di riuscire in questo risultato probabilmente dovrete fallire un paio di volte.

Scrivete, cancellate, provate a ripeterlo ad alta voce e raccontatelo agli altri.

Solo con l'esercizio si può imparare la difficile arte del perfetto pitch.

Un ultimo consiglio: **tenetevi il pitch come ultima cosa da scrivere**. Anche se è la prima sezione richiesta nel template dedicatevi prima ai personaggi e al soggetto.

Solo quando conoscerete benissimo questi elementi sarete pronti a scrivere il vostro pitch.

Ricordate: è il trailer della vostra storia. E di solito infatti i trailer si creano solo dopo aver finito il film, non prima!

I PERSONAGGI

La vita attraverso la fiction

Nell'antichità gli uomini si radunavano attorno al fuoco e si raccontavano delle storie. Da allora non siamo poi cambiati tanto, soltanto che oggi le grandi storie le raccontiamo attraverso uno schermo. Le teorie sul perché gli esseri umani siano sempre stati molto affascinati dalle storie sono innumerevoli ed è difficile fornire risposte certe. Una cosa però è chiara: la forza di una storia è determinata dal protagonista che la vive.

Perché certi personaggi ci interessano e ci affasciano? Perché proviamo amore o odio nei confronti di alcuni personaggi mentre altri ci lasciano del tutto indifferenti?

È una questione di **empatia**: qualcosa nel personaggio che seguiamo ci deve fare provare quel profondo sentimento che ci fa dire: "Io sono come lui" o "io vorrei essere come lui". E per far questo non è necessario che il personaggio conduca lo stesso tipo di vita dello spettatore, non serve neanche che il personaggio sia un essere umano. Per catturare l'attenzione dello spettatore bisogna fare in modo che questi possa - se non identificarsi - quantomeno immedesimarsi nel personaggio. Bisogna prendere lo spettatore per mano e condurlo lungo un viaggio in cui potrà assistere alle vicende del protagonista e alle scelte che dovrà compiere lungo il suo cammino.

Chi è?

In primo luogo i personaggi sono definiti da cosa vogliono, di conseguenza la prima cosa a cui serve pensare quando si sviluppa un personaggio è al suo **desiderio**: cosa vuole? La risposta a questa domanda è importante quanto quella sul perché nutre quel desiderio: la **motivazione** del protagonista.

Il papà che deve recuperare la bicicletta rubata che gli serve per lavorare e provvedere alla sua famiglia (*Ladri di Biciclette*) o la ragazza che vuole riconquistare il trono che è stato usurpato alla sua famiglia (*Il Trono di Spade*). Le arene in cui può muoversi un personaggio sono infinite, quel che conta è che i suoi desideri e le motivazioni che lo spingono ad agire siano chiare e comprensibili per il pubblico.

Per delineare un arco narrativo è necessario fin da subito stabilire quali sono quegli elementi che si frappongono fra il protagonista e il raggiungimento del suo desiderio. Il **need** è un bisogno del protagonista: è una necessità interiore e inconscia che il protagonista porta dentro di sé che lui deve realizzare e soddisfare per avere una vita migliore. Il **fatal flaw** - il difetto fatale - è il punto

cieco, il tallone d'Achille del protagonista. Se il protagonista non riuscirà a superare questo suo difetto finirà per “soccombere” e fallire. Un esempio ricorrente nella mitologia greca è l'*hybris*: l'orgoglio e l'arroganza che spinge gli eroi a ribellarsi contro l'ordine divino.

L'arco di trasformazione

Scrivete Lewis Carroll in *Alice nel Paese delle Meraviglie*: “È inutile tornare a ieri, perché ero una persona diversa”. È fondamentale che nel corso della storia il protagonista intraprenda un **arco di trasformazione**: la persona che sarà al termine del viaggio sarà diversa da quella che è partita. La storia non deve soltanto mettere alla prova il protagonista e rivelare chi è davvero; deve anche farlo cambiare - in meglio o in peggio - così da stabilire, in base al tema, il senso del racconto. Esistono protagonisti che non subiscono cambiamenti, che fin dal principio sono “perfetti” e completi, in quel caso sono loro stessi a influenzare il cambiamento nel mondo circostante. A noi però interessano protagonisti *giovani* che abbiano un percorso di crescita, o di decrescita, perché non tutti i cambiamenti sono dal male al bene, ma anche dal bene al male. Esempi di personaggi che hanno una trasformazione in positivo sono: Tony Stark in *Iron Man*, Sherlock Holmes in *Sherlock*. Esempi di personaggi che hanno una trasformazione in negativo sono: Arthur in *Joker*, Daenerys Targaryen in *Il Trono di Spade*.

Il conflitto

Il mondo in cui prende luogo la storia pullula di **conflitti**: gli ostacoli che si frappongono fra i vari personaggi e i loro rispettivi obiettivi. I conflitti sono di tre tipi:

1. **Interiore**: i problemi che il personaggio ha con il corpo, con la mente, con lo spirito e le emozioni;
2. **Relazionale**: i problemi relazionali che il personaggio ha con le persone vicine a lui. Familiari, amanti, amici;
3. **Esteriore**: problemi con le istituzioni, come lo stato, la polizia, l'ospedale, oppure con la natura e il mondo circostante.

Ciò che caratterizza un conflitto è che presto o tardi deve essere risolto. In un film, le varie tipologie di conflitto sono risolte nell'arco di due ore. In una serie i conflitti vengono risolti in decine, a volte centinaia di ore. Voi però andrete a scrivere un episodio autoconclusivo di una serie antologica e, pertanto, il conflitto principale della storia andrà risolto dentro l'arco del racconto.

Ecco tre esempi di conflitto, facendo riferimento alla storia che abbiamo inserito nel facsimile.

1. **Interiore:** Elia è insicuro riguardo al proprio corpo;
2. **Relazionale:** Elia è innamorato di Vanessa ma il suo amore non è corrisposto;
3. **Esteriore:** Elia ha problemi con la scuola come istituzione.

Il vantaggio dei conflitti relazionali ed esteriori rispetto a quelli interiori è che sono facilmente messi in mostra sullo schermo. In un romanzo è facile esternare i conflitti interiori del protagonista ma in una serie o in un film dovete farvi furbi e capire come mettere in scena questi conflitti in maniera visiva. Le storie migliori sono quelle in cui gli autori sono capaci di racchiudere in un personaggio dei conflitti di tutti e tre i livelli.

La funzione drammaturgica

La funzione drammaturgica è il “ruolo” che ricopre il vostro personaggio all’interno della storia. È il protagonista? Un aiutante? L’antagonista?

I teorici della narratologia e dell’analisi del film hanno individuato delle caratteristiche ricorrenti in ognuno di questi ruoli, che servono a costruire una coraltà di personaggi complessi e ben diversificati l’uno dall’altro.

Attenzione però! Le funzioni drammaturgiche non devono essere confuse con lo “screentime” o “tempo sullo schermo”. Esistono storie bellissime dove vediamo più spesso l’antagonista rispetto al protagonista, ma ciò non significa che questi debbano invertire la loro funzione. Il punto di vista sulla storia e la modalità di narrazione non hanno nulla a che fare con la costruzione dei personaggi.

Ricordate inoltre che la funzione drammaturgica serve per inquadrare i movimenti del personaggio, ma non è tutto. Raccontiamo esseri umani, persone che provano emozioni e sentimenti. Non esistono personaggi totalmente buoni o totalmente cattivi, proprio come non esistono persone fatte così.

Per costruire una storia forte tutti i personaggi devono avere un loro conflitto, desiderio e obiettivo.

Il protagonista

Lo scopo del protagonista è aprire una finestra sulla storia per gli spettatori. **I protagonisti hanno qualità con cui chiunque può identificarsi e che chiunque può riconoscere in se stesso.** Per questo motivo gli eroi dovrebbero avere qualità, emozioni e motivazioni universali. Ciò non significa che debbano essere necessariamente “buone qualità”: possiamo provare empatia anche

per un protagonista mosso da sentimenti negativi, come la vendetta o la rabbia, se queste sono giustificate a dovere nella narrazione. Il vostro protagonista non deve necessariamente essere simpatico, ma empatico. Anzi, un personaggio con una combinazione unica di impulsi contraddittori appare più realistico e umano.

Altra funzione del protagonista è **crescere e imparare**. Ciò che distingue veramente il protagonista dagli altri personaggi è proprio il cambiamento che avverrà in lui durante la vostra storia. Si chiama **“arco di trasformazione del personaggio”**: se il vostro protagonista inizialmente è un codardo, probabilmente le vicissitudini della storia lo porteranno a diventare più coraggioso. Dare un problema caratteriale al vostro protagonista è utile per fare vedere allo spettatore come gli eventi esterni della storia lo cambino anche dentro.

Infine il protagonista deve **agire e fare**. La sua volontà e desideri portano avanti la storia, soprattutto nei momenti cruciali. Anche i protagonisti più riluttanti e pigri prima o poi si trovano a faccia a faccia con l'antagonista e sono costretti a compiere delle scelte.

Il mentore

I mentori sono la figura positiva che aiuta o forma il protagonista e si manifesta in quei personaggi che gli insegnano qualcosa, lo proteggono o gli fanno doni. La funzione drammaturgica del mentore comprende principalmente **insegnare o preparare il protagonista alle sfide che lo attendono** e fornirgli le armi per combattere, sia fisiche sia psicologiche. Il mentore spesso è un personaggio che possiede maggiore esperienza rispetto al vostro protagonista, ecco perché spesso sono ruoli affidati a personaggi più anziani (come Silente o Gandalf). Tuttavia l'esperienza non deve essere considerata solo un fattore di età: il vostro mentore può essere anche il personaggio che aiuta il protagonista ad ambientarsi in una nuova scuola o che gli insegna i migliori trucchi per conquistare il suo oggetto del desiderio.

L'alleato

L'alleato può essere uno o un gruppo di persone che sostengono sia fisicamente che psicologicamente l'eroe. Il modo più semplice di pensare all'alleato è come il migliore amico, la spalla su cui piangere o lo scudo del vostro protagonista. Insomma, quel personaggio che resta sempre, nonostante tutti gli errori che commette il vostro protagonista. La sua funzione drammaturgica è quindi **dare sostegno**, sia al protagonista che ad altri personaggi. Esistono diverse tipologie di alleati: i cosiddetti *trickster*, cioè le spalle comiche, gli *shapeshifter*, alleati che in realtà sono fedeli solo a loro stessi quindi cambiano facilmente fazione, e perfino gli alleati dell'antagonista.

Antagonista

L'antagonista ha la funzione di **opporsi al protagonista**. Il conflitto con l'antagonista si genera principalmente in due modi: entrambi i personaggi vogliono la stessa cosa (quindi per esclusività) oppure l'antagonista vuole impedire al protagonista di ottenere qualcosa (per opposizione).

L'antagonismo può essere generato in tutte le tipologie di conflitto:

- **Interno:** il vero antagonista risiede dentro il protagonista stesso, è un blocco psicologico che deve essere rimosso oppure un lato oscuro che sta cercando di dominare con tutte le proprie forze;
- **Esterno:** l'antagonista è la società o un gruppo che rappresenta delle credenze opposte a quelle del protagonista (spesso rappresentati da un singolo leader che il protagonista deve arrivare a sconfiggere come vediamo in *Harry Potter*, *Hunger Games*, ecc.)
- **Relazione:** l'antagonista è un personaggio che si oppone emotivamente al protagonista. In questi casi spesso è rappresentato da un familiare, un rivale oppure dall'interesse amoroso stesso;
- **Naturale:** a volte il vero antagonista è la natura stessa, come nei disaster movie o nei film ambientati totalmente nella natura incontaminata, ma in questi casi è utile ricorrere a più forme di antagonismo per creare maggior conflitto all'interno della storia.

Potete scegliere le forme di antagonismo che si adattano meglio alla vostra storia ma il nostro consiglio è sempre quello di mescolare più tipi. Se per esempio il vostro protagonista ha un forte nemico interno è utile creare anche uno esterno/di relazione che lo costringa a tirare fuori il suo lato più oscuro.

Infine, una nozione importante sulla forza dell'antagonista. Su questo dettaglio dovete porre parecchia attenzione, perché è veramente vincolante e complesso da gestire. L'antagonista deve essere molto più forte del protagonista in modo da obbligarlo ad allenarsi e crescere ma al contempo non deve essere imbattibile.

Se il vostro pubblico capisce da subito che il protagonista non ha speranza alcuna di battere l'antagonista allora perderà interesse. Anche nella lotta tra il più figo della scuola e il peggior nerd del mondo deve esserci un barlume di speranza che ci porta a restare coinvolti nella storia e tifare per lui.

Se create antagonisti troppo forti vi ritroverete ad usare soluzioni improbabili (o peggio, i temutissimi *deus ex machina!*) mentre se il vostro antagonista è troppo debole allora non si crea conflitto e la storia diventa noiosa.

Diciamo che il raggiungimento dell'obiettivo del protagonista e la conseguente sconfitta dell'antagonista devono essere **quasi** impossibili. E quel "quasi" ci salva la pellaccia.

La rete dei personaggi

Per creare un protagonista non serve per forza descrivere l'aspetto fisico di un personaggio - se ha gli occhi azzurri, verdi o neri - a meno che quel tratto fisico non abbia una qualche rilevanza all'interno della storia. Es. Tyrion Lannister in *Il Trono di Spade* è un nano, e questo elemento caratterizza molto il suo personaggio e il suo rapporto con gli altri quindi non sprecate preziose righe con descrizioni poco inerenti con la storia.

IL SOGGETTO

Eccoci arrivati al momento che aspettate (o forse temete) di più.

Avete avuto un'idea brillante per declinare il tema e strutturato a dovere i personaggi, e adesso?

Beh è tempo di scrivere la vostra trama!

Questa sezione sarà divisa in due capitoli: come si struttura una storia e come si scrive un soggetto.

Nella prima affronteremo i principi indispensabili della drammaturgia che vi servono a creare una struttura forte e avvincente.

Non basta infatti avere una bella idea iniziale, bisogna anche saper portare avanti quell'idea per ben venticinque minuti senza annoiare il vostro pubblico. Non è un'impresa facile, ma vi forniremo degli utili strumenti che, se usati a dovere, vi renderanno dei narratori formidabili.

Tuttavia una struttura solida non basta a fare colpo. Anche la scrittura deve essere vivace e coinvolgente, in modo da tenere il lettore sempre con il fiato sospeso.

Nella seconda parte capiremo come raggiungere anche questo obiettivo.

La struttura della sceneggiatura



Ogni storia che abbiate mai letto, visto o raccontato è riconducibile alla stessa struttura narrativa: **i tre atti**.

Forse pensate che sia impossibile: i film, i libri, le serie, i fumetti e i videogiochi che avete fruito nella vostra vita sono così diversi tra loro, come possono avere in comune tutti la stessa struttura? Eppure pensate che il primo ad aver teorizzato la suddivisione in tre atti fu Aristotele, quando analizzò il dramma e l'epica nel suo trattato *La Poetica*.

Negli anni si sono succeduti molti teorici che hanno apportato modifiche sostanziali all'idea di base, arrivando alla forma che dovrete usare per la vostra storia.

I tre atti dividono la storia in tre parti: **inizio**, **svolgimento** e **fine**.

Il **Primo Atto** è l'inizio.

Questo è il momento per presentare la vita quotidiana del vostro personaggio. I primi momenti della storia sono fondamentali perché dovrete fare una sorta di promessa al pubblico dicendogli: "Ehi, ho inventato una bella storia e voglio convincerti ad ascoltare le mie idee per ben 25 minuti, ma ti prometto che li varrà tutti".

Per questo motivo in quei primi istanti deve esserci già racchiuso tutto: il genere, il tono, chi è il vostro protagonista e quali sono i problemi che affronterà nella storia. Il punto di partenza di un personaggio è importante tanto quanto quello d'arrivo, quindi riflettete bene su quale volete sia la prima immagine che resterà impressa nella mente dello spettatore.

Dopo aver fatto una presentazione della tranquilla vita del vostro protagonista è il momento di sconvolgerla. Ecco arrivare l'**Incidente Scatenante**.

L'incidente scatenante è un punto di non ritorno. Qualcosa di inaspettato accade nella vita del vostro protagonista che lo costringe a intraprendere un percorso di cambiamento e porsi un nuovo obiettivo di vita.

A seconda del genere che avete scelto l'incidente scatenante può essere più o meno evidente, ma deve sempre essere presente.

Un'alluvione distrugge la sua casa? Arriva un nuovo ragazzo a scuola di cui si innamora? I suoi genitori lo costringono a trasferirsi in una nuova città?

Decidetelo voi, ma tenete bene a mente una cosa: l'incidente scatenante porta sempre con sé una domanda che avrà risposta nel finale della storia.

Prendiamo gli esempi precedenti, dopo aver visto queste scene lo spettatore sarà spinto a domandarsi: riuscirà il protagonista a ricostruire la casa? Il ragazzo ricambierà il suo amore? Si ambienterà nella nuova città?

Queste domande dovranno necessariamente trovare risposta nel terzo atto.

Prima di lanciarsi nella nuova avventura il vostro protagonista potrebbe essere incerto e avere bisogno di aiuto, questo è il momento per far subentrare il **mentore**, il quale gli darà la spinta definitiva per lanciarsi nel secondo atto.

Il **Primo Turning Point** è il punto che segna il passaggio tra il primo e il secondo atto.

Il vostro protagonista è appena entrato nel nuovo mondo della storia e già gli si pone davanti una sfida.

Qui entrano in gioco le **forze antagoniste**, quei personaggi che farebbero di tutto pur di ostacolare il vostro protagonista. Iniziamo così a creare il conflitto principale della storia: se il vostro

personaggio pensava che sarebbe stato facile raggiungere il proprio obiettivo si sbaglia di grosso, qui ci sono forze molto più grandi di lui in gioco.

Negli esempi che abbiamo fatto prima potremmo pensare che: la sua famiglia non ha soldi per ricostruire la casa, il ragazzo ha già una fidanzata/o, la città dove si è trasferito è un piccolissimo borgo in mezzo al nulla.

Il **Secondo Atto** è lo svolgimento.

Qui il vostro protagonista affronta delle sfide gradualmente più difficili che lo porteranno a crescere e cambiare sempre di più, in modo da essere pronto per il confronto finale che avverrà nel Terzo Atto.

Questo è atto è il più lungo di tutti e occupa infatti metà della durata della vostra storia. Eppure descrivendolo sembra anche il più noioso, no? Perché gli viene dedicato così tanto tempo?

Beh la risposta è semplice: perché è proprio il processo graduale di crescita del protagonista, lo svolgersi del suo arco di trasformazione, che ci appaga quando lo vediamo combattere alla fine. È proprio perché abbiamo **empatizzato e tifato** per lui che ci sentiamo coinvolti sul finale.

Riprendiamo uno degli esempi che abbiamo fatto prima: il nostro protagonista arriva nella città sperduta in campagna ma dopo il primo giorno di scuola ha già un sacco di amici, ha risolto i suoi conflitti con i genitori e si è adattato alla nuova vita.

È molto insoddisfacente no? Gli spettatori vogliono prima vederlo restare solo a scuola, litigare con i genitori o provare a scappare di casa per tornare indietro.

Ecco perché il secondo atto è così lungo e importante. Qui si decide se lo spettatore empatizzerà o meno con il protagonista.

Subito dopo il primo turning point il protagonista capirà di dover allenarsi per sconfiggere l'antagonista. Questi sono dei momenti abbastanza leggeri nella storia, dove i personaggi incontrano i loro alleati e iniziano ad adattarsi al nuovo mondo. A seconda del genere che scegliete, inserite qui un evento leggero e poco teso, vi servirà perché è in arrivo il Midpoint.

Il **Midpoint** divide il secondo atto in due metà. È un momento di svolta importantissimo per il vostro protagonista perché qui capirà che è ora di cambiare mentalità.

Fino ad adesso infatti si è cullato nell'idea che tutto potrà facilmente tornare come prima una volta che avrà ottenuto ciò che vuole, ma qui capirà che non è così.

È il momento per una bella scena d'azione: il vostro protagonista prende l'iniziativa e sfida le forze antagoniste, ma anche se inizialmente sembra uscirne vittorioso qualcosa lo riporterà violentemente con i piedi per terra.

Un amico l'ha tradito? Gli antagonisti avevano un asso nella manica inaspettato? Credeva di essere più forte di quanto fosse in realtà?

Qualsiasi cosa succeda il vostro protagonista ne deve uscire cambiato, in positivo o in negativo.

In seguito al Midpoint il personaggio deve raccogliere le ultime forze che gli restano e prepararsi per la sfida finale. Non tutto è perduto, può ancora contare sui suoi alleati, sul suo mentore e sulla

forza del suo desiderio. Questo è il momento in cui deve dimostrare un vero arco di cambiamento. Non è più il bimbo che era all'inizio della storia, tutti gli eventi che sono successi l'hanno fatto crescere.

A volte in questo momento l'antagonista lancia **un'ulteriore sfida** al vostro protagonista, costringendolo a passare al terzo atto. Spesso è questo il momento il cui muoiono (letteralmente o meno) i mentori.

Il **Climax** segna il passaggio al **Terzo Atto**, la risoluzione.

Qui dobbiamo trovare risposta alle domande che sono state poste durante il primo atto ma, ancora una volta, non senza far faticare il nostro eroe.

Il Climax è la sfida finale contro l'antagonista, il momento in cui il vostro protagonista prende tutto quello che ha imparato e lo usa. Qui deve necessariamente essere solo, non può più avere amici o mentori ad accompagnarlo per mano.

Il confronto tuttavia non deve avere necessariamente esito positivo.

Qui entra in gioco la domanda: **“Come voglio che finisca la mia storia? Bene? Male? Dolceamaro?”**

Probabilmente voi sapete già se la vostra storia avrà un finale alla “e vissero per sempre felici e contenti” oppure “la vita fa schifo e non c'è soluzione”, ma vogliamo invitarvi a riflettere su una terza possibilità: la risoluzione dolceamaro.

A volte infatti i protagonisti riescono ad ottenere ciò che volevano, ma si rendono conto troppo tardi di aver perso cose molto più importanti per inseguire il loro sogno, oppure falliscono ma trovano comunque una via soddisfacente che non avrebbero mai immaginato di percorrere.

Torniamo agli esempi di prima e usiamo la storia del ragazzo innamorato.

Il **finale positivo** è che il ragazzo riesca a conquistare la nuova persona arrivata a scuola.

Il **finale negativo** è che non ce la faccia e resti solo.

Il **finale dolceamaro** è che non riesca a conquistare quella determinata persona, ma al contempo si renda conto che il migliore amico/a che ha sempre friendzonato è la persona che fa per lui.

In base al finale che avete scelto dovete strutturare il climax in modo che ci tenga con il fiato sospeso il più a lungo possibile: l'esito non deve mai e poi mai essere prevedibile!

La scena finale è importante per chiudere tutte le trame e dare una risposta alla domanda tematica. A seconda di come scegliete di far concludere la vostra storia avrete dato una determinata declinazione al tema “non la solita storia d'amore”.

La scena iniziale e quella conclusiva dovrebbero essere un po' lo specchio l'una dell'altra, quindi ricordatevi di chiudere con un'immagine dal forte impatto emotivo.

Sia che il finale sia positivo, negativo o dolceamaro stiamo per dire addio a un personaggio a cui ci siamo affezionati, facciamolo in grande stile!

Come si scrive un soggetto

Partiamo dalla domanda fondamentale: **che cos'è un soggetto?**

Risposta: la trama della vostra storia narrata come la vedremo sullo schermo.

Il soggetto non è la sceneggiatura: non ci sono battute (a meno che una o due non siano strettamente necessarie, ma lo sconsigliamo) ed è scritto generalmente in terza persona e al tempo presente, un po' come fosse un libro. Ricordatevi comunque la grande differenza che c'è tra scrivere un romanzo e scrivere un film: mostrare le emozioni.

In un libro abbiamo libero accesso ai pensieri dei protagonisti mentre in un racconto per lo schermo devono essere le azioni a parlare. Non spendete righe preziose a dirci cosa pensa il vostro protagonista, dimostrateglielo facendolo muovere nel mondo della storia e interagire con altri personaggi.

Dovete scrivere il vostro soggetto in modo avvincente e dando forza ai punti di svolta più importanti della trama.

Non devono assolutamente mancare:

- Scena iniziale
- Incidente scatenante
- Primo turning point
- Midpoint
- Climax
- Scena finale

Tuttavia non deve essere un semplice susseguirsi di queste scene, in mezzo dovete metterci le emozioni, i conflitti e i momenti statici che permetteranno di mostrare il cambiamento del vostro personaggio. **Seguite lo schema** che vi abbiamo fornito e dovrete riuscire a confezionare una struttura solida.

Se vi rendete conto che vi mancano alcuni di questi punti probabilmente c'è un problema nella storia.

Il vostro protagonista ha un desiderio forte e difficile da esaudire?

Le forze antagoniste sono molto più potenti di lui al punto da sembrare quasi imbattibili?

L'incidente scatenante pone una domanda che può avere soluzione solo nel finale?

Forse avete messo troppi personaggi e quindi non riuscite a sviluppare a dovere nessuno perché avete troppo poco spazio?

Ricordatevi che la struttura in tre atti si applica a qualsiasi forma narrativa: da un film che dura tre ore fino al breve episodio di una sitcom.

Noi vi stiamo chiedendo di scrivere un singolo episodio autoconclusivo di una serie antologica, quindi deve essere sostanzialmente un **film in miniatura**, che sia in grado di farci provare in 25 minuti le stesse emozioni che proveremmo in due o tre ore.

È una bella sfida, ma se vi trovate impantanati e non sapete come uscirne non vi preoccupate, scriveteci una mail all'indirizzo che trovate alla fine di questo documento e vi aiuteremo noi.

Vi abbiamo dato massimo cinque pagine per scrivere il vostro soggetto. Potete scegliere di farlo sia in terza persona che in prima, sotto forma di diario del protagonista, con flashback o con la voce narrante di sottofondo. Scegliete voi come farlo in base allo stile della storia che volete raccontare. Qualsiasi idea funzioni bene è una buona idea, quindi sbizzarritevi.

Ok, avete imparato tutto sul conflitto, sui mentori, sull'incidente scatenante e tutta la teoria che vi abbiamo fornito. Ma la vera battaglia si combatte adesso.

Eccoci anche noi arrivati al climax della nostra storia: la scrittura.

E qui noi poveri mentori non possiamo fare altro che morire e lasciarvi andare da soli davanti alla grande sfida. Ma non prima di avervi dato qualche ultimo consiglio.

Non possiamo darvi delle regole sicure per rendere la scrittura efficace e divertente, quello è dentro di voi. Non fate riferimento alla scrittura che vi viene richiesta nei compiti in classe, non è la perfezione lessicale e formale quello che cerchiamo.

Vogliamo il vostro stile unico e personale, una cosa che forse non siete tanto abituati a lasciare libera di correre sulla pagina.

Incantateci con le parole, scrivete parolacce se necessario, sentitevi liberi di esprimere i sentimenti nel modo più indisciplinato possibile.

Vogliamo capire chi siete anche senza conoscervi, come ci piace pensare che anche voi abbiate conosciuto noi e il nostro stile leggendo queste poche pagine.

DALLA PAROLA ALLO SCHERMO

Producibilità di un'opera audiovisiva

Il Produttore

L'obiettivo di uno sceneggiatore è quello di vedere realizzata la propria idea sul grande o piccolo schermo, ciò significa che la casa di produzione a cui la presenterà deve innamorarsene a tal punto da investirvi. Il lavoro del produttore, infatti, consiste nell'individuare quei progetti che non solo siano belli, originali e affini alla propria linea editoriale, ma che abbiano anche un reale potenziale di vendita e di fruibilità da parte del pubblico.

Un produttore, una volta preso un progetto sotto la propria ala, ne seguirà tutte le fasi di realizzazione:

- **Sviluppo:** scrittura della versione finale della sceneggiatura;
- **Pre-produzione:** selezione delle risorse artistiche, professionali e tecniche, ricerca di finanziamenti e organizzazione delle giornate di set;
- **Produzione:** realizzazione del girato, ovvero l'effettivo periodo di riprese;
- **Post-produzione:** montaggio, effetti speciali, ecc.;
- **Distribuzione e promozione** dell'opera.

Il produttore, insomma, si fa carico dell'investimento per la realizzazione di un determinato progetto e ne segue ogni fase impiegando tempo, risorse economiche e professionali. E lo fa assumendosi un rischio notevole: per quanto un'idea sia bella "sulla carta", infatti, nessuno gli garantisce a priori che quest'ultima avrà successo. È per questo che è così selettivo ed ecco perché per uno sceneggiatore emergente è così difficile farsi notare: il produttore si affida alle sue competenze, alla conoscenza del suo pubblico e ad un pizzico di intuito per selezionare l'opera che, si spera, lo appagherà sia da un punto di vista creativo sia di ritorno economico.

E dunque come può un aspirante sceneggiatore cercare di farsi notare?

Studio, talento e creatività sono elementi indispensabili ma a volte non bastano: spesso bisogna affiancarvi anche quel pizzico di furbizia che di certo aumenterà le probabilità di vedere il proprio nome tra i titoli di coda.

Producibilità

Ce l'hai nel cassetto da sempre: ambientazione medievale, dislocata al sud dell'Irlanda, costellata di straordinarie creature magiche. La parte più bella? È tratta dal romanzo che divoravi a 10 anni.

Ma se è così meravigliosa, perché la tua idea non è stata selezionata?

Semplice. Non è facilmente realizzabile.

In altre parole, non è *producibile*.

In queste due righe sono stati inseriti alcuni dei criteri contrari all'idea di "facilità produttiva" di un'opera audiovisiva. Non originale, in costume, ambientazioni non italiane, piena di costosissimi effetti speciali, tratta da un libro di cui non si hanno i diritti. Tutto ciò di certo non impedisce la realizzazione di un film o una serie che di fatto presenti tutte queste caratteristiche – e se questo è il vostro sogno, vi auguriamo di avere una carriera brillante e di farcela! -, tuttavia sono racchiuse in esse difficoltà e costi di cui un produttore italiano difficilmente si farebbe carico. Come detto sopra, l'obiettivo è quello di farsi notare, di fare in modo che qualcuno creda e investa nelle nostre idee nonostante la giovane età e un nome ancora da costruire.

E allora, veniamo al dunque: cosa intendiamo per *producibilità*?

Un'opera si definisce "producibile" quando concilia qualità artistica, elevato potenziale di fruizione e un'idea di investimento economico che sia equilibrata per il tipo di prodotto. Non avrebbe senso spendere milioni per un'opera che già sulla carta si presenta male o non è interessante. Ma non sarebbe nemmeno giusto non investire in un'idea che invece ha tutte le potenzialità per avere un grande successo.

Vediamo dunque nel dettaglio quali sono le caratteristiche che dovrebbero avere un film o una serie tv per avere più probabilità di essere scelte per l'effettiva realizzazione.

Originalità e qualità

Sembra scontato, ma non lo è affatto: il produttore, prima ancora di "farsi due conti" e capire quanto costa il tuo progetto, vorrà valutarne a fondo l'originalità e il potenziale creativo. Ciò significa che non solo (ovviamente) l'opera deve essere chiara e scritta bene, ma deve essere anche originale. Scrivere una storia tratta da un libro, ad esempio, è un'idea bella ma rischiosa, che potrebbe scoraggiare chi di fatto dovrà investirci poiché comporta tutta una serie di passaggi intermedi che spesso rendono lungo e difficile il percorso di sviluppo (ad esempio l'acquisizione dei diritti del libro).

Quindi, ecco la primissima regola da seguire quando andrete a scrivere la vostra puntata per il progetto MYOS: **non riadattate materiale coperto da diritto d'autore**. Che siano libri, fumetti, videogiochi, film o serie poco importa: se all'interno della vostra storia sono facilmente individuabili elementi narrativi o creativi che riconducono ad un'opera esistente, purtroppo dovrete pensare a qualcos'altro. Diverso è invece per i fatti di cronaca o storici: questi ultimi non sono protetti da diritto d'autore. Pensate ad esempio a serie come *Baby* o *The Crown*: la prima è tratta da una notizia che ha avuto come protagoniste due ragazze adolescenti di un ricco quartiere di Roma coinvolte in un giro di prostituzione, mentre la seconda è incentrata sulla storia della

regina Elisabetta e della famiglia reale inglese. Esempi di come la realtà possa essere un ottimo punto di partenza dal quale trarre la nostra storia.

E allora da dove partire? Come farsi venire un'idea che sia originale, accattivante e *producibile*? C'è un **trucco** che di certo potete usare: sfruttate la vostra età, il vostro mondo, le vostre emozioni, sogni, paure, relazioni... e trasformatele in una storia. Non importa il genere, l'essenziale è che la storia che racconterete parta innanzitutto da voi e, nel caso specifico, dalla vostra personalissima ed unica declinazione dell'amore. Credeteci quando vi diciamo che l'interesse di un produttore aumenta esponenzialmente se sa di avere di fronte un progetto scritto da ragazzi, che parla di ragazzi. Nessuno conosce il vostro mondo meglio di voi e non è necessario avere alle spalle una storia di vita incredibile o drammatica per fare la differenza. La differenza la fa semplicemente il vostro modo di vedere le cose: unico, come lo siete voi.

Ambientazioni e valorizzazione del territorio italiano

Ok, forse il fantasy irlandese con gli elfi non è producibile... però parliamo d'amore, e allora perché non immaginare una storia che inizia con la sfigata della scuola che fa cadere i libri vicino agli armadietti del corridoio, con il quarterback della squadra di football che la nota e l'aiuta a raccogliarli e con la cheerleader più popolare che, in un impeto di gelosia, lo trascina via con sé? Inizio perfetto, no?

Beh, in realtà... no! Non solo perché una scena simile non è di certo originale, ma perché contiene al suo interno elementi che sono ben distanti dalla realtà scolastica italiana. Film e serie tv americane hanno forgiato il nostro immaginario collettivo, instillando in noi figure e situazioni che però quasi mai possiamo riscontrare nel nostro quotidiano. Noi non abbiamo squadre di cheerleader o di football e i nostri licei hanno un assetto completamente diverso dalle High School americane... e allora perché dovremmo raccontare una realtà che non ci appartiene?

Avere in mente una storia che prende forma tra i banchi di scuola è sicuramente un ottimo punto di partenza, ma assicuratevi che la scuola sia italiana. Un criterio di valutazione fondamentale di un'opera è infatti profondamente collegato alla sua ambientazione. Raccontare una storia ambientata in America può sembrare forse la cosa più ovvia per rendere un'idea "figa" e di successo... ma di fatto non è così. Un produttore italiano difficilmente sceglierà di andare a girare oltreoceano, proprio perché i costi sono spesso insostenibili! E inoltre nella valutazione di un progetto terrà conto di un altro fattore fondamentale, intimamente legato al concetto di **glocal**.

Un'opera si definisce glocal quando presenta caratteristiche e elementi che valorizzano o distinguono il territorio d'origine e che sono anche perfettamente riconoscibili a livello globale. Se ci pensate, serie come la già citata *Baby*, ma anche *Gomorra* o la recente *Curon*, non potrebbero essere ambientate in nessun altro Paese che non sia l'Italia. La prima trae spunto da una realtà romana esistente, la seconda da dinamiche radicate nel territorio campano e la terza ha un legame imprescindibile con l'omonimo comune trentino. Caratteristiche che rendono le tre differenti storie

perfette non solo per il pubblico italiano ma anche per quello internazionale, curioso di ritrovare elementi riconoscibili del Paese che le ha originate.

Oltre alle motivazioni pratiche e di “vendita” sopra riportate, infine, un’altra ragione per la quale è preferibile scegliere l’Italia come ambientazione è sicuramente legata all’aspetto creativo. È senz’altro più interessante che un autore italiano, infatti, racconti la sua terra. Chi conosce il nostro Paese, il nostro modo di vivere, le nostre tradizioni meglio di noi? Abbiamo una cornice storica, artistica e culturale invidiata da tutto il mondo. Sfruttiamola al meglio, rendiamola protagonista di storie che però non necessariamente devono essere tratte dalla realtà. Il territorio italiano “tranquillizzerà” il produttore e, perché no, renderà la nostra idea perfetta per essere esportata all’estero.

E dopo il “dove”... quando?

Una volta definita l’ambientazione della vostra storia, ora è il momento di pensare al “quando”. Siamo certi che la recente *Brigerton* abbia fatto innamorare molti di voi dei costumi sfarzosi, dei sontuosi balli e dei baci rubati tra le mura di un castello. È vero, una storia d’amore ha un fascino tutto particolare se raccontata in determinati periodi... ma purtroppo non sempre questo è possibile.

Ricerca storica, ricostruzioni di ambienti, costumi meravigliosi cuciti ad hoc fanno lievitare a dismisura il costo di un film o di una serie tv. Ciò non significa che non vengano prodotti: semplicemente non conviene ad un autore emergente presentarsi da un produttore con un’idea che prevede un tale investimento.

Dunque, siccome noi non solo vogliamo farvi scrivere ma anche realizzare le vostre idee, vi chiediamo di impostare la vostra storia nella **contemporaneità**, o in un passato recente o in un futuro di facile realizzazione. Se infatti i prodotti in costume sono decisamente costosi, lo sono anche quelli che prevedono molti effetti speciali. Mettere da parte le auto volanti, tuttavia, non vi impedisce di ambientare comunque la vostra storia nel futuro: l’importante è che le tecnologie che inventerete – attenzione, non sempre necessarie - siano facilmente realizzabili! E lo stesso vale per il passato: nessuno vi vieta di ambientare una storia nell’800... se si svolge tutta dentro una stanza! Niente ricostruzioni, costumi semplici, nessun cavallo o auto d’epoca.

Se non potete sradicare un paletto... aggiratelo!

Target di riferimento: chi è il tuo pubblico?

Il MYOS ha una mission: dar risalto alle storie scritte dai ragazzi, *per i ragazzi*.

Chi è dunque il vostro target, ovvero il vostro pubblico di riferimento?

Siete voi!

La storia che scriverete dovrà essere *teen*, ovvero rivolgersi ad un pubblico che abbia più o meno la vostra età. I protagonisti dovranno dunque essere adolescenti o ragazzi leggermente più grandi di voi, ma questo non vi vieta di inserire personaggi secondari adulti: un professore, un nonno, un genitore sono sempre ben accetti, purché non siano i protagonisti della storia.

Perché questa scelta? Semplicemente perché un produttore sa che, nel vostro caso, il target coincide con chi ha ideato la storia. Un'eventualità del genere è estremamente allettante non solo perché la vostra fascia d'età è quella che più di ogni altra fruisce contenuti audiovisivi, ma anche perché nessuno conosce il vostro mondo meglio di voi. Il vostro linguaggio, le vostre regole, ciò che vi piace o vi spaventa, in fondo, lo sapete soltanto voi. Per quanto un adulto cercherà di immedesimarsi, non riuscirà mai a comprendere sino in fondo ciò che avete dentro.

I generi e la producibilità

Arrivati sin qui vi sembrerà che vi abbiamo dato tanti, troppi paletti da rispettare e che forse vogliamo limitare la vostra creatività.

Credeteci, non è così!

Ciò che vogliamo è che vi sentiate totalmente liberi di dare sfogo alla vostra fantasia, tenendo ovviamente conto di quegli elementi che, se non rispettati, non consentirebbero alla vostra storia di passare la selezione.

È per questo che non vi diamo alcun limite nella scelta del genere: commedia, horror, drammatico, fantasy, thriller, fantascienza, distopico... non abbiate paura di osare! Ricordatevi però di due elementi fondamentali:

- Il genere principale deve essere il teen;
- La storia deve essere producibile.

Avete in mente una storia fantasy? Benissimo! L'importante è che non sia piena di creature fantastiche, ma di certo potete permettervi qualche effetto speciale "semplice" (se un personaggio sposta le cose col pensiero, ad esempio, sarà sicuramente di facile realizzazione). Lo stesso vale per l'horror, la fantascienza o il distopico. Anche qui, vale il trucco già citato prima: fatevi furbi e aggirate i paletti che vi abbiamo dato, rendendo la vostra storia non solo unica e originale, ma anche producibile!

IL TEMPLATE

Guida alla compilazione

Ci siamo! L'idea c'è, l'avete sviluppata, cambiata, migliorata... ora finalmente è pronta per essere scritta.

Ai fini della partecipazione al MYOS è necessario compilare il template disponibile nella vostra area riservata della piattaforma di Noisiamofuturo. Sempre da lì potete scaricare anche il facsimile, ovvero un template già compilato che potrete usare come esempio per orientarvi meglio dopo la lettura della teoria presente in questo documento.

Vediamo insieme, passo dopo passo, come compilare le varie sezioni del template.

I vostri dati e il titolo della storia



LA CREAZIONE DI STORIE E RACCONTI PER SERIE TV

NOME REDAZIONE/ SINGOLO AUTORE:

SCUOLA:

CITTÁ:

PROVINCIA:

TITOLO:

Come potete notare dallo screen, il primo passo è l’inserimento dei vostri dati (nome redazione o del singolo autore, scuola, città, provincia) e il **titolo** della vostra storia. Mi raccomando, il titolo dovrà essere preferibilmente in italiano! Non inseritelo in altre lingue, a meno che non sia funzionale alla storia. Potete usare un titolo in latino se ad esempio il vostro episodio ha come protagonista un moderno Catullo, oppure in filippino se quella è la nazionalità del vostro personaggio principale. La scelta del titolo è importante e deve avere un senso per la storia, è il suo biglietto da visita. Non sprecatelo!

Il pitch

PITCH

Dieci/quindici righe, non di più, che sappiano restituire al lettore il senso della puntata. Ambientazione, trama, personaggi principali, genere. Spesso un produttore deciderà dal pitch se continuare o meno la lettura del progetto quindi è importante essere sintetici ma intriganti!

Una delle sezioni più importanti del template è proprio il pitch, ovvero il “trailer” scritto della vostra storia. Molto spesso è l’unica cosa che legge (o ascolta, se orale) un produttore prima di decidere se scartare l’idea o darle qualche possibilità. Naturalmente noi leggeremo tutte le sezioni del template, tranquilli, tuttavia dovete cercare di catturare la nostra attenzione sin da subito. Date sfogo alla vostra creatività, dunque, e cercate di riassumere la vostra storia nelle quindici righe più seducenti che riuscite a scrivere. Per un approfondimento sul pitch rimandiamo alla sezione apposita di questo documento.

Mi raccomando, dateci tutti gli elementi per comprendere e intuire il potenziale della storia... e non spoilerateci il finale! In questa fase dovete convincerci a continuare a leggere, proprio come un trailer riesce a convincere il pubblico a guardare un film.

I personaggi

PERSONAGGI PRINCIPALI

È sufficiente descrivere i tratti fondamentali dei personaggi. Bastano poche righe per i personaggi secondari (Max 5 righe) e una descrizione più approfondita per i protagonisti (Max 10 righe).

Per descrivere i personaggi concentratevi sui loro desideri e problemi. Non sono importanti le caratteristiche fisiche, a meno che non abbiano rilevanza nella storia.

In questa sezione del documento vogliamo conoscere i vostri personaggi principali. Chi sono? Cosa desiderano? Qual è il loro conflitto? Come interagiscono con gli altri personaggi della storia e qual è il loro legame? In poche righe (massimo 10 per i protagonisti e massimo 5 per i secondari) dovete dunque descrivere i vostri personaggi concentrandovi sull'aspetto psicologico e sulle relazioni. Mi raccomando, non soffermatevi sulle caratteristiche fisiche, a meno che non sia strettamente necessario e funzionale alla storia. Non ci interessa se la vostra protagonista ha i capelli rossi, a meno che la vostra storia non sia ambientata in un mondo in cui non esistono persone con i capelli rossi!

Il soggetto

STESURA SOGGETTO DELLA PUNTATA

Raccontateci, sotto forma di racconto senza dialoghi, la storia che avete pensato. Vi consigliamo di dividere il racconto in tre parti:

- *Inizio*
- *Sviluppo*
- *Fine*

*Ricordate che le vostre storie devono essere **autoconclusive** quindi avere un inizio e una fine all'interno delle cinque pagine. **Non verranno prese in considerazione storie che necessitano di ulteriori episodi per essere raccontate.** Stiamo scrivendo una serie tv antologica, quindi formata da episodi slegati l'uno dall'altro.*

Lunghezza richiesta: massimo 5 pagine.

Questa sezione è ovviamente la più corposa del documento, ma forse anche la più divertente: finalmente ci racconterete la trama della vostra storia! La modalità di scrittura dovrà essere come quella di un racconto, al tempo presente e senza dialoghi. Potete inserire ogni tanto qualche battuta se emblematica, ma non esagerate: non è il soggetto il luogo in cui “far parlare” i vostri personaggi. Per un approfondimento sulla struttura del soggetto, rimandiamo alla relativa sezione di questo documento. Ciò che dovete tenere a mente è che la puntata che andrete a scrivere fa parte di una serie antologica, dunque dovrà essere **autoconclusiva**. Se nel pitch il finale non andava inserito, in questa fase è invece assolutamente necessario! E soprattutto, sebbene possa essere “aperto”, non dovrà in alcun modo rilanciare ad una seconda puntata affinché la storia possa essere compresa. Gli episodi di una serie antologica sono tutti diversi, i personaggi non vengono trascinati da una puntata all'altra e dunque è indispensabile che il vostro finale non preveda un “prossimo episodio”. Il vostro è un piccolo film!

La lunghezza richiesta per questa sezione è un massimo di 5 pagine, il font preferibilmente deve essere il Times New Roman, grandezza 12 pt.

Le caratteristiche peculiari

CARATTERISTICHE PECULIARI

Cosa rende unica la vostra declinazione del tema dell'amore e quali sono i suoi punti di forza e originalità? Perché per voi è importante raccontare questa storia?

Eccoci arrivati all'ultima sezione del documento: le caratteristiche peculiari. Qui, in poche righe, dovrete dirci perché secondo voi la vostra declinazione del tema dell'amore è unica e originale. Parlateci dei punti di forza della storia e, perché no, del perché per voi sia importante raccontarla. È tratta da un episodio personale? Da un vostro sogno, o una vostra speranza? Oppure da un fatto di cronaca che vi ha particolarmente colpito? L'importante è che la storia sia unica, originale nel modo in cui è raccontata e universale per le corde che tocca. A volte per raccontare una storia che sia emozionante per il pubblico non è necessario partire da un tema generale e attuale, si può invece partire da un dettaglio particolare: un diario, una collana, una cassetta per le lettere, una macchina, una busta sospesa in aria dal vento. Sta a voi dare significato alle cose apparentemente insignificanti della vita quotidiana. Non fatevi scoraggiare dal timore di essere banali! Più siete sinceri in quello che raccontate, più è facile che emerga la vostra voce di autori. E ricordatevi che una grande storia proviene sempre da una fonte di profonda verità. Scrivete questa sezione con il cuore, noi ce ne accorgeremo. In bocca al lupo!

CONTATTI

Per qualsiasi domanda, dubbio o necessità non esitate a scriverci alla mail:

docentimyos@gmail.com