

CiA
RESPONSABILITÀ
CIRCOLARE

AL
100%
RESPONSABILE



**SCRIVERE
PER L'ANIMAZIONE**

ALUCOMICS 2024/2025

Benvenuti e benvenute al terzo appuntamento con le schede di approfondimento offerte da ALUCOMICS, il percorso educativo promosso per il terzo anno da CIAL (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio) in collaborazione con COMICON - International Pop Culture Festival, per sensibilizzare le e i più giovani ai temi della sostenibilità ambientale e coinvolgerli in un'originale sfida: imparare i segreti della scrittura per l'animazione e applicarli nella realizzazione di un elaborato con cui partecipare a uno speciale concorso educativo finale, **"Flaminio VS Gerardo: Missione riciclo"**!

Scopri tutti i dettagli dell'iniziativa su **www.alucomics.it** e su **www.scuola.net**: COMICON 2025 ti aspetta!

Questa scheda didattica raccoglie alcuni dei contenuti sulla scrittura creativa trasmessi dalla **sceneggiatrice Chiara Macor** nel corso della Masterclass ALUCOMICS "Scrivere per l'animazione" visionabile al link **www.alucomics.it/masterclass**.



Scrivere per l'animazione: tutta un'altra storia

La scrittura per l'animazione è una disciplina unica, che combina l'arte della narrazione con le esigenze tecniche del medium audiovisivo. A differenza della scrittura letteraria, dove le parole raccontano direttamente al lettore pensieri, ambientazioni ed emozioni, nel mondo dell'animazione **chi scrive crea azioni, immagini e dinamiche** che prendono vita attraverso la collaborazione con chi si occupa della regia, dell'animazione e del design dell'opera. La scrittura per l'animazione è un lavoro che richiede immaginazione, precisione e una profonda comprensione del linguaggio visivo. Non si tratta di evocare un'atmosfera attraverso descrizioni letterarie, ma di descrivere ciò che avverrà sullo schermo, rendendo il testo **funzionale** per registe e registi, attrici, attori e scenografe e scenografi. Ad esempio, un ambiente ben descritto nella sceneggiatura aiuta la regia e il cast a immergersi nell'azione scenica.

Drammatizzare: raccontare con le azioni

Nel mondo dell'animazione, come in quello del cinema, non si racconta con le parole, ma con le azioni. Questo principio si chiama **drammatizzazione**. Immaginate una scena: un personaggio è triste. In un romanzo scrivereste: "Maria si sentiva sola e abbandonata, il peso della giornata la opprimeva". In una sceneggiatura per animazione, invece, quella stessa emozione deve essere mostrata: "Maria si siede su una panchina, guarda passare una famiglia allegra, si stringe nelle spalle per il freddo, mentre il vento le porta via il cappello".

Quando si scrive per l'audiovisivo, l'obiettivo è creare un testo che possa essere trasformato in azione scenica, il cuore della narrazione cinematografica e televisiva. I personaggi non raccontano mai sé stessi attraverso le parole: agiscono. Le loro azioni, i loro dialoghi - che sono anch'essi azioni - costruiscono la storia davanti agli occhi dello spettatore. Questa impostazione implica che lo scrittore sappia fin dall'inizio che sta scrivendo per la recitazione, adottando una modalità narrativa mirata a essere rappresentata **visivamente**.

Scrivere per l'audiovisivo è un'arte complessa e collaborativa, che richiede rigore tecnico, capacità di adattamento e una visione chiara. L'obiettivo non è solo raccontare una storia, ma renderla vivida e immediata attraverso immagini e azioni che parlano da sole. Il processo, per quanto ricco di sfide, è anche incredibilmente stimolante e gratificante, offrendo infinite opportunità di esplorare la creatività nel rispetto dei limiti produttivi.

In altre parole, l'animazione vive di gesti, dettagli e simboli. Lo spettatore non deve sentirsi spiegare cosa sta succedendo: deve poterlo dedurre da ciò che vede. Questo è ciò che si intende con l'espressione **Show, don't tell**, ovvero "mostra, non raccontare".

AluTips



Dividetevi in gruppi. Ogni gruppo scriverà una breve scena in cui un personaggio esprime rabbia o tristezza, senza usare dialoghi o descrizioni dirette.

Dopo aver condiviso i testi, analizzate insieme come i dettagli visivi e le azioni costruiscono il significato.

Le fasi di sviluppo di un prodotto audiovisivo

La creazione di un prodotto audiovisivo si divide in tre fasi principali: **impostazione**, **sviluppo** e **rifinitura**.

Impostazione: si parte da un'idea, si caratterizzano i personaggi e si definisce la struttura narrativa, con momenti chiave e svolte di trama che fanno avanzare la storia.

Sviluppo: si passa alla documentazione, alla creazione di un soggetto, di una scaletta e alla stesura della sceneggiatura, un testo tecnico che stabilisce tempi, costi e dettagli di produzione.

Rifinitura: la sceneggiatura viene rivista più volte per adattarsi alle esigenze produttive e narrative. Le modifiche possono essere necessarie anche all'ultimo minuto, in base al budget o alle risorse disponibili.

L'architettura della storia

Chi scrive per l'animazione non si limita a narrare, ma costruisce la struttura narrativa di un mondo, la architetta. Il suo lavoro inizia dalla **sinossi**, una sintesi brevissima che racchiude il cuore della storia e il suo conflitto principale. La sinossi è il primo passo per trasmettere l'essenza della narrazione al team creativo, fornendo un'idea chiara di cosa renda la storia unica e accattivante.

Dalla sinossi si passa al **soggetto**, che rappresenta una versione più dettagliata e articolata della storia. È qui che si cominciano a delineare non solo gli eventi principali, ma anche i personaggi e il ruolo che rivestono. I personaggi devono avere obiettivi chiari e motivazioni profonde, elementi essenziali per far sì che il pubblico possa empatizzare con loro.

Ma la parte più importante del lavoro di chi scrive per l'animazione è la **sceneggiatura**, un documento tecnico che fornisce indicazioni precise su come deve svolgersi ogni scena. La sceneggiatura include dialoghi, descrizioni di azioni e ambientazioni, ma lascia spazio agli altri membri del team per contribuire al risultato finale.

Cos'è il soggetto?

Il soggetto non va confuso con la sinossi: mentre la sinossi è un riassunto della storia, il soggetto descrive nel dettaglio ciò che accade nel prodotto finito, senza dialoghi (salvo rare eccezioni) e rigorosamente al tempo presente. Ad esempio, non basta dire che "Pierino salva la principessa dopo varie peripezie". Nel soggetto, occorre dettagliare ogni passaggio, come: "Pierino scopre che la principessa è stata rapita da un drago. Si reca nella palude, dove resta intrappolato, ma trova una soluzione per liberarsi e proseguire." Questo approccio consente di valutare la coerenza e l'efficacia della trama, verificando che ogni svolta narrativa sia ben posizionata e funzionale.

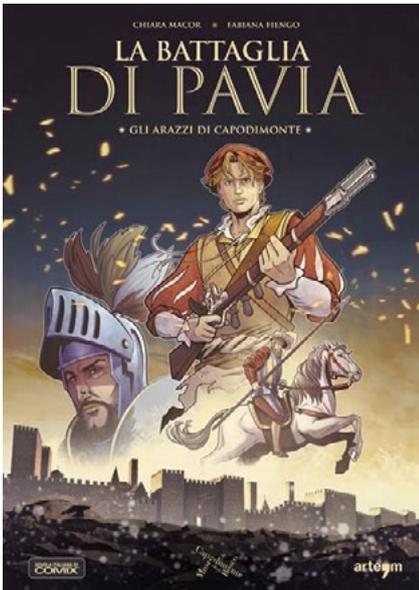
Un soggetto ben fatto è essenziale non solo per avere un quadro chiaro della storia, ma anche per convincere potenziali produttori a finanziare il progetto. Eventuali problemi narrativi devono essere risolti in questa fase, prima di passare alla sceneggiatura.

La caratteristica più importante di un soggetto per l'animazione è però un'altra: deve rappresentare le azioni narrate, non limitarsi a suggerire genericamente stati d'animo e accadimenti. Questo perché ciò che lo attende, una volta terminato, è di venire trasformato in una sceneggiatura, ovvero il documento tecnico che farà da base vera e propria per la creazione delle scene animate.

Il giusto soggetto per la giusta sceneggiatura

Dal momento in cui il nostro soggetto è pronto non ci resta che trasformarlo in azione scenica attraverso la sceneggiatura. Anche in questo caso si tratta di un passaggio delicato, poiché bisognerà selezionare le giuste "azioni" compiute dai personaggi che ci permettano di descrivere i contenuti spiegati all'interno del soggetto.

Prendiamo come esempio un estratto dal soggetto di **La battaglia di Pavia. Gli arazzi di Capodimonte**, fumetto di Chiara Macor e Fabiana Fiengo commissionato dal Museo di Capodimonte e pubblicato da Artém.



Il campo di battaglia è disseminato di armi. C'è morte e violenza ovunque, per terra pozze di sangue misto a fango, mentre la nebbia si dirada e le luci del giorno cominciano a schiarire all'orizzonte. Il giovane Nicola, un fante italo-spagnolo, si guarda attorno e non riesce più a capire cosa stia succedendo: lancieri svizzeri dalla parte francese vengono travolti dalla cavalleria francese in ritirata, mentre l'artiglieria pesante continua a dilaniare i corpi. Qui e lì barili di polvere da sparo esplodono, mentre l'aria si gonfia delle grida dei civili francesi che battono in ritirata raccogliendo quanto possono.

Nicola si guarda attorno, sembra stordito. Ha il viso coperto di sangue e anche i suoi vestiti ne sono impregnati. Non riesce a capire se quel sangue sia suo oppure no.

Improvvisamente un uomo lo afferra per la giacca. È uno svizzero con i denti rotti, la barba pienua di saliva e bruciacchiata dalle fiamme del suo archibugio. Lo scuote e gli grida di correre. Nicola si riscuote e comincia a scappare, schivando colpi ed evitando le buche nel terreno, infilzando i nemici, guardando l'orizzonte, verso le mura scure e alte della città di Pavia.

Come vedete, la scrittura fornisce chiari input di tipo visivo: questo estratto non illustra solamente il susseguirsi degli eventi, ma mette in scena le azioni e le ambientazioni. A partire da un testo del genere sarà decisamente più facile creare una sceneggiatura solida, la base di un altrettanto solido prodotto a fumetti o di animazione. Vediamolo insieme nelle tavole create per **La battaglia di Pavia:**



AluTips



Scegliete un tema che vi appassiona e provate a **riassumere la storia in 5-6 righe**, evidenziando il conflitto centrale. Per esempio: “Un gruppo di amici scopre una mappa segreta che conduce a una città perduta sott’acqua. Per arrivarci, dovranno affrontare le loro paure e lavorare insieme, imparando il valore della fiducia reciproca”. Dopodiché sviluppate un soggetto, o parte di un soggetto, tenendo presente la necessità di rappresentare le azioni dei personaggi e le ambientazioni in cui si muovono.

La sceneggiatura come guida produttiva

La sceneggiatura non è solo una narrazione, ma una guida pratica per la produzione. Ogni pagina del testo corrisponde convenzionalmente a un minuto di girato, e da essa dipendono costi, location, effetti speciali e il numero di attori o comparse. Lo sceneggiatore deve spesso trovare soluzioni creative per adattare la storia alle risorse disponibili, risolvendo problemi narrativi e produttivi.

Il potere delle immagini

Quando si sviluppa una storia, è utile partire da un'immagine forte che catturi l'essenza del messaggio. Ad esempio, un gabbiano che vola sopra un'isola di rifiuti può evocare il problema dell'inquinamento, stimolando una narrazione che risolva quel conflitto. L'uso di immagini potenti, ispirate anche dai manifesti cinematografici o dai fumetti, aiuta a definire il tono e il messaggio della storia.

AluTips



Utilizzate internet per trovare ispirazione in opere artistiche e letterarie, in film, fumetti, dipinti, video musicali che propongano immagini di forte impatto, in grado di incoraggiare la riflessione sul problema dell'inquinamento. Una volta individuate, discutetene insieme: quali sono, e a quali elementi ricorrono per suggerire il tema ambientale?

La forza del conflitto

Un elemento centrale nella scrittura creativa per l'animazione è il **conflitto**. Ogni storia ruota attorno a un problema o a un obiettivo da raggiungere, e i personaggi principali devono affrontare ostacoli per superarlo. Il conflitto può essere di diversi tipi:

Conflitto interno: il personaggio lotta contro sé stesso, per esempio cercando di superare una paura o un dubbio.

Conflitto esterno: il personaggio affronta una sfida concreta, come salvare un amico o risolvere un mistero.

Conflitto relazionale: il conflitto nasce dall'interazione con altri personaggi, come una rivalità o un tradimento.

Per esempio, nel film del 2015 *Inside Out* della Pixar, il conflitto principale è interno: la protagonista, Riley, deve gestire il turbinio di emozioni provocato dal trasferimento in una nuova città. Allo stesso tempo, vediamo un conflitto esterno nel viaggio delle emozioni Gioia e Tristezza, che cercano di riportare l'equilibrio nella mente della ragazza. Questo doppio livello rende la storia avvincente e stratificata.

Il paradigma narrativo: una struttura universale

Il paradigma narrativo è uno strumento versatile che può essere utilizzato per scrivere racconti di varia lunghezza, dai romanzi agli sketch di pochi minuti, dai cortometraggi ai fumetti. La sua forza sta nella capacità di distribuire gli eventi in modo equilibrato e dinamico, permettendo alle svolte narrative di avvenire nei tempi giusti per mantenere alta l'attenzione dello spettatore. Ma perché è così importante? Beh, immaginate di guardare un film in cui "non succede niente". Vi ritrovate a osservare passivamente lo schermo, senza che la storia riesca a coinvolgervi. Accade spesso quando le svolte di trama sono deboli o mal distribuite. Al contrario, una narrazione ben

progettata alterna eventi e colpi di scena che catturano continuamente l'attenzione dello spettatore. Nei film d'azione, per esempio, una svolta narrativa può verificarsi ogni due minuti: un colpo di scena, un evento inaspettato o un cambio di prospettiva che mantiene vivo l'interesse del pubblico. Anche nei film più lenti, con un ritmo più riflessivo, l'importante è bilanciare le svolte narrative per evitare che il pubblico si annoi. Tra le numerose strutture narrative disponibili, un modello consigliato è il *Paradigma di Syd Field*, utile anche per racconti brevi. Questa struttura si basa su tre atti:

Atto 1 (Impostazione): Presentazione del protagonista nella sua quotidianità e introduzione del conflitto con un evento scatenante che lo costringe ad agire.

Atto 2 (Confronto): Il protagonista affronta difficoltà crescenti, culminando nel punto centrale, il momento di massima tensione emotiva o drammaticità.

Atto 3 (Risoluzione): Il conflitto trova soluzione e il protagonista raggiunge un nuovo equilibrio, mostrando un cambiamento rispetto all'inizio.

Il *Paradigma di Syd Field* si adatta facilmente anche a opere brevi, come cortometraggi o fumetti, e garantisce un ritmo narrativo che mantiene alta l'attenzione dello spettatore, evitando noia e discontinuità.

Un esempio applicato

Per chiarire il funzionamento di questa struttura, mostriamo un esempio ispirato alle due mascotte di CIAL, Flaminio e Gerardo, declinato secondo il *Paradigma di Syd Field*:

Atto 1 - Impostazione / Evento scatenante: Gerardo ha appena rovesciato il bidone dell'alluminio, mandando a monte la raccolta differenziata.

Atto 2 - Confronto / Evento risolutivo: Ma Flaminio ha un'idea per distrarlo dalle sue azioni vandaliche e impedirgli di ostacolare il riciclo. Lo chiama da un telefono pubblico e, mascherando la voce grazie a una molletta stretta sul becco, gli dice che ha vinto il Premio per il Miglior Gabbiano Testardo dell'anno, e per ritirarlo deve immediatamente recarsi a Honolulu.

Atto 3 - Risoluzione / Conclusione: Gerardo parte di corsa e Flaminio rimette in ordine tutti i rifiuti. L'ambiente è salvo!

AluTips

Guardate insieme un cortometraggio animato a vostra scelta. Un buon esempio è il cortometraggio del 2012 *La Luna*, della Pixar.

Poi dividetevi in gruppi e individuate gli eventi chiave dei tre atti. Inoltre chiedetevi: qual è il conflitto principale? Come viene usato il principio *Show, don't tell*? Attraverso quali azioni e dettagli visivi vengono caratterizzati i personaggi?

Creare personaggi memorabili

I personaggi sono il cuore pulsante di ogni storia animata. Ma come si costruisce un personaggio che rimanga impresso? È utile tenere a mente alcune regole fondamentali:

Forti caratterizzazioni: ogni personaggio deve avere tratti distintivi. Possono essere visivi (una postura particolare, un'andatura goffa), emotivi (un carattere timido o irascibile) o comportamentali (un tic nervoso, un modo di parlare singolare).

Obiettivi chiari: i personaggi devono avere un desiderio o una missione che guida le loro azioni.

Un'umanità universale: anche i personaggi più fantasiosi devono rispecchiare emozioni e conflitti reali, in cui il pubblico può riconoscersi.

Pensiamo per esempio al film del 2008 **Wall-E** della Pixar, il cui protagonista è un robot apparentemente semplice. Non parla, ma i suoi gesti e le sue espressioni raccontano una storia di solitudine, curiosità e amore. Questo lo rende straordinariamente umano e commovente.

AluTips

Approfondite i personaggi. Analizzate uno alla volta Flaminio e Gerardo, le mascotte di CIAL che saranno protagoniste del vostro corto di animazione, e rispondete a queste domande:

- qual è il suo obiettivo principale?
- quali sono le sue caratteristiche fisiche e comportamentali?
- quale ostacolo deve superare nella storia?

Una volta risposto a queste domande, mettete in relazione i personaggi attraverso un conflitto.



Collaborazione e visione collettiva

Una delle peculiarità della scrittura per l'animazione è che il testo non è mai un prodotto finito. Chi scrive per l'animazione deve lavorare a stretto contatto con chi si occupa della regia, del disegno, dell'animazione, del montaggio... Un'idea descritta sulla carta può diventare qualcosa di completamente nuovo quando viene tradotta in immagini; ogni dettaglio può essere trasformato o reinterpretato durante il processo creativo. Questo significa che chi scrive deve essere flessibile e garantire apertura al confronto al resto del team. L'obiettivo non è imporre la propria visione, ma contribuire a creare una storia che funzioni sullo schermo.

La scrittura creativa per l'animazione è un viaggio che unisce immaginazione, tecnica e lavoro di squadra. Ogni storia è una finestra su un mondo, e chi scrive ha il compito di costruire quella finestra con cura e passione, sapendo che ogni scena, ogni gesto, ogni silenzio ha il potere di emozionare e ispirare chi guarda. Se volete cimentarvi in questa forma di scrittura, ricordate che il segreto è partire sempre dal cuore della storia: cosa volete raccontare? E come potete mostrarlo in modo che il pubblico non solo capisca, ma provi delle emozioni?

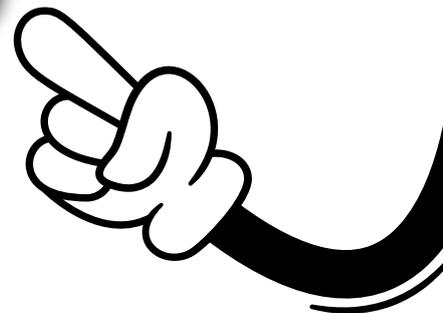
LE REGOLE

1. Usate il paradigma narrativo per pianificare le vostre storie.
2. Disegnate una scaletta con l'evento scatenante, le svolte narrative e la risoluzione.
3. Concentratevi sull'azione.
4. Mostrate, non raccontate!
5. Evitate di descrivere emozioni o pensieri, ma puntate su ciò che può essere visto e percepito.
6. Adattate lo stile al medium: ogni medium (fumetto, animazione, romanzo) ha le sue peculiarità. Studiate i suoi linguaggi e sperimentate.



E ORA TOCCA A VOI!

Volete continuare a scoprire segreti e tecniche della scrittura creativa e partecipare al concorso educativo finale **"Flaminio VS Gerardo: Missione riciclo"**?
 Riguardate i video delle Masterclass su www.alucomics.it/masterclass e liberate la creatività.



CiA
RESPONSABILITÀ
CIRCOLARE

AL
100%
RESPONSABILE



CONTATTI

Email: alucomics@lafabbrica.net
Telefono: 800535999 - 3209566009