

Content Design Academy

Ideare, strutturare e formalizzare
contenuti testuali



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO

Cosa è / 1

Cosa **accomuna** un podcast, uno slogan pubblicitario, una sceneggiatura, un bugiardino, un'intervista, un report aziendale, un comunicato stampa, un catalogo, una scheda informativa?

Sono tutti **testi**. Certo, hanno funzioni comunicative diverse, molto diverse fra loro. Ma sono tutti una **forma** basata sul linguaggio e sulla **parola**.

Cosa è / 2

La Content Design Academy è un Corso di Perfezionamento che fornisce competenze di **scrittura**, nel senso più concreto e funzionale del termine. Vale a dire, competenze di **produzione testi**. Guida cioè nel mettere a fuoco, strutturare e concretizzare le idee, trasformando un'intuizione in un **progetto** di comunicazione.

Ciò avviene tramite il **linguaggio** e il **content design**. Perché è attraverso la parola che diamo forma alle idee e ne facciamo dei testi. Che diamo loro «disegno»: progetto, struttura e finalità.

Cosa è / 3

Il **content design** è scrittura finalizzata a contesti e scopi specifici. Si basa sulle regole che definiscono uno specifico **testo**: ossia l'oggetto che la scrittura ci permette di creare e condividere.

Il content design è il percorso che trasforma un **bisogno** prima in un'**idea**, poi in un **progetto** e infine in una **forma-testo** che risponde a quel bisogno comunicativo.

Questo corso ha dunque al centro la scrittura intesa come **concreto strumento di lavoro**.

Nasce con uno scopo generale, ma è tarato sulle **diverse necessità** di **ciascun** corsista.



A chi si rivolge / 1

Si tratta di un corso di **perfezionamento**. Serve dunque a **integrare e valorizzare** il proprio percorso formativo e professionale, affinando le competenze di scrittura. Si rivolge pertanto a

- **Studenti** universitari laureandi o neolaureati, che abbiano conseguito almeno la laurea triennale e che intendano proseguire gli studi frequentando un corso di laurea magistrale o che si affacciano al mondo del lavoro, compreso l'insegnamento. (Il corso riconosce fino a 16 crediti formativi universitari.)
- **Professionisti** che vogliono mettersi alla prova e migliorare le proprie competenze (data l'opportunità di personalizzazione del percorso didattico, che lo rende compatibile con un impegno di lavoro).

A chi si rivolge / 2

- Addetti alla comunicazione di **associazioni ed enti** legati alla sfera culturale (musei, fondazioni, fiere, festival, ecc.)
- Redattori e autori testi nell'ambito dell'**industria culturale** (editoria, media, pubblicità, moda, costume, ecc.)
- Addetti alla comunicazione di **imprese** ed enti, figure aziendali o istituzionali che si occupino di comunicazione, rapporti con il pubblico, formazione, risorse umane
- Insegnanti, bibliotecari e operatori dell'**istruzione**. (Il corso può anche valere come esperienza di formazione e aggiornamento.)
- Operatori di **ambiti culturali** legati a vario titolo all'uso di parola, scrittura e contenuti testuali.

Cosa si apprende / 1

Le '3 C' del content design

Il corso si sviluppa in **tre macroaree** di competenza:

- **Creatività:** competenze di scrittura creativa (ed. storytelling, sceneggiatura, copy, espressività, estetica, ecc.)
- **Comunicazione:** competenze di scrittura per i media (es. radio, TV, cinema, web, podcast, ecc.)
- **Corporate:** competenze di scrittura per comunicazione istituzionale e aziendale (es. brief, report, case studies, comunicati, cataloghi, social, ecc.)

Cosa si apprende / 2

I moduli e le funzioni del linguaggio

Il corso si articola in **moduli** dedicati alle **competenze trasversali**. Moduli dedicati alle funzioni – tutte presenti anche se variamente distribuite nelle tre macroaree di Creatività, Comunicazione, Corporate – che permettono di sviluppare un progetto testuale coerente, funzionale, efficace:

- **Informazione**
- **Narrazione**
- **Invenzione**
- **Argomentazione**
- **Espressione**
- **Persuasione**
- **Sintesi**
- **Estetica**



Come / 1

La struttura dei moduli

Ogni modulo dura **12 ore**, ed è costruito sulla sinergia fra *vision*, linee guida e pratica di scrittura:

- **2 ore di masterclass** con professionisti di prima grandezza della scrittura
- **4 ore di lezioni frontali** con docenti ed esperti del settore per acquisire gli strumenti fondamentali di una funzione testuale
- **6 ore di laboratorio** di scrittura ed esercitazione con ingaggio diretto dei corsisti

Come / 2

La struttura didattica

Il corso comprende un totale di **400 ore complessive**:

- **120** ore di attività didattiche in presenza (masterclass, lezioni e laboratorio)
- **180** ore di lavoro individuale
- **100** ore fra Project Work e Prova finale

Il corso rilascia un Attestato che permette di acquisire fino a **16 crediti formativi** universitari (previa approvazione da parte del Consiglio di Corso di Studio in questione).

Come / 3

Percorsi individualizzati

Le **100 ore di Project Work e Prova finale** sono dedicate all'**approfondimento specifico** ai bisogni formativi del corsista. Approfondiscono cioè sia la macroarea, sia le competenze trasversali che gli sono più funzionali per attitudine e interessi.

Il Project Work è quindi customizzato per ogni corsista, e può essere

- **Field**: un progetto di lavoro sul campo sotto forma di **stage / placement** presso i partner sul territorio e i portatori di interesse del corso, oppure
- **Research**: un **elaborato** che sviluppa in maniera analitica un aspetto o una pratica incontrati nel corso, sotto la guida di un docente tutor.

La **Prova finale** è formulata **in accordo** alla tipologia di Project Work: *a)* report in caso di Field Project; *b)* discussione dell'elaborato in caso di Research Project.

Come / 4

Il nostro metodo: learning by doing

Crediamo che un approccio **diretto, concreto, coinvolgente e mirato** sia fondamentale per scrivere. A scrivere, insomma, si impara scrivendo.

Esempio è la [UniBg OnAir Academy](#), il **laboratorio** di content design della web radio dell'Università degli studi di Bergamo, premiata nel 2023 con lo Smartphone d'Oro. Il progetto di questa Content Design Academy nasce da questa esperienza.

Il cuore del nostro metodo è l'**ingaggio diretto di ogni studente**, attraverso le **60 ore di laboratorio di scrittura** e le **100 ore di Project work**.

Masterclass e lezioni frontali sono quindi propedeutiche a questo coinvolgimento attivo.

Con chi / 1

Le masterclass

Oliviero Bergamini, *giornalista e saggista, vicedirettore Rainews24, Responsabile Esteri TG1*

Bruno Bozzetto, *animatore, disegnatore e regista*

Giovanna Brambilla, *storica dell'arte, Direzione regionale Musei Lombardia*

Enrico Finzi, *esperto di pubblicità, comunicazione e marketing, Presidente SÒNO Human Tuning*

Alberto Gottardi, *CEO di PG&W, co-fondatore del Progetto Forme*

Paolo Iabichino, *scrittore pubblicitario, direttore creativo, fondatore Osservatorio Civic Brands*

Antonio Mancinelli, *giornalista, saggista, critico ed esperto di moda*

Francesco Poroli, *illustratore e art director*

Giorgio Vasta, *scrittore, sceneggiatore, editor e consulente editoriale*

Con chi / 2

I docenti

Giovanna Brambilla, *storica dell'arte, saggista, Direzione regionale Musei Lombardia*

Claudio Calzana, *scrittore e imprenditore, ideatore del progetto 7Parole.it*

Marta Cervino, *giornalista ed editor*

Fabio Cleto, *critico e saggista, Università degli studi di Bergamo*

Stefania Consonni, *studiosa di linguaggio verbale e visivo, Università degli studi di Bergamo*

Cecilia Liveriero Lavelli, *curatrice, pubblicitista, editor, esperta di comunicazione visiva*

Antonio Mancinelli, *giornalista, saggista, critico ed esperto di moda*

Valentina Mazzola, *autrice, sceneggiatrice e script editor*

Cristina Re, *responsabile comunicazione Fondazione Opera Sant'Alessandro*

Michele Sala, *studioso di comunicazione specialistica, Università degli studi di Bergamo*

Giorgio Vasta, *scrittore, sceneggiatore, editor e consulente editoriale*



Per chi

Comitato di indirizzo e stakeholders / 1

Per rispondere alla sua natura concreta e materiale, il corso si sviluppa in stretta collaborazione con i suoi stakeholders, vale a dire le **realtà culturali, produttive e istituzionali** del territorio: enti culturali e territoriali, poli museali, emittenti e testate, editoria, rassegne culturali, agenzie comunicative, imprese.

Queste forniscono, oltre a spazi per gli stage-placement del Field Project, un riscontro fondamentale sulle necessità formative e sulle opportunità occupazionali cui il Corso può rispondere. E per questo sono rappresentate nel **Comitato di indirizzo** del Corso.

Perché la parola non è solo materia astratta. È lo strumento fondamentale per **dare forma concreta** al rapporto con la **realtà**.



Per chi

Comitato di indirizzo e stakeholders / 2

Simona Bonomelli (**Luberg- Alumni UniBg**); Andrea Bozzetto (**Studio Bozzetto**); Ornella Bramani (**Fiera dei Librai | Tierra! | Lubrina Bramani editore**); Danilo Dadda (**Vanoncini SpA**); Simona Denti (**CESVI Fondazione**); Luca Faticcioni (**Ambito Scolastico della Bassa Bergamasca – Lombardia 5**); Roberta Frigeni (**Museo delle Storie di Bergamo**); Daniela Giordano (**Politecnico delle Arti di Bergamo**); Alberto Gottardi (**Agenzia PG&W**); Gloria Gusmaroli (**TTB - Teatro Tascabile Bergamo**); Cristiana Iommi (**Biblioteca Civica Angelo Mai**); Annamaria Materazzini (**Bergamo Film Meeting**); Valentina Mazzola (**ASIFA Italia**); Cristina Re (**Fondazione Opera Sant'Alessandro**); Stefano Rinaldi (**RBBG – Rete Bibliotecaria di Bergamo | Rete delle Reti**); Massimo Rocchi (**Premio Nazionale di Narrativa Bergamo**); Gimmy Schiavi (**FAI – Fondazione Palazzo Moroni**); Sara Speciani (**Editrice Bibliografica**); Sergio Visinoni (**Lab80 film**); Giuliano Zanchi (**Fondazione Bernareggi**)



Dove e quando

Il corso si svolge presso la [sede UniBg](#) del **Kilometro Rosso**, Stezzano.

Gli incontri si tengono il **sabato** (ore 9.00-18.00) e la **domenica** (ore 9.00-13.00)

Inizio incontri: **dal 22 febbraio 2025**

Fine incontri: entro il 31 maggio 2025.

Il percorso individuale di Project Work si conclude, indicativamente, entro il 31 ottobre 2025.

Quando, quanto e in quanti

Scadenze, costi e requisiti

Termine iscrizioni: **7 gennaio 2025**

Quota di iscrizione: **2.200 euro**

- La quota è ridotta a **1.500 euro** per gli studenti iscritti all'Università di Bergamo (o che vi si siano laureati nel triennio precedente, a partire dal 2022 compreso)
- Quota uditori: **1.000 euro** (con accesso solo a masterclass e lezioni frontali)
- È possibile utilizzare il **Bonus Docente** a copertura della quota di iscrizione

Per iscriversi è necessario avere conseguito una **laurea triennale**, o conseguirla nella sessione primaverile 2025

È richiesta la **frequenza** di almeno **il 75%** delle ore in aula.

Per garantire un rapporto diretto ed efficace con i docenti, e la personalizzazione del percorso formativo, l'accesso è limitato a un massimo di **20 partecipanti**,

Come (i)scriversi

Per ulteriori informazioni su piano didattico, brochure e modalità di iscrizione visita il sito della [SdM - Scuola di Alta Formazione UniBg](https://sdm.unibg.it/corso/content-design/)

<https://sdm.unibg.it/corso/content-design/>

email: fabio.cleto@unibg



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO