



# **EDITORIA 4.0**

Corso di formazione

**[UnitelmaSapienza.it](http://UnitelmaSapienza.it)**



### **Indice**

- 1 Finalità
- 2 Destinatari
- 3 Requisiti di accesso
- 4 Didattica
- 5 Community on line
- 6 Assistenza e tutoraggio
- 7 Durata ed organizzazione del Corso
- 8 Direzione e docenti
- 9 Project work, prova finale e titolo
- 10 Quota e modalità di iscrizione e Borse di studio
- 11 Programma



## 1. Finalità

### Il Contesto

Il contesto in cui avviene la discussione pubblica sul giornalismo è segnato da alcuni concetti chiave: la *retorica della crisi*, con lamentezioni più che fondate ma senza una vera e propria prospettiva di *exit strategy*, a cui si accompagna però la chiara individuazione che il cambiamento tecnologico e industriale dell'informazione si connota per la grande rapidità, provocando evidenti impatti sulla professione, sull'accesso e sull'aggiornamento del comparto editoriale.

Di fronte a problemi così impetuosi, l'Università di norma risponde con strutture formative appese a figure professionali consolidate e riconoscibili, ma con il limite di essere troppo sbilanciate sul passato anche recente. Ecco perché in questo mercato, chiaramente indicato da un **fabbisogno di formazione urgente**, debbono essere messe in campo offerte molto flessibili e capaci di enfatizzare le risposte positive alla crisi del giornalismo. Tutto questo intercetta in particolare la vocazione di **Unitelma** e dell'**Alta Scuola di comunicazione e media digitali**.

### Le sinergie

Del resto, proposte come queste non sono immaginabili se non in un'ottica di terza missione universitaria e dunque coinvolgendo soggetti associativi, imprese e forme di rappresentanza degli interessi che offrano alla struttura accademica il meglio delle loro competenze e una specifica capacità di delineare la domanda potenziale di formazione, anche in un'ottica di sapiente sperimentazione di metodi di insegnamento, culture laboratoriali e osservazioni di esperienze.

Il Covid ci ha insegnato a **ripensare la filosofia e i profili dell'offerta didattica**, senza dimenticare che proprio l'anno alle nostre spalle ha messo in evidenza il ritorno di una domanda di qualità per l'informazione comunque fruita.

**USPI, Unione Stampa Periodica Italiana**, per di più, ha tempestivamente rilevato esigenze importanti sotto il profilo delle competenze nel panorama editoriale italiano. Un'operazione formativa ispirata a questi obiettivi impatta sul settore con l'introduzione di **competenze multilivello**: dai giornalisti, agli aspiranti imprenditori nel campo dell'editoria, agli editori già strutturati.

In questo è supportata da chi dello sviluppo tecnologico in ambito editoriale si occupa quotidianamente, come **Officine Millennial**, che aggiungerà un taglio fortemente pratico all'offerta didattica del corso.

### I nuovi scenari dell'informazione

Ecco perché lo scenario dell'editoria 4.0 deve essere il punto di partenza del Corso proposto, aggiungendo ovviamente un'adeguata riflessione rispetto al quadro dei bisogni umani più o meno soddisfatti dall'informazione. Al di là della storica attenzione per i contenuti e per i supporti (carta, radio tv, digitale), diventa indispensabile una nuova mappatura del mondo delle news e dell'approfondimento, sapientemente riletto attraverso le diverse piattaforme distributive.



La fine della centralità del contenuto declinato su singoli media (cartaceo o digitale) rende necessario approcciare il mondo delle notizie, e più in generale dei contenuti, sotto il profilo della piattaforma di distribuzione, invece che del canale presidiato.

È in questo contesto che diventa trasparente il patto con USPI e i suoi partner, per **offrire un modello di formazione costruito su competenze culturali e tecnologiche sempre più aggiornate**, e capaci di intercettare il futuro che è già tra noi.

## 2. Destinatari

Il target del piano formativo è ampio. Il corso è principalmente rivolto a:

- Editori
- Publisher web o digitali indipendenti, con vocazione all'autoimprenditorialità
- Giornalisti
- Aspiranti giornalisti e copywriter

## 3. Requisiti di accesso

Può accedere al corso chiunque sia interessato con il requisito minimo del diploma di scuola Secondaria Superiore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

## 4. Didattica

La metodologia didattica utilizzata per lo svolgimento del corso è interamente in e-learning e prevede le lezioni dei docenti, metadattate ed indicizzate, con i relativi materiali didattici scaricabili in rete. Lo studente segue le lezioni quando vuole – h 24 – come vuole – PC, tablet, smartphone – nella modalità prescelta – video/audio video, audio-streaming/downloading MP3.

A supporto dell'attività didattica rappresentata dalle videolezioni potranno essere svolti dei web seminar, realizzati in modalità sincrona, che prevedono varie tipologie:

- webinar tematico, in cui saranno proposti approfondimenti dedicati ad alcuni argomenti di particolare rilievo ed attualità, al fine di rendere più dinamica la didattica, promuovendo anche spazi di confronto interattivi tra docenti e studenti;
- webinar di discussione, che avranno per oggetto argomenti teorici tratti dal programma, su cui i partecipanti al corso saranno invitati a proporre il proprio punto di vista sulla base delle esperienze maturate nell'ambito delle rispettive organizzazioni di appartenenza, al fine di promuovere dinamiche di apprendimento proattive, in grado di rivelare le principali implicazioni e potenzialità applicative delle teorie studiate.

Per valorizzare in pieno le opportunità connesse alla didattica interattiva online, saranno utilizzati anche i seguenti strumenti:

- wiki, per costruire insieme agli studenti "alberi" ipertestuali di conoscenze condivise, dove i contributi teorici potranno essere integrati con apporti di natura empirica proposti da tutti i



partecipanti al corso, i quali potranno, così, reciprocamente arricchire i propri percorsi di apprendimento;

- forum, nei quali potranno essere lanciati dal docente (ma anche dagli stessi studenti) provocazioni al dibattito su temi specifici o più generali trattati nell'ambito del corso, ma anche su iniziative tese a favorire un apprendimento critico e interattivo, come nel caso della discussione di case study o di una rilettura problematica di eventi di attualità connessi agli argomenti teorici del corso;
- chat, potranno essere aperte in qualsiasi momento a giudizio del docente, del tutor o su richiesta degli studenti.

La didattica tiene conto della necessità di sviluppare non solo conoscenze, ma anche di utilizzare strumenti e comportamenti professionali, con le seguenti caratteristiche:

- attività di progetto sul campo mirate a verificare la capacità di applicazione delle metodologie e delle tecniche in situazioni reali;
- testimonianze e casi di studio.

## **5. Community online**

La community rappresenta l'aula virtuale entro la quale lo studente, da remoto, interagisce con i docenti, con gli altri studenti ed il tutor, pone dei quesiti, instaura delle discussioni. I docenti del corso, unitamente al Tutor, risponderanno ai quesiti posti, nell'ambito delle attività di approfondimento, prenderanno spunti dalle discussioni per suggerire nuovi argomenti o per stimolare un apprendimento collaborativo nella propria community.

Grazie alla memorizzazione degli interventi sviluppati nel tempo da parte di tutti i partecipanti attraverso i vari strumenti di didattica interattiva (forum, chat, webinar, wiki, ecc.), la community potrà diventare, così, il luogo della "memoria" del corso, cui tutti gli studenti potranno accedere per consolidare il proprio apprendimento e rinnovare le proprie conoscenze.

## **6. Assistenza e Tutoraggio**

L'organizzazione del corso garantisce in via continuativa un'assistenza e un sostegno al processo di apprendimento degli allievi mediante la presenza di un tutor esperto e qualificato.

Il tutor, oltre a prestare assistenza agli studenti dell'Università, gestisce in modo proattivo il rapporto con la classe virtuale degli studenti, predisponendo ogni strumento didattico ed informativo ritenuto utile per supportarli, utilizzando anche modalità sincrone ed asincrone, quali chat, forum etc.

## **7. Durata ed organizzazione del Corso**

Il corso ha una durata complessiva di 65 ore, tra attività didattica, comunque strutturata (lezioni, esercitazioni, lavoro di gruppo, progetti applicativi, webinar etc.) e le ore dedicate allo studio individuale.



## 8. Direzione e docenti

La direzione del Corso è affidata a:

- Prof. Mario Morcellini, Direttore della Scuola di Comunicazione di UnitelmaSapienza Università degli Studi di Roma e già Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni;
- Prof. Francesco Saverio Vetere, Segretario Generale USPI e Docente di Editoria Periodica presso l'Università "Sapienza" di Roma.

Sono coordinatori del corso:

- Sara Cipriani, giornalista e Vice Segretario Generale USPI;
- Roberto Sciarrone, giornalista e Responsabile Ufficio Stampa di UnitelmaSapienza Università degli Studi di Roma.

È tutor del corso:

- Irene Vitale, Consigliere Nazionale USPI.

È progettista del corso:

- Michele Travagli, imprenditore e consulente digitale.

Sono docenti del corso:

- Fernando Bruno, attualmente al Servizio Economico-Statistico di AGCOM;
- Burchiellaro Davide, esperto di costume e lifestyle, ha collaborato con periodici nazionali e autore presso la Rai;
- Dal Buono Enrico, docente di scrittura creativa alla Naba, insegnante di storytelling per la Scuola Holden di Torino.
- Marco Giovannelli, dal 1985 al 2015 giornalista professionista dipendente della Società editrice "Il Messaggero";
- Marianna Quaranta, Avvocato, consulente in materia di data protection in riferimento all'adeguamento al Regolamento UE 679/2016 (GDPR);
- Prof. Mario Morcellini, Direttore della Scuola di Comunicazione di UnitelmaSapienza Università degli Studi di Roma e già Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni;
- Roberto Sciarrone, giornalista e Responsabile Ufficio Stampa di UnitelmaSapienza Università degli Studi di Roma;
- Michele Travagli, imprenditore e consulente digitale;
- Julio Cesar Vázquez, creator e videomaker, YouTuber;
- Prof- Francesco Saverio Vetere, Segretario Generale USPI e Docente di Editoria Periodica presso l'Università Sapienza Università di Roma;
- Irene Vitale, Consigliere Nazionale USPI.

## 9. Prova finale: il paper giornalistico

A ciascun partecipante è richiesto, durante lo svolgimento dei singoli moduli, l'organizzazione e l'elaborazione di una tesina o un paper giornalistico anche multimediale. La scelta dell'argomento



dell'elaborato finale dovrà essere effettuata, con riferimento alle unità didattiche ed in coerenza con le modalità definite dai Direttori del corso.

## 10. Quota e modalità di iscrizione

La quota di iscrizione al corso è di € 750,00.

Per i soggetti convenzionati la quota del corso è pari a € 500,00.

La domanda deve essere presentata "on line" sul sito [www.unitelmasapienza.it](http://www.unitelmasapienza.it), attraverso la specifica sezione Iscriverti.

La modalità di pagamento è tramite bollettino precompilato (MAV) che viene emesso unitamente alla domanda di immatricolazione. Il pagamento può essere effettuato in qualsiasi sportello bancario o attraverso home banking; non è possibile pagare il bollettino alla posta.

## 11. Programma

### Modulo introduttivo

#### 1. Lo scenario

- a. Lezione di orientamento al corso [Docenti: **Prof. Mario Morcellini e Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- b. Informazione, comunicazione e società. Interpretazioni della crisi del giornalismo [Docente: **Prof. Mario Morcellini**]
- c. Giornalismo e società della disinformazione. Studi e analisi sulle patologie: fake news e linguaggi dell'odio [Docente: **Prof. Mario Morcellini**]
- d. L'informazione locale come 'bene rifugio' della prossimità [Docente: **Prof. Mario Morcellini**]

### Test di verifica del modulo

---

### Modulo A)

*Economia, normativa, amministrazione e società*

#### 1. Gestione Amministrativa

- a. Procedure amministrative per la creazione di un giornale [Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- b. Elementi di gestione amministrativa I: Il lavoro nell'impresa editoriale [Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- c. Elementi di gestione amministrativa II: La distribuzione e la vendita dei prodotti editoriali



[Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]

## 2. Modelli di Business e sostegno

- a. Modelli di business dell'impresa editoriale contemporanea [Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- b. Forme di raccolta fondi e monetizzazione [Docente: **Dott.ssa Irene Vitale**]
- c. Focus sui contributi pubblici, bandi nazionali, regionali, europei [Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- d. Focus sul crowdfunding [Docente: **Dott.ssa Irene Vitale**]

## 3. Privacy e Copyright

- a. Il GDPR: principi e norme [Docente: **Avv. Marianna Quaranta**]
- b. Gestione privacy e dati utenti e fornitori [Docente: **Avv. Marianna Quaranta**]
- c. Diritto all'oblio [Docente: **Avv. Marianna Quaranta**]
- d. Principi di copyright [Docente: **Prof. Francesco Saverio Vetere**]
- e. Europa e la resilienza della democrazia, mentre gli Usa dichiarano guerra ai big tech [Docente: **Dott.Fernando Bruno**]

## Test di verifica del modulo

---

### Modulo B)

#### *Scrittura e contenuti digitali*

##### 1. Contenuti di testo

- a. Le regole di scrittura dei social [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]
- b. Scrivere in ambiente di rete [Docente: **Michele Travagli**]
- c. Utilizzo di Wordpress per editor [Docente: **Julio Vazquez**]

##### 2. Tipi di scrittura

- a. Scrivere di fenomeni generazionali [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]
- b. Scrivere le soft news [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]
- c. Scrivere di numeri e di dati [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]

##### 3. Contenuti visivi

- a. Principi di linguaggi e identità visive [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Tecniche di foto e video ripresa [Docente: **Julio Vazquez**]
- c. Tecniche di photoediting [Docente: **Julio Vazquez**]
- d. Tecniche di montaggio video [Docente: **Julio Vazquez**]
- e. Linguaggio visivo, video e copy su Instagram [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]

##### 4. Contenuti audio

- a. Creare un contenuto e regole di scrittura per gli assistenti vocali [Docente: **Michele Travagli**]





- b. I formati audio: podcast e flusso [Docente: **Michele Travagli**]
- c. La scrittura per i formati audio e per podcast [Docente: **Michele Travagli**]
- d. Registrazione e montaggio audio [Docente: **Julio Vazquez**]
- e. Utilizzo delle piattaforme per la distribuzione di podcast [Docente: **Michele Travagli**]

## 5. Ottimizzazione

- a. Principi di SEO e ASO [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Scrivere in ottica SEO [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]
- c. La SEO per smart speaker e interfacce vocali [Docente: **Michele Travagli**]
- d. Creazione e gestione di un piano editoriale [Docente: **Dott. Davide Burchiellaro**]

## Test di verifica del modulo

---

### Modulo C)

*Tecnologia e comunicazione per giornalisti ed editori*

#### 1. Contesto di distribuzione

- a. Over the top, big data e 5G: introduzione alle nuove tecnologie [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Cloud computing e 5G: prospettive e applicazioni [Docente: **Michele Travagli**]

#### 2. Pubblicità

- a. Il nuovo mercato della pubblicità: introduzione [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Principi di programmatic advertising [Docente: **Michele Travagli**]
- c. Principi di native advertising [Docente: **Michele Travagli**]
- d. Come funziona una piattaforma di programmatic adv [Docente: **Michele Travagli**]
- e. Strategie di gestione dell'inventario editoriale [Docente: **Michele Travagli**]

#### 3. Lettura dei dati

- a. Google Analytics: principi base di analisi [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Google Analytics: tecniche di analisi avanzata [Docente: **Michele Travagli**]
- c. Tecniche di analisi del sentiment online [Docente: **Michele Travagli**]
- d. Tecniche di listening online [Docente: **Michele Travagli**]
- e. Cosa sono, come si definiscono i KPI e come monitorarli [Docente: **Michele Travagli**]

#### 4. Marketing

- a. Introduzione al digital marketing [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Principi di inbound marketing [Docente: **Michele Travagli**]
- c. Principi di marketing automation [Docente: **Michele Travagli**]
- d. L'importanza del funnel nel digital marketing [Docente: **Michele Travagli**]
- e. Content marketing [Docente: **Michele Travagli**]



- f. Influencer marketing [Docente: **Michele Travagli**]

## 5. Coinvolgimento

- a. L'intelligenza artificiale a supporto della scrittura e del giornalismo [Docente: **Michele Travagli**]
- b. Community ed engagement: persone prima dei bit [Docente: **Michele Travagli**]
- c. Intercettare e coinvolgere nicchie di pubblico [Docente: **Michele Travagli**]

## Test di verifica del modulo

---

### Modulo conclusivo

#### 1. Linguaggi multimediali

- a. L'utilizzo delle piattaforme digitali nell'ambito della produzione di format audiovisivi [Docente: **Dott. Roberto Sciarrone**]
- b. Creazione di format audiovisivi attraverso la confluenza di tre tradizioni medial e culturali [Docente: **Dott. Roberto Sciarrone**]
- c. Dallo storytelling allo storydoing [Docente: **Dott. Roberto Sciarrone**]
- d. Ideazione e conduzione di format radiofonici, la web radio, l'engagement social, i podcast [Docente: **Dott. Roberto Sciarrone**]

#### 2. Esperienze e casi studio

- a. Webinar e dad: usi, differenze e abusi [Docente: **Dott. Marco Giovannelli**]
- b. Reportage tradizionale e con smartphone: differenze e come si porta a casa la notizia [Docente: **Dott. Marco Giovannelli**]
- c. I social per comunicare: è giornalismo o propaganda [Docente: **Dott. Marco Giovannelli**]
- d. La cancellazione dei post dell'ex presidente USA Trump: è censura o protezione contro la violenza? [Docente: **Dott. Marco Giovannelli**]

## Test di verifica del modulo

**TEST FINALE:** Paper giornalistico anche multimediale

### INFORMAZIONI

Università degli Studi di Roma  
UnitelmaSapienza  
www.unitelmasapienza.it  
info@unitelmasapienza.it