

Il copywriter

Alla scoperta di una professione

Copywriter

Il redattore pubblicitario o copywriter o copy è la persona che scrive tutte le parole della pubblicità (testi per annunci stampa, affissione, web, radiocomunicati e telecomunicati, e così via). Lavora all'interno di un'agenzia pubblicitaria, e insieme al direttore artistico (art director) forma la coppia creativa.

Copywriting

Si tratta della scrittura di testi e articoli originali: è utilizzato per la stesura di testi commerciali e per la produzione di testi di intrattenimento e informazione.

È una parola legata semanticamente a quella del **copyright**, che indica invece la proprietà intellettuale o di sfruttamento commerciale di un'opera intellettuale, di un marchio o di un brevetto.

(Copyleft)

La pratica del copyleft, nata storicamente per consentire lo sviluppo dei linguaggi di programmazione e quindi con lodevoli intenti antimonopolistici, non esclude, né vuole azzerare il copyright, ma anzi lo presuppone. Consente l'accesso regolamentato a determinati testi, purché non a scopo di lucro, conservando agli autori le royalties tradizionali.

Tra i suoi sostenitori spicca il collettivo bolognese dei Wu Ming, i quali ormai da dieci anni sostengono che la disponibilità in Rete dei loro romanzi non solo non ha danneggiato le vendite in libreria dei medesimi titoli, ma le ha semmai favorite: proprio perché fa circolare il nome e i prodotti, attivando una serie non indifferente di benefici e ricavi collaterali, un po' come succede ai musicisti che quello che perdono in dischi lo recuperano con i concerti. A ben guardare, il copyleft sarebbe insomma un'astuta pratica promozionale messa in atto da chi ha capito prima e meglio le potenzialità della Rete, e dunque un investimento a costo zero, parecchio redditizio. Certo, presuppone che autori tanto pensosi del bene comune siano già sufficientemente noti, perché è difficile per un esordiente farsi notare da solo nel frastornante rumore di fondo della Rete.

I mestieri del copywriter

- copy di agenzia
- addetto-stampa
- pierre
- speechwriter/spin doctor
- ghostwriter
- giornalista
- produttori di contenuti per il web

prodotti del copywriter

- titoli e testi pubblicitari
- script e storyboard
- sceneggiature
- le parole di canzoni
- le parole dei jingle
- testi per un programmi radiofonici
- documenti di strategia
- inviti a manifestazioni
- testi per lapidi o targhe commemorative
- articoli per quotidiani e periodici,
- presentazioni in .ppt
- programma di festival
- l'introduzione a libri
- programma elettorale
- comunicati stampa
- nomi per nuovi prodotti
- libretto di istruzioni
- foglietti illustrativi
- testi per il packaging
- brochure, sales folder e materiali below the line
- contenuti per il web di n tipi
- relazioni da inserire in atti di seminari e convegni
- i testi di una bolletta dell'energia elettrica o del telefono
- estratto conto di una banca e note e comunicazioni che la stessa spedisce ai suoi clienti

Tipologie di scrittura

- scrittura creativa: propria di un romanzo, un racconto, una poesia, una sceneggiatura, una canzone o uno slogan pubblicitario
- scrittura funzionale: resoconto trimestrale dell'andamento di un'azienda. O di una presentazione di dati in powerpoint, un paper scientifico, un comunicato-stampa, un articolo di cronaca, un progetto di marketing, un saggio, un manuale, il bugiardino di un farmaco o le istruzioni per l'uso del telefono cellulare.
- scrittura SEO oriented: scrivere in modo che i contenuti siano più graditi (visibili) dai motori di ricerca

Spesso non si può distinguere tra questi tre tipi di scrittura, che soprattutto sul web si sovrappongono. Intanto scrivere contenuti originali, ben formattati (organizzati e stilati, e composti) e veramente informativi, non solo è utile per l'utente a cui pensate di indirizzare tale testo, ma è anche molto ben gradito dai motori di ricerca.

Scrivere è un gesto creativo

- Ha poco senso parlare di scrittura creativa come di un particolare ambito – in prevalenza letterario – d'impiego del linguaggio, suggerendo implicitamente l'esistenza di una scrittura che creativa non è.
- Se facciamo nostra la definizione che il matematico Henri Poincaré dà della **creatività** come unione di elementi preesistenti in combinazioni nuove, che siano utili, scrivere (e ovviamente parlare), cioè montare (come?) parole (quali?) fino a formare uno fra gli innumerevoli discorsi possibili, è in sé e sempre un gesto creativo.
- Qualche volta ce ne dimentichiamo. Qualche volta non onoriamo con tutta la consapevolezza necessaria le potenzialità e le responsabilità che l'atto di parlare o di scrivere comporta. Ma perfino scegliendo di dire o non dire una singola frase, e di dire o non dire quella frase o un'altra in un contesto o in un altro, compiamo una scelta che produce nuovo senso. E la compiamo creativamente.
- Che cosa è creativo e cosa no? Un riassunto è creativo? Bisogna incoraggiare l'impiego della creatività nella scrittura di qualsiasi testo, e chiarire alcuni equivoci pericolosi: che la creatività abbia necessariamente una componente bizzarra, o che coincida con la trasgressione e con il rompere regole e non con l'istituire regole nuove e migliori, o che c'entri più con la fantasticheria che con l'immaginazione produttiva, o che si possa essere creativi solo scrivendo di temi leggeri, o scrivendo di argomenti immaginari.

Forma e contenuto

- Spesso chi non scrive per mestiere o chi è alle prime armi si concentra sul contenuto e non su come scrive, come se l'unico modo per esprimersi sia scriversi, raccontarsi.
- Il modo in cui gli autori in letteratura (ma il discorso vale per tutte le arti) si esprimono non è quasi mai scrivere di sé: l'autoritratto, o l'autobiografia, non sono che alcuni tra i generi o le forme che un'opera può avere, non necessariamente praticata dall'autore.
- È lo stile che esprime l'autore, ed è dato da tante cose diverse (principalmente dalle sue letture, dalla “cultura” che ha) e solo per certi tratti direttamente dipendente dal dato biografico.

Le professioni del web

- **Web editor:** il creatore/pubblicatore dei contenuti (redattore web; content editor; blogger; giornalista).
talento: voce caratteristica
- **Content curator:** il selezionatore e aggregatore di fonti e notizie.
“Nel futuro i contenuti sul web andranno duplicandosi ogni 72 ore. Ci sarà bisogno di una nuova categoria di individui. Non qualcuno che lavori creando ulteriori contenuti, ma che dia un senso a tutti i contenuti creati da altri” Rohit Bhargava, Global Director, Ogilvy (2009). E questo è quello che fa nel 90% dei casi chi gestisce o lavora in una rivista online.
talento: trasformare il rumore di fondo in segnale e quest’ultimo in storie co-create; storytelling
- **Community manager:** portabandiera e portavoce della community.
talento: empatia; tre step: attraction, engagement e fidelity (attrazione, impegno - azioni, fidelizzazione)
- **Digital PR:** l’architetto delle relazioni tra persone
talento: abilità nel networking all-line: no barriere geografiche ma aggregazione per passioni e interessi (online); frequentazione meeting, seminari, workshop, andare a incontri e vedere gente (offline); gestire e sviluppare i contatti (online)
- **Web analyst:** l’interprete delle modalità di navigazione degli utenti.
talento: capacità di leggere e interpretare i numeri e di tradurli in strategia (comportamento, engagement, fasce orarie, provenienza utenti, pagine più viste ecc)

Twitteratura

Il termine deriva dalla crasi di twitter e letteratura, ed è un metodo sperimentale per la rielaborazione e la riedizione di opere della letteratura “in 140 caratteri”, ovvero in tweet.

Quello che in apparenza sembra solo un passatempo da social network, è in realtà un progetto che mira a educare alla lettura, alla riscrittura sintetica e all’uso consapevole delle tecnologie digitali.

La riscrittura è un metodo di rielaborazione del testo, solitamente un classico della letteratura. I modi per riscrivere una storia sono molteplici e hanno obiettivi ben precisi: dagli esercizi di stile – famosi quelli di Raymond Queneau – che sperimentano la riscrittura di racconti semplici usando linguaggi settoriali e gergali, alle vere e proprie trasformazioni della storia e dei personaggi.

Soprattutto in questa seconda forma, la riscrittura assume un particolare significato manipolatorio potendo incidere sul contesto, sul punto di vista narrativo o sull’identità dei personaggi. In questo modo, la riscrittura può arrivare ad assumere un valore politico di critica al costume e di provocazione verso la tradizione letteraria.

Un mezzo conciso e un metodo, ideato nel 2012, particolarmente accurato. La fase finale di ogni progetto è un tweetbook, che costituisce la selezione e la cura editoriale del materiale prodotto.

Twitteratura

- Si tratta di prendere un'opera e “transmediarla” trasformandola in qualcosa di più leggibile, periodico, coinvolgente.
- Si legge l'opera e si individuano gli # hashtag (TWtitolo; TWtitolo+autore).
- Si creano i personaggi con i rispettivi profili su Twitteratura.
- Si dà corpo all'esperienza del testo e la si condivide con gli altri sotto forma di “riscrittura”. Bisogna parafrasare, riassumere, commentare, reinventare la scrittura dell'autore, producendo una serie di tweet riferiti a ciò che – pagina dopo pagina – leggeranno. Ogni tweet dovrà contenere l'hashtag principale e rispettare alcune semplici regole. Ogni riscrittore è libero di leggere e poi riassumere, parafrasare, commentare e creare libere associazioni a partire dal testo attraverso brevi messaggi di 140 caratteri usando l'hashtag di riferimento, ad esempio #TwPinocchio, seguito da /01, /02, /03 ecc. per indicare il numero del capitolo.
- Il vincolo della brevità (com'è noto, ogni tweet non può superare la lunghezza di 140 caratteri) stimola la capacità di tradurre in forma sintetica l'esperienza del testo che è oggetto di lettura. Tale restrizione attiva cioè le competenze necessarie per svolgere una lettura “profonda” di un testo complesso, competenze che includono analisi critica, ragionamento deduttivo, riflessione, intuito. Le competenze del copywriter.

Twitteratura

La comunità sceglie un libro, lo legge e lo commenta – un capitolo alla volta, in base a un calendario condiviso – ‘riscrivendolo’ su Twitter. Ciascun utente propone la sua interpretazione in forma di tweet (uno o molti, a seconda dell’ispirazione): la riscrittura può essere parafrasi, variazione, commento, libera interpretazione. L’uso di registri stilistici differenti permette di sperimentare infinite combinazioni di decostruzione e ricostruzione del testo di partenza, un sistema di micro-testi prodotti dalla comunità (commentari) in relazione con l’opera di partenza e fra di loro (perché ogni tweet si presta a sua volta a repliche, commenti, aggiunte).

Al termine della riscrittura questi micro-testi, attraverso un processo editoriale di selezione, diventano dei nuovi contenuti: i membri della comunità possono produrre dei tweetbook (in formato PDF, HTML o ePub) con i tweet migliori del progetto ed eventualmente stamparli.

Twitteratura - l'hashtag

La scelta dell'hashtag è decisiva, perché presuppone tre principi chiave:

- Riconoscibilità. L'hashtag utilizzato deve essere chiaramente identificabile, per consentire di isolare i tweet del progetto di riscrittura dagli altri tweet presenti nel flusso indistinto delle timeline di Twitter.
- Coerenza. L'hashtag utilizzato deve evocare in modo semanticamente inequivocabile il testo oggetto di lettura e riscrittura collettiva. Ciascun tweet, infatti, non è che un operatore deittico che evoca il testo: il richiamo semantico del testo deve perciò essere immediato.
- Sintesi. L'hashtag deve essere breve, per non erodere troppi caratteri ai 140 disponibili.

Twitteratura - esempi

 Edoardo Montenegro and 1 other Retweeted



Mattia Pascal @MattiaPascalTw · 15h

Io sono il fu Mattia Pascal! [#MattiaTw/18](#) [#finedellastoria](#) E la vita riserva anche a voi inaspettate sorprese? [@edmonten](#)

 Translate from Italian



4



8

Twitteratura - esempi



vittorio_b @vittorio_b01 · Jan 20

#**MattiaTw**/15 "...me ne sarei andato via da quella casa, in cui mi ero fatto quasi il nido", Pascal come Pascoli (12BVB188)

 Translate from Italian



4



8



The Towner Italia and 111 others follow



Paolo Costa @paolocosta · Jan 23

Mi si nota di più se mi fingo morto per essere vivo o se mi faccio uccidere per non morire? #**mattiatw**/17

 Translate from Italian



1



4



6

Twitteratura - esempi



Paolo Izzo @lzzoPaolo22 · 13 Oct 2015

Due uomini stavano, l'uno dirimpetto all'altro, al confluente, per dir così, delle due viottole [...] **#TwSposi**

Translate from Italian



3



18

Twitteratura - esempi



Mario Corniello @334b15337e944d9 · 13 Oct 2015

Quel ramo del lago di Como, che volve a mezzogiorno, tra due catene non interrotte da monti [...] **#TwSposi**

 Translate from Spanish



8

Twitteratura - esempi



Twitteratura - esempi

TwLetteratura Retweeted



2L_Zumbini @2L_Zumbini · 1h

Che gran lettore che era @DonChisciotteTw ! Credo che gli sarebbe piaciuta @TwLetteratura! @SancioPanzaTw @LapisEdizioni
#TwChisciotte/01

🌐 Translate from Italian



Glossario

- **spin doctor**: esperto nel campo della comunicazione che lavora come consulente per conto di un personaggio politico (o eventualmente di un partito); ha il compito di curarne e promuoverne l'immagine pubblica e di attirargli il necessario consenso elettorale mediante precise strategie di comunicazione e di marketing.
- **pierre**: persona che cura le relazioni esterne di un'istituzione o di un'azienda.
- **ghost writer**: chi, dietro compenso, scrive discorsi, articoli, interviste per conto di altra persona, che ne assume poi la paternità, o dà forma letteraria e compiuta a idee da essa abbozzate.
- **brief**: documento nel quale vengono indicati gli obiettivi di una campagna pubblicitaria e tutte le informazioni utili per la sua realizzazione (profilo dell'azienda produttrice, presentazione del prodotto o della linea di prodotti da reclamizzare, indicazioni sui target di riferimento, ecc.).
- **script**: copione, sceneggiatura di un film, di una trasmissione radiotelevisiva.
- **storyboard**: sequenza di immagini, per lo più bozzetti, e didascalie che descrivono in successione i cambiamenti importanti di scena e di azione nella progettazione di un film, di uno spettacolo televisivo o di uno spot pubblicitario.

Glossario

- **brochure**: opuscolo.
- **indicizzazione**: descrizione sintetica del contenuto di un documento mediante l'attribuzione di segni di riconoscimento (parole chiave, codici alfanumerici, ecc.) che ne permettano il reperimento all'interno di un catalogo o di un archivio. Nel web, significa l'inserimento di un sito web nel database di un motore di ricerca. L'indicizzazione di un sito internet, in altre parole, è il modo in cui il sito viene acquisito e interpretato dai motori di ricerca e quindi compare nelle loro pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti web.
- **SEO**: ottimizzazione per i motori di ricerca (in inglese Search Engine Optimization), ovvero le attività volte a migliorare la visibilità di un sito web sui motori di ricerca (quali ad es. Google, Yahoo!, ecc.) al fine di migliorare (o mantenere) il posizionamento nelle pagine di risposta alle interrogazioni degli utenti del web.
- **sito web**: l'insieme di più pagine Web, collegate tra loro per mezzo di collegamenti ipertestuali, e cui si accede tramite lo stesso indirizzo. È il luogo virtuale nel quale un singolo individuo, una società, un'associazione o un'istituzione offrono contenuto informativo al pubblico dei visitatori.
- **CMS**: un content management system (sistema di gestione dei contenuti in italiano) è un strumento software, installato su un server web, il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando il webmaster da conoscenze tecniche specifiche di programmazione Web. “Lato amministrazione”, quindi non pubblico ma ristretto a un numero limitato di utenti, amministratori, di un sito.

Presentazione elaborata da Simone Giusti per il progetto
SMS
Social Media School

