

Il Viaggio Delleroe La Struttura Del Mito Ad Uso Di Scrittori Di Narrativa E Di Cinema

«Carlo Mazzacurati. Un regista, un uomo di cultura, una persona mite e forte, come le storie che ha raccontato nei suoi film» (Ilvo Diamanti). La prima monografia completa sull'opera di Carlo Mazzacurati, da *Notte italiana* (1987) a *La sedia della felicità* (2013), compresi i documentari, da *Ritratti* (Zanzotto, Meneghello, Rigoni Stern) a *Medici con l'Africa*. A un anno dalla sua scomparsa (22 gennaio 2014), un gruppo di studiosi, coordinati da Antonio Costa, racconta e interpreta i film di uno dei più amati registi di quella generazione che, sul finire degli anni ottanta, ha contribuito a una rinascita del cinema italiano. Interprete del paesaggio e dei mutamenti antropologici del Nord-Est, Mazzacurati ha saputo coniugare poetica d'autore e attenzione ai generi, fedeltà alle proprie radici venete e capacità di dialogare con i modelli del grande cinema, americano e italiano.

Il viaggio dell'eroe. La struttura del mito ad uso di scrittori di narrativa e di cinema Il viaggio dell'eroe. Menti, mappe e visioni per vivere il cambiamento nel terzo millennio FrancoAngeli Corso completo di scrittura creativa Il testo di scrittura creativa più completo Daniele Abate

Paul Pavese, scrittore di best seller, mentore del progetto editoriale *Fabula Nuova* e ispiratore di una generazione, è sparito nel nulla. L'unica persona che però sembra davvero preoccuparsene è la responsabile marketing della casa editrice, Samantha Neli, che da sempre è una sua fan. Inizia così una ricerca tra i testi pubblicati e inediti, a caccia di indizi che sembrano non portare a nulla. Così come non sembra risolutivo spostare l'indagine nelle terre di origine di Pavese. Ma forse la soluzione è molto più vicina di quanto Samantha non creda... Tra libri garantiti per tutti dal Governo e venduti pure in farmacia, "La vita sociale delle sagome di cartone" è un romanzo a tratti surreale, a tratti grottesco, che indaga sul concetto di fiction – quanto c'è di vero nella finzione e quanta finzione c'è nella verità? – e che non rinuncia mai ad essere dissacrante nei confronti del mondo editoriale e dei suoi meccanismi.

I Tarocchi Fiabeschi sono un sistema simbolico di ventitré carte, di immagini originali con diverse funzioni, che raffigurano gli archetipi fiabeschi. Personaggi, luoghi, oggetti, alleati e antagonisti. Per raccontare e farsi raccontare storie che fanno riflettere, per trovare soluzioni, per trasformare le nostre immagini interiori, per vivere nell'unità e nella gioia. Le Psicofiabe nascono dall'unione di "psiche" (anima) e "fiaba" (raccontare) e rappresentano quindi i "racconti dell'anima", per l'anima. Esse si ispirano alla Psicomagia e agli Psicotarocchi di A. Jodorowsky e alla Psicologia Immaginale di J. Hillman. La Psicofiaba è un regno intermedio, una terra di mezzo, tra il conscio e l'inconscio, tra il sogno e la veglia, tra realtà e immaginazione, tra materia e spirito, uno stato di coscienza onirico, poetico, creativo, intuitivo, estetico ed estatico. Rappresenta uno strumento per l'evoluzione, la guarigione, la trasmutazione, la trasmissione di conoscenze iniziatiche, di rituali di passaggio e individuazione, di ricordo di sé. Le fiabe sono tracce che i nostri antenati hanno disseminato lungo la strada, affinché la nostra anima possa ritrovare la via luminosa verso casa.

In questo libro intendo presentare un nuovo metodo di disporre le carte che si allontana dall'abituale forma dei giochi di tarocchi. I Tarocchi di Ishvara sono una combinazione di astrologia, rune e cabala. Si possono usare, oltre che nel modo tradizionalmente conosciuto che è quello più classico, anche in modo terapeutico facendo delle costellazioni relazionali. La peculiarità dei Tarocchi di Ishvara è che vi accompagnano nel processo della realizzazione del Sé. I Tarocchi di Ishvara sono dedicati a coloro che sono disposti a fare un viaggio nel proprio inconscio e scoprire, come nei sogni, il messaggio di una coscienza superiore e profonda, il messaggio del Maestro interiore che è nascosto in ciascuno di noi. Porteranno libertà, luce e amore.

In tutte le narrazioni è visibile una struttura invariante: il protagonista è spinto a intraprendere un'avventura che lo strappa alla realtà quotidiana e lo porta in un mondo straordinario nel quale dovrà superare prove mortali per sconfiggere il nemico e riportare a casa un dono capace di restaurare l'ordine violato. Questa è almeno la tesi sostenuta da Christopher Vogler nel *Viaggio dell'eroe* – un celebre manuale di sceneggiatura a uso dell'industria cinematografica hollywoodiana, che a sua volta si riferisce ai precedenti studi di mitologia comparata di Joseph Campbell. I saggi contenuti in questo volume, da un lato, mettono alla prova questo pattern per analizzare i dilemmi della soggettività e della presa di coscienza negli ambiti apparentemente lontani della narrativa, della politica e della conoscenza scientifica; dall'altro, criticano e arricchiscono questa stessa struttura, mediante l'analisi di una serie di esempi tratti da scrittori (Bianciardi, Conrad, Evangelisti, Dick, King, McCarthy, Prunetti, Tolkien), pensatori (Benjamin, Bloch, Jung, Kuhn, Marx) e da una vasta filmografia che include titoli quali: *Tutti a casa*, *Apocalypse Now*, *Blade Runner*, *Matrix*, *La ragazza che sapeva troppo*, *Joker*, *Torneranno i prati*. Con questo libro la narratologia esce dall'accademia e aspira a cambiare il mondo, mentre il Signore degli Anelli, *It* e *Joker* prendono posto accanto al Capitale, alle Tesi sul concetto di storia e al Principio Speranza.

Un modello facile e applicabile a qualsiasi azienda o professionista Conquistare nuovi clienti è sempre più costoso e difficile. E non basta più soddisfarli per averne tanti e fedeli: per trasformarli in fan e testimonial entusiasti bisogna farli innamorare! Come? Con sei strategie relazionali il cui acronimo è **CARDIO** Coinvolgi Emoziona il tuo pubblico, fallo partecipare e rendilo protagonista. Ascolta Prima di fornire risposte e soluzioni, scopri quali sono i veri bisogni da soddisfare. Racconta Per cosa sei diverso da tutti i concorrenti? Mettici la faccia e trasmettilo, in modo trasparente e autentico. Delizia Vuoi far esclamare wow al cliente? Fagli vivere una customer experience sorprendente! Impara L'innovazione richiede formazione continua. Orienta Ispira e motiva clienti e team con idee, valori e scelte. Per ognuna di esse, sono illustrate esperienze di successo replicabili dal piccolo artigiano così come dal produttore industriale. CardioMarketing non è un'utopia, ma una filosofia pragmatica che porta risultati straordinari: l'unico vantaggio competitivo sostenibile è farsi rispettare, amare e scegliere ogni giorno. Perché il cuore del business è far battere il cuore del cliente!

Il volume prende spunto da una giornata di studi promossa dal CRISA (Centro di Ricerca Interdipartimentale di Studi Americani) dell'Università Roma Tre. Nell'ambito di una attività di ricerca interdisciplinare sul mito e la cultura occidentale, che ha dato vita ad altre attività e pubblicazioni (che saranno parimenti pubblicate per i tipi della Roma TrE-Press), il volume indaga la rilevanza del mito e delle sue forme per il cinema americano. Esso è composto di undici saggi, suddivisi in tre sezioni. La prima sezione riguarda il rapporto tra mito e divismo, e contiene un saggio introduttivo sulle prime formulazioni del dibattito sul tema da parte di Roland Barthes e Edgar Morin nella Francia degli anni Cinquanta, e dei saggi relativi alle figure di Humphrey Bogart e Cary Grant. La seconda sezione affronta diverse implicazioni del rapporto tra cinema postclassico e mito, a partire dalla rielaborazione del "viaggio dell'eroe" teorizzato da Joseph Campbell e Chris Vogler in relazione alle problematiche di razza e gender. Questa sezione contiene analisi di film assai diversi, come *Domino* (Tony Scott, 2005), *Iron Man* (Jon Favreau, 2008) e *Lontano dal paradiso* (Todd Haynes, 2002). La terza sezione si concentra invece sul rapporto del discorso mitico con particolari dimensioni spaziali e temporali, dalla mitopoiesi legata al discorso bellico alla rielaborazione dei miti del western nel cinema di Sergio Leone, e dal ruolo di Las Vegas nell'immaginario dell'intrattenimento americano fino alla componente di riflessione storica della serialità televisiva contemporanea.

Si può organizzare un'azienda seguendo gli stessi principi che guidano l'ideazione di un asilo? Il gioco e la sperimentazione sono spazi d'azione su cui è possibile improntare la propria visione imprenditoriale. In questo saggio si propone un «non-metodo» di gestione delle organizzazioni aziendali fondato su un approccio agile, un'apertura all'ascolto e soprattutto sui cambiamenti che possono innescare le persone. Case studies, ricerche scientifiche e teorie del management si intersecano con la nota filosofia educativa del Reggio Emilia Approach per stimolare nuovi spunti di riflessione che ci permettano di ripensare gli ostacoli attuali: dall'incertezza frettolosa che caratterizza la rivoluzione digitale all'emergenza sanitaria, fino al ruolo della finanza. Bisogna ripartire dalle persone che lavorano con

l'azienda (e non solo) prendendosene cura, in particolare con attività che insistano sulla sfera del benessere psicologico e sociale. Nati per cambiare traccia così linee guida per le future imprenditrici, i futuri manager, responsabili delle Risorse Umane o chiunque vorrà sperimentare nuovi metodi di conduzione all'interno di aziende già esistenti, e lo fa raccontando un percorso, quello di LUZ, e sollevando più e più quesiti utili per impostare il proprio viaggio all'insegna della fiducia e dell'humanitas.

L'industria del cinema e quella della fiction (oltre alla letteratura, che le alimenta con i suoi contenuti) hanno un ruolo centrale nella società di oggi: cinema e fiction, dove funzionano, trainano lo sviluppo dell'economia, stimolano l'innovazione, migliorano l'immagine globale di un Paese. In questo saggio – basato ampiamente su interviste inedite e sulla frequentazione diretta e assidua di professionisti del settore – l'autore analizza i meccanismi concreti di impostazione, creazione, sviluppo e realizzazione dei film, mostrando il ruolo ricoperto nella scelta e nella «messa in forma» dei progetti da quell'insieme di aziende e di pratiche realizzative che fanno parte del sistema Hollywood.

Hai mai pensato che la causa dei tuoi problemi stia proprio nella strategia che impieghi per risolverli? Che le soluzioni che adotti per superare una difficoltà, in realtà non facciano altro che peggiorarla? Rimuginare, esercitare ossessivamente il controllo, evitare per timore, procrastinare, cercare l'approvazione altrui: ciascuna di queste azioni viene messa in atto per contrastare un disagio, ma nella realtà dei fatti molto spesso non fa che accrescerlo. Ecco allora che, per spezzare i circoli viziosi della mente, diventa necessario adottare una strategia diametralmente opposta. Bernardo Paoli, psicologo specializzato in terapia breve e ipnosi, ci spiega come fare: utilizzando la formula del "dialogo terapeutico", il resoconto reale di sedute terapeuta-paziente, ci guida alla scoperta di quaranta tra le più comuni trappole mentali in cui, più o meno consapevolmente, cadiamo, e ci mostra le strategie più efficaci per evitarle. Per capire quali sono i nostri "angoli ciechi", gli autosabotaggi che tendiamo a mettere in atto, basta scoprire quali sono le storie in cui ci identifichiamo di più. E per ciascun angolo cieco l'autore ci indica la "virtù psicologica" complementare da perseguire, che illumini come un faro la strada verso il cambiamento. Un percorso pratico che in tempi brevi ci porterà dal problema alla soluzione.

Il più completo ed esaustivo manuale che svela agli aspiranti scrittori tutte le regole per dare vita all'opera narrativa perfetta. Tecniche di scrittura, consigli e risoluzione ai problemi che si possono incontrare durante la stesura spiegati dettagliatamente per realizzare il sogno di ogni aspirante scrittore che si rispetti.

Negli ultimi anni il modo di fare marketing e di approcciarsi al consumatore si è evoluto. Il termine buyer personas è entrato nel gergo degli addetti ai lavori e, un po' alla volta, è arrivato all'orecchio degli imprenditori e di chi si occupa di vendite. Ma cosa sono le buyer personas? Come si creano e dove si utilizzano? Attraverso parti tecniche, momenti di narrazione ed esempi pratici nei settori del B2B e del B2C, il libro Buyer Personas risponde a questa e ad altre domande con l'obiettivo di condurre il lettore, passo dopo passo, alla scoperta di uno degli elementi fondamentali per impostare un'efficace campagna di comunicazione. In un contesto in cui le persone desiderano sentirsi comprese e scegliere cosa comprare senza pressioni, conoscere meglio il potenziale cliente aumenterà la tua capacità di rispondere ai suoi bisogni e alle sue aspettative, con il risultato sorprendente di orientarne le decisioni d'acquisto e vendere di più.

Al volgere del secolo le serie tv si sono imposte come nuova forma d'arte capaci di sfidare il cinema sul suo stesso terreno, quello della narrazione attraverso le immagini e i suoni. Titoli come CSI, 24, Dexter, Mad Men, Il Trono di Spade hanno raggiunto livelli di elaborazione stilistica, di articolazione narrativa e di profondità tematica con cui pochi film contemporanei sono in grado di competere. Le serie tv hanno riportato al centro della cultura popolare le nozioni di mimesi, di epopee di grande narrazione, delle quali i teorici del postmoderno avevano avventatamente proclamato l'obsolescenza. In questa nuova forma d'arte, la serialità televisiva richiede una nuova filosofia che si è in grado da una parte di individuare i tratti peculiari delle serie tv, dall'altra di mostrare la rilevanza filosofica delle riflessioni narrative sui ruoli degli individui all'interno della comunità, sulla natura della forza e delle norme, sulla costruzione della realtà sociale.

Un corso così completo di scrittura creativa in un libro non è mai esistito prima d'ora. La seguente descrizione si riferisce al volume completo "Corso completo di scrittura creativa". Attraverso più di 200 pagine in formato A4, il Prof. Daniele Abate, Dr. Magistrale in Psicologia, bilingue inglese-italiano, scrittore di poesie e racconti da quando aveva 10 anni, attualmente autore di più di 40 libri, guida il lettore attraverso un processo creativo organizzato in quattro fasi: 1) ideazione 2) pianificazione 3) composizione 4) revisione. Il testo contempla ogni aspetto non solo della scrittura ma anche della vita e della carriera dello scrittore: il target e come individuarlo, i generi e gli elementi specifici, come trovare e gestire le idee, le origini della tragedia dell'eroe e dell'eroe tragico, le regole della buona scrittura narrativa da Aristotele a Joseph Campbell e oltre, quali sono le caratteristiche latenti e manifeste di un'opera di successo, ogni aspetto della creazione dei personaggi, della trama, e delle scene, come scrivere bene ed eseguire un buon editing, come evitare il blocco dello scrittore, i vari modi di pubblicare le proprie opere, come scrivere una sceneggiatura, e ancora esercizi, guide, esempi, riflessioni, e molto altro!

#esserepadrioggi è una guida per papà che desiderano essere genitori consapevoli. In un mix di narrativa, filosofia e coaching umanistico, si delineano strumenti utili per definire il padre che si sogna di diventare e per chiarire il progetto educativo che si desidera per i propri figli. Piccole gag familiari strappano un sorriso e insieme segnano le tappe di questo percorso, aprendo le porte a riflessioni sul significato della genitorialità. La base di partenza è sempre l'etimologia delle parole più importanti di cui è costituita la relazione genitoriale, dalle quali germoglia la narrazione unica e personale di ogni papà. Attraverso la pratica del coaching, l'autore ci fornisce un metodo per diventare il "papà migliore che possiamo essere", allenando le proprie risorse e i propri talenti. Perché per sostenere i propri bambini a compiere la propria vocazione diventando adulti liberi e autonomi è necessario che i padri realizzino se stessi, a partire dalle loro potenzialità. Un libro trasversale che aiuta a far chiarezza, a porsi le domande giuste e a costruire la cornice di riferimento necessaria all'agire consapevole.

244.1.73

SAGGIO (41 pagine) - SCRITTURA CREATIVA - Un agile prontuario di scrittura creativa per gli autori di genere, da parte del vincitore del Premio Urania 2011. Un prontuario per aspiranti scrittori, soprattutto "di genere", che tratta delle tecniche narrative in modo esaustivo, semplice e divertito; uno scambio di idee su strutture del racconto, dialoghi e personaggi e raccolta dei documenti. Un ilare confronto fra autore e lettore che procede per esempi pratici, citazioni e consigli; e che guarda alla narrativa che si confronta con il cinema, la scrittura televisiva e quella per il fumetto. ALESSANDRO FORLANI insegna sceneggiatura all'Accademia di Belle Arti di Macerata e Scuola Comics Pescara. Premio Urania 2011 con il romanzo "I senza tempo", vincitore e finalista di altri premi di narrativa di genere (Circo Massimo 2011, Kipple 2012, Robot e Stella Doppia 2013) pubblica racconti e romanzi fantasy, dell'orrore e di fantascienza ("Tristano"; "Qui si va a vapore o si muore"; "All'Inferno, Savoia!") e partecipa a diverse antologie ("Orco Nero"; "Cerchio Capovolto"; "Ucronie Impure"; "Deinos"; "Kataris"; "Idropunk"; "L'Ennesimo Libro di Fantascienza"; "50 Sfumature di Sci-fi"). Vincitore del Premio Stella Doppia Urania/Fantascienza.com 2013.

1305.103

La leadership, così come la conosciamo, è giunta al capolinea. Il leader del prossimo futuro sarà una persona capace di creare un sistema culturale e di valori basato sul dialogo, sulla collaborazione, sulla competenza e sulla fiducia. Il compito principale dei nuovi leader non sarà quello di farsi seguire, ma, al contrario, quello di sviluppare altri leader. Ci troviamo oramai in un particolare momento storico dove la piramide del potere si è rovesciata, e siamo convinti che i leader debbano rendere conto delle loro azioni a collaboratori sempre più scolarizzati e competenti, che li legittimeranno o meno a rimanere nella

propria posizione. Il libro intende contribuire a questa nuova rivoluzione industriale e culturale fornendo una risposta concreta alla richiesta sempre più pressante delle aziende di incontrare leader che, oltre ad avere pensiero prospettico, sappiano collaborare, coinvolgere ed emozionare le persone.

Vuoi conoscere i segreti del carisma ed esprimere al massimo le tue potenzialità? Grazie a PNL e Carisma: migliori la tua autostima e la fiducia in te stesso; ti liberi da imposizioni e vincoli limitanti; influenzi positivamente le persone che hai vicino. La teoria e la pratica per riscoprire le tue caratteristiche, le tue peculiarità e la tua forza e per arrivare a essere la migliore versione di te. Questo è il tuo momento di brillare! L'autore Owen Fitzpatrick è stato il più giovane Master Trainer di PNL al mondo. E' psicologo, psicoterapeuta e Coach.

Gli schermi sono lo specchio della società rappresentata da chi detiene il potere – quasi sempre uomini. Per tale ragione, scrivere e analizzare personaggi femminili nell'audiovisivo è una pratica sempre più urgente. Partendo da un approccio femminista l'autrice ci accompagna in un viaggio ancestrale, quello dell'Eroina, utilizzando il cinema come medium prediletto per raccontare un percorso ciclico e universale, scandito in tappe. Mentre l'Eroe affronta una scoperta, l'Eroina si trova alle prese con una riscoperta di ciò che era ma che aveva dimenticato di essere: il focus del suo viaggio è quello di oltrepassare l'idea che le consapevolezze, le ambizioni e i sogni femminili non siano validi come quelli maschili, a differenza di ciò che afferma Joseph Campbell secondo il quale nella tradizione mitologica la donna rappresenta unicamente la meta da raggiungere da parte del protagonista maschile.

Questa tesi è incentrata sul ruolo del costellatore immaginalista. L'idea di sviluppare quest'argomento nasce dal mio desiderio di migliorare la capacità di condurre qualsiasi gruppo ma soprattutto i gruppi delle costellazioni familiari ad approccio immaginale. Mi sono posta la domanda: quali sono gli aspetti più importanti nella conduzione di un gruppo di costellazioni immaginali?

La sempre maggiore diffusione degli ebook, ormai leggibili su qualsiasi dispositivo fisso e mobile, apre le porte a una rinascita della narrativa ipertestuale, dove le trame di un romanzo o di un racconto diventano più di una e i risvolti narrativi aprono al lettore nuove prospettive in base alle sue scelte, aumentando lo spessore e la tridimensionalità dei personaggi e dando nuova linfa ai diversi generi letterari. Dopo un excursus dedicato alle diverse espressioni della narrativa 'pilotata dal lettore', partendo dalle prime opere sperimentali e attraversando i decenni che hanno visto trionfare le avventure ipertestuali e i libri-gioco, questo manuale entra subito nel vivo delle tecniche di scrittura, procedendo parallelamente all'iper-narrativa, e guida gradualmente gli aspiranti autori attraverso le varie fasi che, dalla progettazione dell'opera, conducono fino all'auto-pubblicazione per i formati e i canali distributivi più importanti. Evitando l'adozione di programmi specializzati, la metodologia descritta nel libro si avvale di programmi comuni e gratuiti e riduce al minimo i tecnicismi e le complicazioni, rendendo possibile a chiunque la creazione e la pubblicazione di opere di iper-narrativa in pochi, semplici passi. La possibilità di scaricare gratuitamente i materiali utilizzati negli esempi, infine, rende il manuale perfetto anche a chi si avvicina per la prima volta all'editoria digitale. Il racconto di iper-narrativa descritto nel manuale, "Il Segreto dei Wilkinson", è disponibile gratuitamente in formato ebook su tutte le librerie e le piattaforme di distribuzione online. L'Autore Bonaventura Di Bello è conosciuto, oltre che per la sua lunga carriera divulgativa e formativa, come autore di interactive fiction con oltre cinquanta opere al suo attivo. Dopo un trentennio di lavoro redazionale su libri e periodici di carattere tecnico e didattico, torna oggi alla sua passione originale, mai sopita, e prima di avviarsi alla pubblicazione dei suoi titoli nel nuovo formato, condivide con il grande pubblico le tecniche sviluppate nel frattempo con la chiarezza e la praticità che contraddistinguono i suoi manuali. In una società senza direzioni non si possono più dare nuovi nomi a vecchi comportamenti. Per mantenere efficace la comunicazione di marca è fondamentale un vero e proprio cambio di paradigma. Quello proposto dagli autori si basa sull'individuazione di nuove narrazioni che, rispondendo a criteri di autenticità per i diversi pubblici, possono avere un potenziale di trasformazione esistenziale. Perché ormai i brand sono sempre più chiamati ad agire all'interno di contesti socio-culturali che non sono più la semplice scenografia delle proprie matrici narrative, ma diventano parte stessa del racconto di marca, per impattare positivamente sulla collettività. Questo nuovo indirizzo strategico per la comunicazione d'impresa e il marketing si delinea a partire da un'analisi del cambiamento sociale, in atto dai primi anni '90, che mette in crisi il tradizionale approccio pianificatorio delle discipline in questione per abbracciare una nuova tensione creativa, in cui marche, pubblico e società si ritrovano all'interno di un circolo virtuoso win-win.

Nell'era della disintermediazione digitale, ogni azienda è davvero una media company? Sì! E se ancora non lo è, deve diventarlo, se non del tutto, almeno in parte. Questo perché al prodotto che propone deve associare un ulteriore servizio, sempre meno opzionale: l'informazione. Non è un processo semplice, perché implica una vera e propria evoluzione delle strutture organizzative e, prima ancora, della mentalità aziendale: l'impresa di oggi deve prima di tutto pensare e pensarsi come una media company, indipendentemente dalle sue dimensioni e attività. L'azienda media company fornisce un'immersione nel vivo della scena editoriale delle organizzazioni italiane, unendo principi di base e ricerca applicata (contiene la prima analisi specifica del settore in Italia) a riflessioni di esperti e case history raccontate dagli stessi brand reporter, oltre a indicazioni pratiche per l'autovalutazione e la creazione delle condizioni per impostare una redazione aziendale efficiente ed efficace.

Saggi - saggio (38 pagine) - Voi non potrete vestire i panni di Paladino, Jedi, Necromante o creatura della notte. Non vivrete l'avventura: voi sarete l'avventura. Quando ci si riunisce per giocare a un gioco di ruolo ognuno nessuno ha problemi a immaginare quale personaggio impersonare. Ma la vera domanda a cui dare una risposta è: chi fa il master? Il master è il ruolo più delicato, il ruolo fondamentale per la riuscita di un gioco di ruolo. È un ruolo che può essere svolto solo da chi ha grande esperienza. Alessandro Forlani non ha solo esperienza di giochi di ruolo, ha esperienza di esperienza di master di giochi di ruolo. Le ha viste tutte, ha gestito ogni situazione e ogni tipo di giocatore. Ecco perché si è reso conto che, oltre al manuale del master, era il caso di scrivere un manuale del manuale del master. Per essere preparati a tutti quegli aspetti che, al di là delle regole del gioco, rendono un master di giochi di ruolo un grande master di giochi di ruolo. Alessandro Forlani insegna sceneggiatura all'Accademia di Belle Arti di Macerata e Scuola Comics Pescara. Premio Urania 2011 con il romanzo I senza tempo, vincitore e finalista di altri premi di narrativa di genere (Circo Massimo 2011, Kipple 2012, Robot e Stella Doppia 2013) pubblica racconti e romanzi fantasy, dell'orrore e di fantascienza (Tristano; Qui si va a vapore o si muore; All'Inferno, Savoia!) e partecipa a diverse antologie (Orco Nero; Cerchio Capovolto; Ucronie Impure; Deinos; Kataris; Idropunk; L'Ennesimo Libro di Fantascienza; 50 Sfumature di Sci-fi). Vincitore del Premio Stella Doppia Urania/Fantascienza.com 2013.

Francesco Attorre è Medico, Psicoterapeuta, Sessuologo Clinico, Mental Coach, Formatore e anche Scrittore, Musicista e Cantautore. La sua attenzione si rivolge alle persone con particolare

riguardo ai temi della genitorialità, del disagio, delle dipendenze, della sessualità. Francesco Attorre è un instancabile innovatore nell'ambito terapeutico, in cui porta avanti la sua ricerca con inesauribile passione e sperimentando con successo nuove metodologie a distanza per poter arrivare a tutti. "Prediligo un rapporto "tu per tu" con i pazienti, provando ad essere un 'amico' speciale, un Trainer in grado di fornire un modo nuovo e diverso di vivere la vita". È, inoltre, un convinto sostenitore della Cult Therapy, approccio che accosta l'arte e la cultura, viste attraverso la lente della psicologia, come strumento terapeutico di forte impatto con la gente. Autore anche di "Ansia e panico. Conoscerli e sconfiggerli"; "Ai confini della coscienza – domande e risposte con lo psicoterapeuta"; "Luna: Quando non hai vie di uscita, le ferite dell'amore diventano la tua unica salvezza"; "Da cuore a cuore. Come amare e amarsi: manuale per una vita di coppia felice"

Usando tecniche riservate normalmente al cinema e alla letteratura, Risonare rivela come trasformare qualsiasi presentazione in un viaggio coinvolgente. Scoprirai come capire il tuo pubblico, creare contenuti persuasivi e suscitare un coinvolgimento profondo. Con Risonare, sarai in grado di:

- utilizzare le strutture narrative nascoste e intrinseche presenti nei grandi messaggi;
- connetterti con il tuo pubblico in modo empatico;
- creare contenuti accattivanti;
- costruire idee replicabili;
- ispirare entusiasmo e sostegno per la tua vision.

Dal 1988, la pluri-premiata società di Nancy Duarte ha creato più di 250mila presentazioni, in grado di plasmare la percezione dei principali marchi e leader mondiali. Duarte Design è una delle più grandi aziende di design nella Silicon Valley, e tra i suoi clienti include: Adobe, Cisco, Citrix, Rete alimentare, Facebook, GE, Google, Al Gore, HP, Kaiser Permanente, McAfee, Microsoft, Nokia, Qualcomm, TED e Twitter.

244.62

I nostri pensieri, sia consapevoli che inconsci, sono costruiti attraverso forme narrative e sono densi di immagini, suoni, dialoghi, emozioni e sensazioni fisiche. Per questo la psicologia si è sin da subito interessata al cinema, ritenendo che questa arte riproduca il modo di funzionare della mente umana. Se li lasciamo risuonare dentro di noi, i film, così come le serie tv o anche alcune semplici sequenze, ci consentono di entrare in contatto con aspetti profondi del nostro Sé, ci permettono di partecipare alle storie dei personaggi, di visitare luoghi sconosciuti, di vedere realizzati sullo schermo i nostri peggiori incubi o le avventure più sorprendenti. Ma quali sono i meccanismi psicologici alla base della visione di un film? Perché una scena mi ha colpito così tanto? Perché mi sono identificato con il protagonista? Perché sono attratto dai film horror o da scene romantiche o sexy? Esiste qualche punto di contatto tra cinema e sogno? È vero che un film può aiutarci a riconoscere i nostri più profondi desideri? In questo libro troverete molte risposte a queste domande, insieme a tante nuove ipotesi psicologiche applicate al cinema, tra cui le affascinanti teorie del viaggio dell'eroe, gli archetipi junghiani e la tecnica dell'immaginazione attiva. Troverete inoltre numerose schede di attivazioni psicologiche per lavorare con i film e una sezione dedicata a come sviluppare dei laboratori di cinema e psicologia.

Sbagliare una presentazione in pubblico significa letteralmente buttar via un'occasione, quando invece – grazie a una buona preparazione e ad alcuni accorgimenti – ogni volta che prendi la parola di fronte ad altre persone hai l'opportunità di affermare la tua professionalità, promuovere e vendere un prodotto o un servizio. Vuoi raggiungere i tuoi obiettivi comunicando in pubblico? Nel suo nuovo libro Paolo Borzacchiello, autore del bestseller Parole per Vendere, mette a tua disposizione i migliori strumenti di PNL applicata alla comunicazione in pubblico: seguendo le sue istruzioni, affidandoti ai risultati delle sue ricerche e facendo tesoro della sua esperienza, riuscirai ad aumentare le probabilità di successo di ogni tua presentazione in pubblico. In qualsiasi momento, settore o professione, la comunicazione in pubblico è troppo importante per essere lasciata al caso o a un presunto talento naturale. Leggendo questo libro imparerai a: - gestire in modo efficace le tue convinzioni, il tuo stato emotivo e la tua flessibilità linguistica - evitare di disperdere l'interesse del pubblico grazie alle tecniche di storytelling e ai segreti delle slide ad alto impatto - strutturare una presentazione convincente, che ti porti dal benvenuto a una call to action di successo in 5 step

L'hikikomori è una persona che taglia i rapporti con il mondo esterno vivendo esclusivamente all'interno della propria casa, solitamente adolescente, è stato identificato per la prima volta in Giappone e associato alla rigidità della società giapponese con alcune causali tipiche: bullismo, competizione, padre assente e madre iperprotettiva. Finché non è comparso in Italia. Nonostante le profonde differenze tra le due società, si è continuato a definire il fenomeno italiano da un punto di vista psicologico con le stesse causali di quello giapponese, solo leggermente modificate lasciando molti aspetti ancora in sospeso. Ad esempio: Cosa hanno davvero in comune due società tanto diverse per generare lo stesso fenomeno? Perché maschi e femmine lo subiscono in modo diverso? Questo libro nasce quindi per fornire un punto di vista ex novo sul fenomeno cercando di fornire nuovi strumenti per comprenderlo, prevenirlo e affrontarlo.

[Copyright: 897a11d261c655c876ba4e29e9680689](https://www.amazon.com/dp/897a11d261c655c876ba4e29e9680689)