



Allegato 1: Note sui format

1. DOCUMENTARIO / INCHIESTA TELEVISIVA

Il documentario ha un approccio di tipo descrittivo e intende fornire al pubblico informazioni utili e interessanti sui temi trattati.

Per realizzare un buon prodotto, è indispensabile uno studio approfondito sulla realtà da descrivere. Inoltre bisogna definire obiettivi e impostazione del filmato, va costruita la scaletta, che scandisce i vari passaggi del video. Quindi si passa alle riprese. Il racconto è sostanzialmente affidato alle immagini, che però possono essere supportate da una voce fuori campo e dall'intervento in video di una o più persone. L'inchiesta televisiva, costruita sull'esempio di un reportage giornalistico, presuppone un'indagine approfondita dei fatti da descrivere, ampia documentazione, controllo delle fonti e una "tesi", o anche una proposta, che dovrà emergere dal filmato.

Possono essere trattate come inchieste esperienze vissute dagli stessi studenti come protagonista o spettatore di fatti od eventi inerenti gli argomenti indicati.

La presenza di un "giornalista" può essere utile per raccordare le diverse sezioni dell'inchiesta e per gestire le interviste.

2. FICTION / DOCUFICTION

Prende spunto da situazioni immaginarie, o da fatti e situazioni accaduti realmente a cui è possibile aggiungere, se necessari allo sviluppo della narrazione, elementi di fantasia, per documentare in chiave di "sceneggiato" vicende, personaggi, ambienti, costumi, usi, situazioni.

Lo studio preparatorio dovrà quindi tradursi in una vera e propria sceneggiatura, con personaggi, dialoghi e descrizione di azioni e ambienti.

3. SPOT

Lo spot è tradizionalmente uno strumento che si usa per comunicare un'informazione specifica. Nella maggior parte dei casi è utilizzato per pubblicizzare prodotti commerciali.

Negli ultimi anni, anche gli Enti pubblici hanno scelto questo strumento di comunicazione per sensibilizzare l'opinione pubblica su tematiche di interesse sociale e di grande attualità.

Lo spot ha infatti lo scopo di far arrivare rapidamente allo spettatore un messaggio ben preciso. Breve, incisivo, può essere esplicito e fornire informazioni sull'argomento trattato, ma anche allusivo, ironico, dirompente; può fare leva sulle emozioni, prevedere testi o anche solo musica e immagini.

Lo spot, a differenza di un documentario, non è uno strumento particolarmente adatto per "fotografare" in maniera oggettiva una situazione, ma può invece esprimere un punto di vista, proporre una tesi e/o trasmettere un messaggio. Nella fase di progettazione dell'elaborato, è bene dunque interrogarsi su quali argomentazioni e/o scene possano colpire l'interesse dello spettatore, per indurlo a riflettere e a recepire il messaggio dello spot.

Si consiglia di fare particolare attenzione all'uso delle immagini, che devono aiutare lo spettatore a comprendere in pochi secondi l'ambiente, il ruolo dei personaggi e l'oggetto del messaggio.

Nel caso in cui studenti e docenti decidano di realizzare uno spot video, si suggerisce di realizzare per prima cosa, dopo aver individuato il soggetto, uno storyboard, ovvero una sceneggiatura illustrata dello spot, con disegni che visualizzino i vari passaggi del video, completi di testi e, eventualmente, dell'indicazione delle musiche e dei brani di sottofondo utilizzati.

Gli storyboard possono essere realizzati sia su carta che supporto multimediale.

In entrambi i casi si consiglia di prevedere un massimo di 12 riquadri corredati da commenti e specifiche (attraverso disegni realizzabili in qualsiasi tecnica, anche in computer grafica, con illustrazione dettagliata delle inquadrature e indicazione degli slogan, dei testi, dei movimenti della macchina da presa, dei tempi di durata di ogni azione prevista).



Si suggerisce, infine, di non inserire i nomi degli autori o il nome dell'istituto scolastico (es. "la scuola Pirandello presenta: ...") in continuità con le immagini dello spot, ma o di inserirle nel video dedicato al backstage o di prevedere comunque alcuni secondi di stacco.

4. BACKSTAGE DEGLI SPOT

Tutti gli spot in gara, pena la non ammissione alle fasi selettive del Concorso, dovranno essere corredati dal video con il backstage della produzione audiovisiva, che dovrà essere realizzato negli stessi formati previsti per lo spot. Il backstage avrà lo scopo di documentare le varie fasi di lavoro seguite, le criticità, le soluzioni e le invenzioni tecniche, l'atmosfera in cui è stata realizzata la produzione, lo spirito con cui i protagonisti del lavoro di gruppo hanno collaborato tra loro. Dal backstage dovrà emergere con chiarezza il significato e le motivazioni delle scelte effettuate nella fase di costruzione del messaggio. Nel backstage dovrà anche essere inserita la scelta del titolo dato allo spot. Le immagini del backstage saranno considerate parte integrante e complementare dello spot, ovvero uno degli elementi di valutazione nella fase di selezione. I backstage degli spot selezionati fra i finalisti, come arricchimento della proiezione degli audiovisivi finalisti, potranno essere proiettati in occasione della manifestazione conclusiva della campagna.

5. VIDEO-LETTERA

Il format della VIDEO-LETTERA è **esclusivamente riservato alla Sezione Speciale "LASCIA UN'EREDITA'"** istituita per questa IV edizione a.s. 2016/2017. La Video-Lettera è una testimonianza di impegno degli studenti su progetti di pratica sportiva all'interno dell'Istituto. Dovrà emergere con chiarezza ciò che gli studenti vogliono fare per migliorare attrezzature, impianti e qualità dell'attività sportiva scolastica per far sì che, una volta terminato il loro ciclo di studi, i futuri fruitori possano beneficiare di un'offerta formativa didattico/sportiva sempre più attenta alle loro esigenze. La VIDEO-LETTERA non dovrà superare i 2 minuti, esclusi i titoli e le sigle.

L'Organizzazione del Concorso si riserva la facoltà di intervenire nel montaggio dei backstage per la loro proiezione in occasione della manifestazione finale e per eventuali altri utilizzi.

NOTA: L'organizzazione si riserva di selezionare i finalisti, fra le diverse categorie di partecipazione, in base all'effettiva qualità degli elaborati.

