

anapiafse 024/05

Il corso di formazione
Tecnico della postproduzione video
su sistemi digitali

Sintesi dell'esperienza

ISCO edizioni

3

Il corso di formazione per
“Tecnico della postproduzione
video su sistemi digitali”
FSE 024/05

6

Il “Tecnico della post-produzione
video su sistemi digitali”

Scenario: una appendice particolare
della rivoluzione digitale

La post-produzione video,
non poi tanto post

Prodotti diversi richiedono processi
diversi, processi diversi richiedono
mobilitazione di competenze
diverse

10

Il percorso didattico

Il registro del percorso formativo:
le competenze

I contenuti del percorso formativo:
non solo smanettare al computer

Il primo riscontro del percorso
formativo, in forma di project work

Il project work interpretato
come massima approssimazione
ai limiti di fattibilità

Le “storie” originali create

18

Lo stage e l'esame
di qualifica

21

autori

22

link

ANAPIA
Regionale del Veneto
ENTE DI FORMAZIONE
PROFESSIONALE

Progetto editoriale
Alberto Zamarion

Progetto grafico
Peppe Clemente,
studio cheste, venezia

Impaginazione
Isabella Zegna (studio cheste)

Stampa
Grafiche Veneziane
Cannaregio 5001/b
30131 Venezia

Finito di stampare in Settembre 2006

**Proprietà artistica
e letteraria riservata**

ISCO Edizioni
via D. Manin, 27/2
30174 Venezia - Mestre
info@isco-sc.it

ANAPIA Regionale del Veneto
via D. Manin, 27/2
30174 Venezia - Mestre
info@anapiaveneto.it
www.anapiaveneto.it

fse 024/05

Il corso di formazione per “Tecnico della postproduzione video su sistemi digitali” FSE 024/05

Approvato dalla Giunta Regionale del Veneto con Delibera n. 4203 del 22/12/2004

Svolto a Padova da maggio a novembre 2006

Partecipanti: 12 giovani disoccupati/inoccupati

La presente pubblicazione viene realizzata al termine del corso di formazione professionale sopra indicato con lo scopo di raccogliere e sintetizzarne l'esperienza e di diffonderla in modo specifico nelle aree inserite nella zonizzazione regionale Obiettivo 2, secondo quanto previsto dalla D.G.R. n. 2622 del 10/08/2004 relativamente alla ricaduta dei progetti nelle aree classificate “obiettivo 2”. Il corso, rivolto ad un gruppo di 12 giovani diplomati o laureati disoccupati o inoccupati, ha avuto uno sviluppo complessivo di 23 settimane a tempo pieno (40 ore settimana) per una durata totale di 900 ore, delle quali 340 di stage presso aziende del settore e 560 a carattere prevalentemente pratico e professionalizzante.

A.N.A.P.I.A. Regionale del Veneto ha inteso, con la realizzazione del presente progetto, rispondere da un lato ai bisogni delle imprese del territorio veneto e dall'altro favorire l'inserimento nel mercato del lavoro di giovani disoccupati o inoccupati. I risultati del percorso formativo, illustrati nelle pagine che seguono, lasciano intendere come siano state poste tutte le condizioni perché i giovani partecipanti trovino una precisa, qualificata e duratura collocazione nel mondo del lavoro e perché le differenti tipologie di imprese del settore della comunicazione audiovisuale trovino professionalità motivate e formate da inserire nel proprio organico di collaboratori.

Il percorso formativo ha privilegiato l'acquisizione delle *competenze tecnico professionali* (che comprendono cioè i “saperi” e le “tecniche operative specifiche” di una data professione) e delle *competenze trasversali* (collegate ad abilità ed atteggiamenti che influiscono in modo significativo sul comportamento lavorativo dell'individuo). Nella fase iniziale del percorso sono comunque state affrontate le tematiche connesse alle cosiddette *competenze di base*, ovvero quelle competenze ad abilità ritenute necessarie per l'accesso e la permanenza nel mercato del lavoro. Questa parte propedeutica ha permesso di creare, in tutti le componenti del gruppo, un livello comune e condiviso di conoscenza in merito agli elementi basilari della comunicazione audiovisuale e della semantica del racconto per immagini semoventi, nonché agli strumenti informatici di base per l'attività professionale.

Conclusa la parte propedeutica, l'attività formativa si è articolata intorno alle tematiche più strettamente tecnico professionali, sviluppando ciò che può essere definito il “cuore” del corso e della professione stessa: la storia delle immagini semoventi, le tecniche di montaggio del video e della colonna sonora, l'effettistica, i video per internet, la microlingua inglese riferita alla professione. Contestualmente alla fase tecnico professionale sono state affrontate anche le tematiche di tipo trasversale, finalizzate a fornire agli allievi strumenti di tipo conoscitivo, organizzativo e relazionale



Unione Europea



Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali



Regione Veneto

idonei a permettere un proficuo inserimento nei diversi contesti lavorativi: comunicazione, sistema delle relazioni negli ambienti di lavoro, diritto del lavoro ed organizzazione aziendale hanno fatto l'oggetto di più cicli di lezioni.

L'intero corso è stato realizzato in un'aula informatica nella quale ogni allieva ha potuto disporre in modo continuativo di personal computer di ultima generazione, videoproiettore, software specializzati per i montaggi audio e video, connessione a banda larga. Inoltre il corso ha utilizzato in modo continuativo una stazione di montaggio audio e video, due telecamere professionali (complete di microfoni, radiomicrofoni, cavalletti, sistemi di illuminazione per interno ed esterno).

Lo stage, realizzato dalla metà del mese di settembre alla metà di quello di novembre, ha visto i 12 allievi impegnati presso emittenti televisive e presso società di produzione audio e video delle province di Treviso, Vicenza e Padova. Nella fase di programmazione dello stage una particolare attenzione è stata dedicata all'individuazione di collocazioni che rispondessero, per quanto possibile, alle attitudini e alle attese dei singoli corsisti. L'esito della fase di stage, il vero "test sul campo" di ogni percorso professionalizzante, è stato ampiamente positivo, con un generale apprezzamento da parte degli affiancatori aziendali sulle capacità professionali possedute dai giovani; tale apprezzamento si è già tramutato, per una parte significativa dei corsisti, nella prosecuzione, successivamente al termine del corso, del rapporto di collaborazione avviato con lo stage.

Le prove finali d'esame, con il rilascio del diploma di qualifica professionale (livello: formazione superiore), hanno impegnato i partecipanti nelle due giornate conclusive; di fronte ad una Commissione Regionale esterna e ad una rappresentanza dei docenti del corso gli allievi, nella prima giornata, hanno affrontato una prova pratica multidisciplinare (realizzazione di un prodotto video), mentre, nella seconda giornata, hanno sostenuto un colloquio incentrato sulle materie tecnico professionali. Attraverso la presente pubblicazione, che traccia un preciso parallelo tra l'esperienza formativa e lo specifico ambito professionale, A.N.A.P.I.A. intende divulgare i risultati di un'iniziativa finalizzata a rafforzare quella connessione che deve esistere tra sistema della formazione e mondo dell'impresa. In particolare si vuole sottolineare come sia possibile per la formazione professionale favorire l'inserimento lavorativo di figure in possesso di competenze complesse e quindi in grado di rispondere alle necessità delle imprese appartenenti a settori tecnologicamente avanzati.

Andrea Contò,
Direttore A.N.A.P.I.A.
Regionale del Veneto

Il corso in cifre

47 domande di ammissione pervenute
12 allievi ammessi
12 allievi qualificati
900 ore totali svolte
560 ore totali d'aula
16 ore di Socializzazione e lavoro di gruppo
16 ore di Cultura del lavoro
40 ore di Informatica di base ed Office Automation
16 ore di Internet e società dell'informazione
36 ore di Storia delle immagini semoventi
36 ore di Semantica del racconto per immagini semoventi
120 ore di Tecniche del montaggio video
80 ore di Montaggio della colonna sonora
76 ore di Effettistica e sovrimpressioni
52 ore di Video per Internet
60 ore di Inglese di base e professionale
12 ore di Esami di qualifica
340 ore di Stage
7 Aziende di stage coinvolte

I docenti

Flavio Antolini, Socializzazione e lavoro di gruppo, Cultura del lavoro
Giovanna Antoniol, Cultura del lavoro
Marcello Balbo, Effettistica e sovrimpressioni, Video per Internet
Angela Crompton, Inglese di base e professionale
Daniela De Zan, Tecniche del montaggio video
Dimitri Feltrin, Tecniche del montaggio video, Effettistica e sovrimpressioni
Gianni Maddalon, Storia delle immagini semoventi, Semantica del racconto per immagini semoventi, Tecniche del montaggio video, Montaggio della colonna sonora, Effettistica e sovrimpressioni
Elisa Montalenti, Informatica di base ed Office Automation, Internet e società dell'informazione

Gli allievi qualificati

Filippo Agostini
Chiara Baschiera
Elena Battan
Massimiliano Bortolato
Alessandra Cernic
Valentina Chiminazzo
Lorenzo Fabris
Edoardo Lombello
Francesco Lovison
Daniele Mastrotto
Francesco Spinelli
Massimo Toniato

Il “Tecnico della post-produzione video su sistemi digitali”

di Gianni Maddalon

Scenario: una appendice particolare della rivoluzione digitale

“Rivoluzione” è parola che, oltre ai significati correnti, vede un ampio uso metaforico: rivoluzione nei costumi, nei modi di produzione, ecc.

Nei settori coinvolti dall’informatica e dalla miniaturizzazione dell’elettronica, l’uso e l’abuso del termine “rivoluzione” è sotto agli occhi di tutti. E tuttavia, proprio nel settore del video mai espressione è sembrata più adeguata.

Da tempo tutto ciò che significa “immagini” (con ciò intendendo per il momento immagini fisse, fotografie) ha preso progressivamente la strada della digitalizzazione, del formato elettronico. La misura del fenomeno si ha entrando in un negozio di fotografia: dagli scaffali, fino ad un 5 anni fa ripieni di file di scatolette colorate dei rullini, fanno capolino solo pochi esemplari residui, in quasi ogni famiglia la via chimica del ricordo per immagini è stata soppiantata da quella elettronica, le uniche macchine fotografiche che si vendono sono digitali (con qualche eccezione di nicchia, di tipo professionale), ogni nuovo telefonino – e l’Italia in questo settore è al top della penetrazione pro-capite, seconda solo a casi limite come Hong Kong o Lussemburgo, con 1,5 telefonini in media ad abitante – offre incorporata una o due fotocamere digitali. Talvolta vi si aggiunge anche una videocamera, come dire una piccola telecamera portatile sempre a disposizione.

Nel giro degli ultimi 5 anni, anche tutto il settore della produzione e del commercio di suoni ha subito una rivoluzione di pari portata. Il fenomeno mondiale si chiama *i-Pod*, frutto delle precedenti esperienze di digitalizzazione dei suoni

in formato compresso mp3. La Apple, casa che ha contribuito a scrivere fin dagli anni ’70 alcuni dei capitoli fondamentali della storia dell’informatica, ma che poi – avendo codici “proprietary” non interscambiabili con altri – è stata costantemente tenuta al margine del mercato dal dominante mondo Windows, ha “inventato” un *business* basato su una musica che non è musica...

All’origine, anni ’70, fu una guerra per il semplice nome “Apple”. Coincideva con la casa discografica dei *Beatles*, cause miliardarie da parte dei baronetti della canzone e dei loro eredi, infine una transazione: molto soldi di riparazione e l’impegno ad occuparsi solo di informatica, non di musica. Ora, col successo planetario dell’*i-Pod*, del *Pod-casting*, del mercato virtuale di *i-Tunes*, forse ripartiranno gli stuoli di avvocati, forse le cause miliardarie si trascineranno, ma senza speranza. Non solo perché, tecnicamente, si tratta di bit, di uni e zeri, ma soprattutto perché quel che è stato scalfito, diremmo rivoluzionato, non è tanto il formato fisico, o il supporto, ma il mercato dei diritti d’autore, cioè il luogo di formazione e scambio dei contenuti.

Ormai, tutte le majors della discografia sono costrette a cambiare i propri modi di agire, a produrre direttamente in digitale, anche a rischio della pirateria. La rivoluzione è nei fatti, chi non si adegua sparisce, e per non sparire non resta che adottare i nuovi metodi di produzione e distribuzione. Sempre negli ultimi 5 anni possiamo dare per compiuta anche la rivoluzione delle immagini in movimento, eventualmente abbinata al suono, insomma del video (inteso come audiovisivo). Questa non è che l’applicazione, appena appena

più sofisticata, delle due altre innovazioni, delle immagini digitali fisse e della registrazione audio. E tuttavia, nonostante questa apparente banalità, la ricaduta nei sistemi produttivi e distributivi non è la semplice somma delle due altre innovazioni, ma esplica per così dire un effetto moltiplicativo.

La rivoluzione del video digitale ha ricadute pratiche molto più pesanti, in termini di mercato e di mercato del lavoro, di quanto – e non è poco – abbiano l’immagine fotografica digitale e il suono digitale. Il motivo risiede nel fatto che, nel panorama dei media, domina un medium su tutti gli altri, in termini di pervasività e di quota della dieta mediatica pro-capite quotidiana: la televisione. E televisione è audio-video.

L’innovazione tecnica che ha riguardato il video digitale, di conseguenza, si sta traducendo sotto i nostri occhi, immediatamente, in una serie di altre innovazioni. Innovazione di mezzi, di contenuti, di tempi e modi del lavoro. E ancora, innovazione dei modelli di *business*, dei mercati e degli operatori dell’informazione audio-video. Vediamo di metter in fila una serie di problemi.

Fino a 5 anni orsono, l’idea di metter in piedi una televisione, sia pure a raggio locale-regionale, era preclusa ai più. Gli impedimenti erano, nell’ordine, economici, tecnici, giuridici.

Impedimenti economici, perché “fare una televisione” comportava un investimento finanziario imponente, precluso ai più. Impedimenti tecnici, perché il sistema distributivo sostanzialmente incentrato sull’etere, sulle frequenze di trasmissione, una risorsa limitata e già occupata (per le note vicende apertesesi nel nostro paese con la comparsa dei

network nazionali di televisioni private), appariva inaccessibile a nuovi operatori, a meno di acquistare fette di frequenze dai concessionari già attivi, ma questo significava ricadere nel primo tipo di impedimenti, quelli economici. Infine impedimenti giuridici, per i vincoli imposti dall’Ordine dei giornalisti, vincoli in realtà in odore di incostituzionalità (a fronte dell’art. 21 Cost. sulla libertà di espressione) e tuttavia tali da interdire non poche attività informative.

Ora, grazie soprattutto all’innovazione digitale, abbinata per il vero ad una nuova sensibilità del legislatore (vedi il cd. “decreto Gentiloni”, ma per alcuni aspetti anche la precedente “riforma Gasparri” per il riordino del sistema radio-televivo) tutti quei vincoli paiono progressivamente recedere. Oggi, con un investimento economico di due ordini di grandezza inferiore a quello richiesto solo pochi anni fa, è possibile creare una nuova televisione. Inoltre, con nuovi canali di distribuzione (Internet a banda larga, innanzitutto, ma anche i “coni d’ombra” dei network esistenti, il *pod-casting*, ecc) sono concepibili varie forme di distribuzione dell’audiovisivo, on e off line, sincrono e asincrono, tali da aggirare il blocco delle frequenze. Infine, tutto ciò è facilitato con il passaggio “per legge” al digitale terrestre, misto a cavo e satellite, il tutto sotto l’egida di una volontà politica indirizzata all’apertura a nuovi soggetti, grazie anche alla disponibilità di banda che si creerà progressivamente col *switch-off* al digitale (molto meno uso di risorsa per trasmettere quello che già ora si trasmette, dunque liberazione di capacità distributiva dei canali).

In una parola: il settore video è stato com-

pletamente rivoluzionato, ne sono cambiate le regole, i prodotti, i modi di consumo, sta cambiando sotto i nostri occhi la sua incidenza sociale (col fenomeno amatoriale dello “spett-autore”, che si filma e pubblica se stesso in Internet), dunque non potranno non cambiare anche le figure professionali che attorno a questo mondo ruotano, con manutenzione di quelle tradizionali e con aggiunta di nuove.

La post-produzione video, non poi tanto post

La filiera tradizionale distingue tre fasi precise per arrivare al prodotto audiovisivo di consumo: la pre-produzione, la produzione e la post-produzione.

Per pre-produzione si intendono convenzionalmente tutte quelle procedure ed attività che “scelgono” la storia, ne scrivono un soggetto ed una sceneggiatura, pianificano tempi e modi di produzione, stendono uno story-board ed un piano delle riprese, oltre alla scelta delle location, delle apparecchiature ed eventualmente del *cast*.

Per produzione si intendono invece tutte le attività che “realizzano” le riprese video e le registrazioni audio, ossia l’acquisizione dal vivo del materiale audiovisivo, attraverso utilizzo delle apparecchiature, illuminazione, set, ecc.

Infine, col termine post-produzione si indicano le lavorazioni che “finalizzano” il materiale, mediante processi di montaggio, miraggio di colonna sonora ed audio, eventuali sovrimpressioni di effetti speciali, titolazioni, conversioni finali di formato distributivo (trascrizione su 35 mm, compressione DVD, *streaming* Web ecc). In termini di buon senso comune, però, è di tutta evidenza che solo l’insieme di

queste tre fasi “produce” l’artefatto finale, destinato al consumo effettivo. Ma, a fronte della “rivoluzione” imposta nel settore video dalla microelettronica, che si declina in termini di rivoluzione dei costi, dei modi, dei tempi per arrivare al prodotto audiovisivo finale, è sempre utile continuare a pensare per comparti stagni, uno in cui si crea l’idea, il format, la progettazione; uno in cui si esegue il lavoro materiale di registrazione; uno in cui, avendo in magazzino il materiale audio e video grezzo, gli si dà forma finita?

Non potrebbe invece, proprio in virtù delle nuove opportunità tecniche ed organizzative, rivelarsi talvolta più utile pensare all’intero processo, o a fasi distinte dello stesso, con elasticità, avendo nozione che ad esempio le caratteristiche da dare al prodotto finale (la sua anticipazione mentale, fase tradizionale di pre-produzione) non prescindono dai mezzi e vincoli della formattazione che si attuerà alla fine (tradizionale fase di post-produzione), o che le riprese audio e video dal vivo (fase di produzione, nel gergo consolidato) sono in parte determinate da considerazioni e vincoli tipici della post-produzione, del montaggio filmico, del mixaggio della colonna sonora e della formattazione definitiva?

In questo nuovo e mobile orizzonte, la post-produzione – che già nella filiera tradizionale aveva il compito di “sistemare” le cose, certo di far racconto per immagini che si muovono, ma anche correggere o almeno mitigare errori, sopperire a mancanza di coperture dell’evento, trovare alternative a materiale non prodotto (non registrato), insomma di dire l’ultima parola, di dare l’ultima forma all’audiovisivo – adesso sembra poter e

quasi dover debordare e condizionare *ab origine* le fasi che la precedono.

Le mansioni tipiche della fase intermedia, diciamo quelle dell’operatore di ripresa o del tecnico microfonista, con la rivoluzione permessa dalla microelettronica, si fanno spontaneamente carico anche di elementi tipici della fase finale, di formattazione e montaggio audio-video. Lo stesso dicasi per le mansioni legate alla deliberazione progettuale di un nuovo video, che caricano su di sé, oltre ovviamente al proprio specifico, anche considerazioni ed elementi legati alla lavorazione finale, alle possibilità della post-produzione digitale e non-lineare.

E la post-produzione video, che si incentra principalmente su competenze di montaggio/miraggio, con le possibilità offerte dal nuovo ambiente digitale riesce a disvelare elementi non esplicitati (o addirittura non previsti) nella progettazione della storia originaria. Il tecnico di post-produzione finisce così per avanzare, se ci si passa il neologismo, portando alla luce possibilità comunicative del materiale che non erano preventivate o che rimanevano in ombra.

Prodotti diversi richiedono processi diversi, processi diversi richiedono mobilitazione di competenze diverse

Correntemente, il termine video ingloba indifferentemente generi audiovisivi diversi. Una figura professionale in parte nuova, date le “novità” decorrenti dalla rivoluzione digitale, con il conseguente debordamento e rimescolamento dei tradizionali processi messi in atto per giungere all’audiovisivo finito, deve tener conto da un lato delle potenzialità inedite che ora sono a disposizione, dall’altro che, come

ogni produzione, anche quella degli audiovisivi è una produzione per il consumo. E il consumo di audiovisivi ha una specificità del tutto particolare, quasi paradossale. Da un lato l’immagine in movimento (eventualmente anche sonorizzata) costituisce un linguaggio universale, che in ogni latitudine del globo e ad ogni livello socio-culturale viene compreso. Per altro verso è invece un linguaggio che ben pochi hanno deciso di imparare a parlare. (E considerando che le recenti evoluzioni tecniche hanno estremamente facilitato il “fare video” verrebbe quasi la voglia di aggiungere “perfino fra chi ci ricava la pagnotta”). Il fatto che tutti capiscano quel linguaggio, ma pochissimi lo parlino, porta ad una sempre maggiore delega: parlatelo per me (che ne so usufruire spontaneamente). Succede così – e con le facilitazioni dell’elettronica rischia di succedere sempre più spesso – che talvolta la domanda fondamentale, quella la cui risposta dovrebbe guidare tutto il processo, selezionare le competenze da mobilitare, non venga adeguatamente esplicitata. La domanda, nella sua forma essenziale, suona così: che “genere” di audiovisivo si intende realizzare?

Qui la tradizione viene in soccorso, perché a ben guardare quattro sono le categorie fondamentali di audiovisivi:

1. audiovisivi che informano;
2. audiovisivi che divertono;
3. audiovisivi che educano;
4. audiovisivi che convincono.

Gli audiovisivi che informano sostanzialmente riepilogano fatti al fine di diminuire lo stato di incertezza del destinatario. In linea di principio si perfezionano nella misura in cui non pretendono – pur potendo farlo – di divertire, tanto meno di

convincere. Ne decorrono strategie di montaggio che identificano in maniera univoca e il meno ambigua possibile i contenuti informativi. Tutti gli elementi di sovrimpressione ed effettistica, quali grafica, sottotitolazioni, animazioni ed effetti speciali, sono messi al servizio dell’intento conoscitivo e disambiguante del filmato. Siamo in pieno genere documentaristico, il quale certo non può prescindere del tutto da scelte e punti di vista, ma deve sforzarsi con onestà intellettuale di puntare alla “verità” (intesa come criterio orientativo dell’intero processo).

Gli audiovisivi che divertono hanno come *primum* la coltivazione dei momenti di spensieratezza, con licenza di toccare corde emotive ed empatia dello spettatore, perché le regole (magari non esplicitate) del consumo di questi filmati dicono di un divertimento inteso in senso etimologico largo, di di-vertere se stessi, separarsi in due, concedersi una momentanea esperienza dell’immaginario “altra” dalla percezione della realtà circostante, fittizia ma vissuta come vera. Per coinvolgere emotivamente, il montatore deve allora dispiegare competenze utili a nascondere gli artifici, per salvaguardare il tenore di verosimiglianza necessario ad incatenare l’attenzione del destinatario.

Gli audiovisivi che educano in un certo senso danno per scontate le informazioni (in ciò meno vincolati alla oggettività di quelli tipicamente informativi) e mirano sostanzialmente a mostrare come utilizzare quelle informazioni. Dato lo scopo pragmatico, ogni argomento dovrebbe esser raccontato suddividendolo in piccole sottoparti, con inquadrature e montaggio di sequenze delucidative di particolari relativi a quella specifica sot-

toparte di discorso. Analogamente, il particolare dialogo col pubblico di un filmato educativo si estende al di fuori del tempo audiovisivo stesso, assegnando esercitazioni da eseguire a parte, magari prima di procedere alla successiva unità di apprendimento.

Infine, gli audiovisivi a scopo preordinatamente di persuasione possono utilizzare elementi delle altre tipologie, quali accorgimenti di assorbimento dell’immaginario dello spettatore entro un registro di divertimento, oppure di pretesa informazione obiettiva, per poi sfociare in una situazione finale in cui si venda un vantaggio, in cui il messaggio sostanzialmente dica o lasci chiaramente intendere “se fai così ci guadagni (in benessere, soldi, prestigio, salute, ecc)”. Le strategie di montaggio devono di conseguenza mascherare la partigianeria e il mancato disinteresse dell’emittente, articolare il racconto in modo da poter passare con naturalezza da un momento particolare ad uno generalizzante (“ognuno, anche te, facendo così ha il vantaggio di...”), solleticare in modo particolare la percezione emotiva e irreflessa del destinatario, con attenzione all’utilizzo dell’audio, notoriamente il canale che definisce il timbro emotivo di una comunicazione filmica.

Tutte queste considerazioni, a loro modo “tradizionali”, non possono non far parte del bagaglio di competenze della nuova figura di tecnico della post-produzione, tanto più che la facilitazione apportata dai nuovi strumenti digitali rischia di incanalare in processi non adeguatamente meditati dal punto di vista propriamente comunicativo (il *mare magnum* del Web è in tal senso un monito avanti gli occhi di tutti).

Il percorso didattico

di Gianni Maddalon

Il registro del percorso formativo: le competenze

Il percorso didattico è stato progettato in modo da assicurare le competenze ritenute necessarie e sufficienti per la figura del tecnico della post-produzione video. Nell'ambito di tale approccio metodologico, la competenza è concepita come 'la qualità professionale di un individuo in termini di conoscenze, abilità e capacità, doti professionali e personali' (conoscenze, *skill*, atteggiamenti e valori, immagine di sé, tratti e motivazioni) a cui fanno riferimento tre principali dimensioni:

_competenze di base – ritenute oggi e in prospettiva requisiti fondamentali per l'occupabilità nei settori di riferimento (*service* audio-video, televisioni, studi di produzione documentaristica, studi pubblicitari e simili)

_competenze tecnico-professionali – ovvero i 'saperi' e le 'tecniche operative specifiche' dell'attività professionale nella post-produzione video;

_competenze trasversali – le competenze da cui dipende la possibilità degli individui di esprimere comportamenti professionali abili ed esperti.

Negli ultimi anni, il comparto audiovisivo, come già sottolineato, è stato oggetto di un impetuoso sviluppo, anche in termini occupazionali. L'avvento delle nuove tecnologie, in particolare, ha determinato la crescita delle opportunità di mercato introducendo una vasta gamma di nuovi prodotti (DVD ad esempio) e servizi (la Rete ad esempio) per l'audiovisivo. Anche l'impresa televisiva operante nella Regione Veneto sarà sottoposta, nei prossimi anni, ad una fortissima pressione concorrenziale dovuta all'immissione del digitale che consentirà il passaggio da un'offerta

sostanzialmente mono/mediale a una multi/mediale o multi/modale.

Questo cambiamento costituirà un fattore importante di crescita aziendale destinato ad accentuare la *mission* culturale della stessa industria televisiva.

Ci si è quindi ispirati ad una modalità di lettura dell'organizzazione del lavoro che prevede una procedura di analisi articolata nel seguente modo:

_analisi generale del modello organizzativo prevalente che caratterizza le imprese del settore in esame

_identificazione dei processi lavorativi fondamentali, delle principali attività ad essi corrispondenti, e dei risultati attesi.

Nel complesso, il percorso per competenze attraversa il territorio delle conoscenze (il sapere), delle abilità (il saper fare) e dei comportamenti (il saper essere e il saper relazionarsi, in pendenza di una aspettativa di prodotto).

I contenuti del percorso formativo: non solo smanettare al computer

Da un lato il percorso si articola in moduli "generali", quali:

_Socializzazione e lavoro di gruppo

_Cultura del lavoro

_Informatica di base ed *Office Automation*

_Internet e società dell'informazione

_Inglese di base e professionale

D'altro lato approfondisce tutte le tematiche relative alla figura professionale del tecnico di post-produzione video su sistemi digitali attraverso una serie di moduli "professionalizzanti" incentrati nello specifico tecnico del profilo da formare.

Tuttavia, proprio per le ragioni fin qui viste, fra i contenuti proposti non poteva mancare una adeguata visitazione della storia e della teoria della comunicazione

per immagini in movimento.

Il primo dei moduli tecnici è stato dunque dedicato alla "storia delle immagini semoventi", al fine di render consapevoli i corsisti del percorso tecnico e culturale che presiede all'attuale fruizione quotidiana di audiovisivi.

Dall'esame di contributi originari (le varie sperimentazioni di riproduzione del movimento di fine '800, Skladanowski, Lumière, ecc.) si sono evidenziate via via le linee di evoluzione dei generi audiovisivi e i linguaggi specifici. I punti cruciali toccati sono stati: gli albori delle animazioni, l'invenzione del cinema propriamente detto, lo specifico del mezzo televisivo e infine il video per Internet e gli altri generi attuali (videogiochi, teleconferenze ecc).

A seguire, sono state mantenute le competenze comunicative che generalmente i corsisti già presentavano in ingresso, sia pure a livelli differenziati (si trattava infatti di un gruppo altamente motivato, che mediamente vantava un percorso personale attiguo a quello del corso, come ad es. studi presso DAMS universitari, Liceo Artistico e/o Accademia Bella Arti, ecc).

La manutenzione della competenze co-

municative è stata realizzata in particolare col modulo dedicato alla "Semantica del racconto per immagini semoventi", in cui venivano aggiornate le competenze di decodifica, smontaggio e ri-montaggio di una storia in modalità alternative ma congruenti sul piano del racconto. Ai corsisti era richiesto di conoscere le principali linee di tendenza del racconto filmico e di saper qualificare un audiovisivo per tipologia e per tecnica di montaggio. Si è così spaziato dai principi della narratologia alle principali tipologie di montaggio, dal montaggio "classico" e "invisibile", a quello formalista, alla presa diretta.

Col modulo "Tecniche del montaggio video" si è entrati nel vivo della operatività prevista dal percorso formativo.

Ai corsisti si chiedeva innanzitutto di acquisire le competenze pratiche di effettuare riprese/registrazioni audio dall'ambiente e successivamente di digitalizzazione e/o trasferire a PC il materiale audio-video grezzo.

Il passo successivo consisteva nel familiarizzare gradatamente, fino a raggiungere un buon uso di base del software di *editing* non-lineare prescelto (Adobe





Première Pro versione 2.0, la più avanzata disponibile – in ciascuna piattaforma personale dei corsisti, oltre ad un approccio dimostrativo a Final Cut Pro 5, nella stazione Apple dedicata) per procedere al montaggio di brevi filmati di tipologia diversa. (filmati informativi, educativi, pubblicitari e di intrattenimento). Infine, anche con riferimento al modulo dedicato al video per Internet (vedi sotto), i corsisti dovevano acquisire l'abilità di esportare il materiale montato nei più comuni formati e supporti di distribuzione. Ma l'aspetto forse più significativo del modulo sul montaggio non è tanto l'abilità tecnica in sé, quanto il saper inquadrare tale abilità pratica in un più ampio contesto di riferimento che comprende – sia pure nei modi e termini limitati di un corso di formazione – l'intera filiera produttiva di un audiovisivo, partendo appunto da elementi di pre-produzione, quali:

1. il soggetto, ossia l'idea di "storia" da raccontare;
2. il trattamento, la trasformazione di quella storia primigenia in una idea di sceneggiatura, e la successivamente articolazione in scaletta delle riprese da effettuare;



3. il découpage tecnico ed eventualmente lo story-board, cioè la pre-visione del materiale da riprendere. A queste attività, sono seguite le operazioni di tipica "produzione" e cioè:
 1. ripresa dal vivo con telecamere professionali (in formato DV-CAM) e vari tipi di microfoni e radiomicrofoni;
 2. acquisizione a computer del materiale audio-video grezzo;
 3. altre fonti ed altri tipi di acquisizione del materiale (scansioni di immagini fisse, file audio)
 4. classificazione ed archiviazione delle riprese audio-video effettuate. E finalmente, al cuore delle specifiche mansioni di post-produzione, il modulo affrontava:
 1. tecniche di taglio, di dissolvenza e altre tecniche di transizione;
 2. stile del montaggio nel filmato informativo;
 3. stile del montaggio nel filmato educativo;
 4. stile del montaggio nel filmato pubblicitario;
 5. stile del montaggio nel filmato di intrattenimento.

Un modulo formalmente distinto, ma di



fatto naturale prosecuzione di quello del montaggio video è stato dedicato specificatamente al "Montaggio della colonna sonora".

Le unità di apprendimento si sono incentrate su:

- _acquisizione delle competenze di registrazione dal vivo o da archivio audio di materiale sonoro grezzo;
- _utilizzo di software di *editing* non-lineare per procedere al montaggio della colonna sonora di un filmato;
- _esportazione del solo materiale audio (senza video) nei più comuni formati e supporti di distribuzione.

In pratica le abilità professionali sviluppate sono state:

1. registrazione dal vivo con microfoni e radiomicrofoni professionali;
2. acquisizione a computer del materiale audio grezzo;
3. acquisizione di materiale audio da altre fonti (diverse dalla registrazione diretta d'ambiente);
4. editing di tracce di dialogo;
5. editing di tracce di effetti sonori;
6. editing di tracce di commento musicale;
7. interventi di pulizia e filtraggio del sonoro;

8. processamento e mixaggio di più tracce sonore;
9. sincronizzazione dell'audio con il video.

Col modulo dedicato ad "Effettistica e sovrimpressioni" i corsisti sono stati condotti a sperimentare le principali lavorazioni aggiuntive al montaggio vero e proprio, e cioè ad acquisire le competenze per:

- _realizzare effetti speciali su brani filmici;
- _realizzare *compositing* fra più tracce video;
- _abbinare video e grafica;
- _titolare in modo creativo ed efficace un filmato.

In pratica, le capacità operative corrispondenti sono state:

1. applicazione di effetti organici e non;
2. applicazione di effetti di movimento;
3. applicazione di filtri video ad una traccia filmica;
4. applicazione di filtri audio;
5. *compositing* fra più tracce video;
6. *compositing* fra video (in movimento) e grafica (fissa o animata);
7. sovrimpressioni di titolazioni (eventualmente animate).

L'ultimo modulo specificatamente professionale è stato dedicato al nuovo panorama della produzione e distribuzione di audiovisivi tramite Internet.

Le competenze principali da acquisire sono state quelle necessarie a realizzare video espressamente per il Web, dettagliate nei seguenti contenuti operativi specifici:

1. classificazione e studio dei formati video tipici del Web
2. classificazione, studio e parametrizzazione degli streaming;

3. il mercato video su internet;
4. la produzione di video per internet;
5. la distribuzione di video con internet.

Il primo riscontro del percorso formativo, in forma di *project work*

Dopo la fase "in aula", e prima dell'immersione nelle realtà aziendali disposte ad accogliere in stage i corsisti, il primo significativo riscontro della valenza formativa del percorso si è avuto in forma di *project work*, nell'ottica di iniziare ad applicare conoscenze, abilità e comportamenti in contesti e su problemi "reali".

Data la complessità (si richiedevano *project work* che coprissero l'intera filiera produttiva dell'audiovisivo) il progetto di lavoro concordati fra corsisti e referenti didattici (direttore del corso, *tutor* d'aula e alcuni docenti) si è trattato di attività svolte a piccoli gruppi (2 o 3 corsisti, in 4 gruppi di analisi, progetto e realizzazione, oltre ad un corsista che ha preferito concordare un lavoro personale, incentrato – come spiegheremo nel proseguito – sulla "documentazione" del lavoro dei vari gruppi).

In linea generale, si è trattato di attività applicate ad una problematica "vera" (ancorché, a questo stadio, simulata prima e fuori del contesto aziendale effettivo) che necessitava della mobilitazione complessiva degli strumenti di conoscenza teorica e delle abilità applicative che l'allievo ha appreso durante il corso. In pratica si è trattato di applicare ad un tema specifico e in un contesto organizzativo definito le competenze complessivamente acquisite nelle unità di apprendimento. Il *project work* è stato impostato in termini di esigenze a cui rispondere, quali gli obiettivi del progetto, gli strumenti messi a disposizione

(documenti, risorse, procedure, etc.), i tempi e le modalità di attuazione, interazione e monitoraggio del risultato (del prodotto atteso).

I corsisti, in gruppi di lavoro o (in un caso) singolarmente dovevano, entro specifiche condizioni date, immaginare un prodotto audiovisivo possibile e realizzarlo. Questo processo complessivo si è articolato in sottoprocessi specifici:

1. ideazione di una storia originale
2. sua calettatura
3. storyboard e piano delle riprese
4. post-produzione
5. formattazione definitiva di distribuzione
6. valutazione del prodotto.

Il *project work* interpretato come massima approssimazione ai limiti di fattibilità

A consuntivo si può dire che tutti i corsisti, nel mettersi in gioco col *project work*, hanno inteso misurare i limiti di fattibilità di determinate idee, entro le condizioni e con i limiti strumentali e organizzativi dati. Questo è un aspetto importante dell'esperienza, perché testimonia la presenza di una forte motivazione personale e di gruppo, unita ad una tendenza generalizzata alla innovazione di prodotto, e talvolta di processo.

Uno sguardo a volo d'uccello sulle "storie" originarie create e poi effettivamente realizzate in forma di audiovisivo, evidenzierà meglio di ogni altro discorso la doppia valenza della motivazione a mettersi completamente in gioco e a cercar di innovare.

Le "storie" originali create

Un primo gruppo di lavoro, costituito da

tre corsisti, dopo le opportune fasi di analisi, brainstorming, ecc. ha realizzato il proprio *project work* con il cortometraggio “Lo sguardo invisibile” il cui soggetto si può così sintetizzare:

Un giovane, mentre passeggia attraverso vari spazi cittadini (giardini pubblici, marciapiedi ecc) ha progressivamente la sensazione psicologica di essere osservato, se non addirittura pedinato, inseguito... Comincia ad allungare il passo, transitando per passaggi angusti o cambiando improvvisamente traiettoria, ma la sensazione non lo abbandona.

Accelera sempre più, fino a rientrare in un luogo in cui si sente sicuro (l'aula formativa), ma qui, appena dischiusa la porta, si trova davanti alla proiezione sui tutta una parete di un filmato che mostra il punto di vista del suo "inseguitore" attraverso i luoghi che ha appena percorso. Sentendosi in trappola, vittima quantomeno dell'occhio di un Grande Fratello, si precipita velocemente fuori. Ma da un monitor, posto in un'altra stanza, un secondo personaggio, che lo sta controllando, si avvede che la "vittima" dello sguardo che controlla sta scappando, e a sua volta si getta all'inseguimento, fra corridoi e scale, del giovane.



In quest'ultimo inseguimento i ruoli enigmaticamente si scambiano, tanto da indurre a chiedersi chi è l'osservato e chi l'osservatore

Questa “storia” è stata progettata in modo tale da sperimentare a fondo ed in maniera creativa la dialettica fra inquadrature oggettive (l'occhio della telecamera che registra ciò che accade davanti” e inquadrature soggettive (il taglio dell'inquadratura e soprattutto il movimento di camera suggeriscono che ciò che è inquadrato riproduca lo sguardo di un personaggio che si sta muovendo nella scena degli avvenimenti).

Con un uso accorto di alternanza fra queste due soluzioni tecniche, il gruppo di corsisti è riuscito a comunicare efficacemente tutte le sensazioni psicologiche su cui si regge il breve racconto, sensazione che in quanto tali non sono affatto evidenziabili, essendo meri stati d'animo, privi di forma iconica, descrivibili tutt'al più in linguaggio verbale fuori campo, ma in questo caso impoverendo notevolmente il potenziale comunicativo dell'audiovisivo (a meno di attribuirgli stilemi tipici di generi cinematografici codificati, ad esempio come il *noir* hollywoodiano, tipicamente corredato della voce off in



prima persona del protagonista).

Ad ulteriore sondaggio delle possibilità tecniche di racconto di un soggetto tanto “muto”, il gruppo ha progettato di “piegare” di tanto in tanto gli avvenimenti narrati attraverso immagini riprese dal vivo con una trascolorazione delle stesse in bianco e nero, e quindi in stile disegno a carboncino. Il montaggio finale allude così ad un parallelo fra la storia “reale” ed una disegnata al tratto, stile fumetto (ed infatti il video finale coerentemente rimanda ad un fumetto d'autore noto, Dylan Dog, in cui le storie tipicamente sono sviluppate sul registro di un'angoscia diffusa, e l'*happy end* altro non è che una pausa, una sospensione del disagio che misteriosamente attanaglia i personaggi).

Un secondo gruppo di lavoro, anche questo composto da tre corsisti, ha per così dire esplorato la dimensione complementare, quella dell'audio. Il *project work* di questo gruppo si è concretizzato nel cortometraggio “Sounds Like”.

Il soggetto elaborato prevedeva di percorrere gli spazi cittadini attraverso il propagarsi di un accordo musicale, una combinazione elementare di suoni che, pas-



sando di orecchio in orecchio e di bocca in bocca, si propaga, si modifica e si rilancia. Tutto inizia al mercato generale, dove un addetto al bancone ittico lancia il suo richiamo tradizionale: “Pesce fresco! Pesce Fresco! Compriamo il pesce fresco...”

Un occasionale avventore del banco, mentre attende il suo turno per esser servito, soprappensiero, fischietta a suo modo il motivo “pesce fresco”. Quando se ne va con la borsetta della spesa in mano, continua a fischiettare il motivo che gli è entrato in testa, e grazie ad una serie di “incroci” con vari altri personaggi – per lo più interpretati da allievi stessi del corso – ognuno dei quali riprende e a volte parzialmente varia il ritornello, finisce che il motivo (vero e proprio leitmotiv del filmato) si propaga per ogni angolo di città, si incrocia in momenti di polifonia, perfino diventa entità a sé, che volazza per i giardini pubblici, fra la gente, ecc.

Alla fine, portato all'orecchio di un chitarrista che sta provando degli accordi, fa da suggerimento, ed il musicista rientra in sala prove e inizia ad eseguire col proprio gruppo musicale un pezzo ispirato al motivo che ha attraversato la città.

La lavorazione di un soggetto in sé tanto essenziale è stata piuttosto elaborata, in quanto – e il gruppo ha voluto misurarsi con questa specifica dimensione – solitamente c'è una sottovalutazione dell'importanza del sonoro nei filmati. Al contrario, una perfetta gestione della dimensione audio fa parte del miglior bagaglio professionale del tecnico di post-produzione.

Il terzo gruppo di lavoro, anch'esso composto da tre corsisti, ha progettato e realizzato, entro i limiti di risorse noti, un cortometraggio simbolico di fantasia sfrenata. Il soggetto di “Magik Box” parla da sé:

Una scatola nera vaga, rotolando, nello spazio vuoto fra le nuvole.

Dopo alcune rotazioni, la scatola si apre e rivela al proprio interno l'angolo di una casa, cucina e sala da pranzo, con tanto di mobili, arredamento, carta da parati alle pareti.

In questo ambiente surreale si muove un giovane, evidentemente ossessionato dal senso dell'esistenza e dal trascorrere del tempo.

Mentre alcuni oggetti scandiscono il passare delle ore, per tentar di dare un senso alla propria esistenza il giovane si cambia

di abiti, affacciandosi ad uno specchio e agendo con un telecomando (ad ogni nuovo impulso, cambia l'abito o le scarpe, ecc), mangiando robbaccia da fast-food, giocando a carte con un coniglietto...

Ma nulla sembra avere un senso forte, e quando il coniglietto cala il proprio poker d'assi, il giovane, in preda ad un raptus, estrae un tagliabalsa e uccide l'animaletto.

Poi, con calma, si stende sul pavimento, con un gesso si disegna attorno i limiti della propria bara, e si compone in posizione da morto...

La scatola nera si richiude e torna a roteare negli spazi cosmici.

Non occorrono molte parole per valutare in tutta la sua portata lo sforzo, oltre che ideativo, realizzativo di un simile prodotto, in aula e negli spazi adiacenti, con a disposizione risorse fisiche e strumentali molto elementari.

La tecnica del *blue-screen* e/o del *green-screen* è stata basilare per gran parte del processo, in quanto la scatola originaria è stata realizzata in dimensioni ridotte, in cartone e carta stampata, con immagini tutte create dai corsisti, mentre le riprese dal vivo sono state effettuate a parte, in un'aula adiacente all'aula PC del corso,

coprendo un'intera parete di cartoncino di colore verde o blu, tutto uguale e di tipologia cromatica testata ed illuminato in modo il più uniforme possibile. Su questo sfondo sono state realizzate le riprese dal vivo (di questo ma anche di altri gruppi di lavoro), per poi scorporare con opportuni filtri compresi nei software di post-produzione tale sfondo e renderlo "trasparente". In questo modo, il personaggio ripreso dal vivo poteva esser sovrapposto ad una ripresa ad esempio di un appartamento fittizio, creato in cartone.

Anche se il risultato del *project work* non è risultato perfetto dal punto di vista tecnico, sia lo sforzo di tener sotto controllo una materia tanto difficile sia tutto sommato il prodotto effettivamente consegnato sono stati notevoli. Per aver un'idea delle difficoltà tecniche scientemente affrontate da questo gruppo di lavoro si tenga presente che certi punti del progetto prevedevano passaggi multipli, difficili da governare perfino da parte di professionisti affermati, come quando il personaggio reale, scontornato dello sfondo verde e reso lillipuziano per inserirsi nel mini locale ricreato entro la scatola, doveva puntare il telecomando su uno spec-

chio reale, trasposto entro la scatola, ma che rifletteva una diversa immagine della persona, con diverso vestito ecc.

Il quarto ed ultimo gruppo di lavoro, composto da due corsisti, ha invece scelto di misurarsi su un prodotto "di genere", facendo il verso ad una tipologia televisiva americana di serial televisivi brevi incentrati su un falso-supereroe. Il *project work* intitolato "The Adventures of Gianni Madalon" (nome, per altro, di uno dei docenti del corso, che si è prestato a dare, unitamente ad altri corsisti ed allo stesso direttore del corso) prende le mosse da un soggetto così sintetizzabile:

Un docente esperto nel software di montaggio video Adobe Premiere (strumento effettivo del corso) mentre sta lavorando di notte ad un filmato è vittima di un incidente: un fulmine colpisce la casa ed il PC a cui lavora, e la scarica elettrica che ne scaturisce conferisce al docente dei superpoteri, collegati direttamente al software di montaggi: modificare la linea del tempo, scambiare l'ordine degli eventi, in un parola trattare la realtà come se fosse un film, configurabile a piacimento.

Il docente, pur continuando a condurre

una vita normale, decide allora di porre tali super-poteri al servizio del bene.

Fin qui l'introduzione, che nel genere parodiato tien luogo di sigla e riassunto degli elementi essenziali del racconto.

Segue poi un "episodio" della serie, incentrato su un allievo del corso che, avendo fatto troppe assenze, vien prelevato manu militari dagli sgherri del direttore del corso. Minacciato di perdere il buon-pasto, l'allievo deve giocarsi tutto a scacchi contro il direttore del corso, fortissimo ed imbattibile nel nobile giuoco.

Perde e mentre viene trascinato via dagli sgherri grida chiedendo aiuto al supereroe. Smessi i panni di tutti i giorni, questi si trasforma ed interviene a favore dell'allievo "riavvolgendo" il tempo e gli eventi. Nuova sfida a scacchi col Direttore del corso, con l'aiuto ricevuto va un po' meglio, ma alla fine il Direttore sta per vincere ugualmente. Allora il supereroe compare in una finestra di pop-up e suggerisce di "mangiare un pezzo", nel senso di ingurgitare fisicamente un elemento degli scacchi. Per facilitare l'operazione, il super-eroe fa schiantare un autobus contro un muro, comparso come per miracolo al centro della strada, tutti si distruggono, e l'allievo può furtivamente ingurgitare un



cavallo degli scacchi, lasciando così a mani vuote il perfido Direttore.

L'allievo corre a ringraziare il super-eroe, e nel fraternizzare questi gli dà una pacca sulla spalla. Il pezzo, che l'allievo teneva ancora in bocca, gli scende in gola e muore soffocato.

Niente paura! Il super-eroe ricorre al solito potere di riavvolgere il tempo e modificare gli eventi... Ma stavolta, a sorpresa, la finestra virtuale dei comandi recita "ERRORE IRREVERSIBILE".

Al super-eroe non resta che raccogliere malinconicamente il pezzo uscito dalla bocca dell'allievo morto e ritirarsi nel proprio rifugio, dove depone il cavallo su uno scaffale pieno di pezzi di scacchi ancora grondanti di saliva...

Al di là della trama, che qui si è solo accennata per sommi capi, si valuti che tutte le esibizioni di super-poter avvengono, secondo la logica del racconto in una dimensione che comprende contemporaneamente la realtà e, sovrapposta e mischiata ad essa, la virtualità dei programmi informatici, le finestre di dialogo che compaiono fra gli oggetti di tutti i giorni, con una lavorazione di sovrapposizione ed effettistica assolutamente rimarchevole per dei corsisti alla prima

esperienza completa nel settore.

Ad ulteriore riconoscimento dello sforzo profuso in questo *project work*, si consideri che i corsisti hanno anche scritto la musica originale e la sigla del corto, suonandola e cantandola direttamente.

Da ultimo, il *project work* personale di una corsista che ha preferito cimentarsi in un genere di documentazione, sotto forma di *backstage* dei gruppi di lavoro fin qui visti.

Il lavoro che ne è risultato è una onesta restituzione, visiva e con colonna sonora, di una serie di momenti caratteristici del "dietro le quinte", in cui si mostra il lavoro, preparatorio e a volte defaticante (ma non necessariamente) che i vario gruppi di lavoro si sono sobbarcati per portare a termine i prodotti delineati nei rispettivi *project work*.

La significatività complessiva di questo primo monitoraggio dei livelli raggiunti ha potuto poi esser meglio valutata nei luoghi effettivi di esercizio della professione, cioè a dire presso le aziende (TV locali, *service* di produzione video ecc.) che hanno accolto in *stage* i corsisti, finendo in più di un caso per assumerli, o quantomeno tenerli in rapporto di collaborazione saltuaria ed a progetto.



Lo stage e l'esame di qualifica

di Milo Muffato

Lo stage

All'interno del corso "Tecnico della post produzione video su sistemi digitali" è stata realizzata un'attività di stage che ha impegnato 12 allievi complessivamente per 340 ore.

L'esperienza è nata e si è svolta senza mai perdere di vista gli obiettivi generali esplicitati nella programmazione didattica e si è definita per una modalità di approccio di tipo esplorativo-conoscitivo oltre che applicativo.

In riferimento a queste finalità di carattere generale, ci si è proposto di raggiungere, attraverso il tirocinio, obiettivi più specifici quali:

_mettere gli allievi in una condizione di confronto critico tra "vissuto aziendale" e "progetto personale" in modo da rendere più consapevoli le scelte nel mondo del lavoro;

_permettere loro una visione critica ed esaustiva dell'ambiente professionale frequentato durante il tirocinio;

_permettere all'allievo-stagista, di mettere in atto competenze, esercitare skills e di verificare la conformità tra le esigenze aziendali e le sue prestazioni professionali;

_trasferire allo stagista, attraverso l'esperienza operativa (learning by doing), abilità già definite e controllabili, sviluppare capacità di dominare situazioni nuove e di creare nuove abilità;

_creare efficaci condizioni di avvicinamento al mercato del lavoro;

_raccolgere informazioni e conoscenze utili negli ambiti: relazionale, produttivo e organizzativo del mondo del lavoro.

Obiettivi, questi, raggiungibili solo nel

momento in cui i due soggetti interagenti, stagista e azienda, condividono finalità e modalità d'approccio.

Gli allievi, che con il loro tirocinio entrano nel ciclo di valore dell'azienda, si caratterizzano in termini individuali per conoscenze, sapere, valori e motivazioni di cui sono portatori. Così definiti, gli stagisti rappresentano solo delle potenzialità fintanto che l'azienda non decide di trasformarle in capacità da integrare nel contesto organizzativo.

Con queste basi teoriche e con queste modalità di approccio metodologico, l'esperienza ha dato modo agli allievi di affinare la loro capacità critica in riferimento alla loro effettiva preparazione, nonché di capire di quanta e di quale formazione di cui ancora, eventualmente, necessitano.

Inoltre hanno avuto modo di incontrarsi e relazionarsi con le molteplici dinamiche del mondo del lavoro, capirne alcune esigenze specifiche di settore, verificare il grado di "spendibilità" del proprio curriculum e conoscere le strategie migliori per affrontare un colloquio di selezione. Infine, ma non ultimo, hanno trovato l'occasione per riflettere sulle proprie future scelte professionali alla luce di inclinazioni ed opportunità reali.

Lo stage, in sintesi, ha impegnato gli allievi all'interno di: piccoli studi di produzione e post produzione video ed emittenti televisive locali situate nelle province di Padova (Triveneta, K-Comunicazione, 3 Channel, Lag), Venezia (The Movie Company), Treviso (Zeta Video - Tg Treviso) e Vicenza (TVA Vicenza).

Alcune di queste esperienze si sono tra-

dotte in assunzioni e proposte di collaborazione, confermando la validità del percorso formativo e dell'adeguatezza della preparazione degli allievi rispetto alla complessità di questa figura professionale.

L'esame di qualifica

A conclusione del percorso formativo, i corsisti si sono cimentati nell'esame finale di qualifica regionale che ha lo scopo di offrire una lettura oggettiva sui livelli di apprendimento raggiunti e sulle competenze professionali acquisite.

Le prove finali sono state effettuate a completamento delle attività teorico-pratiche d'aula e dello stage aziendale, e vi sono state ammessi tutti i corsisti, avendo tutte superato ampiamente il 70% di presenza del monte ore complessivo richiesto dalla norma.

L'esame si è sviluppato in tre fasi organizzative.

La prima fase, o "fase preparatoria", è stata quella dell'insediamento della Commissione, composta dal Responsabile dell'Organismo di Formazione, dal Coordinatore del corso, da tre docenti e dai rappresentanti della Regione, del Ministero del Lavoro, del Ministero della Pubblica Istruzione, delle Organizzazioni sin-

dacali, dei Datori di lavoro e dei Maestri del lavoro. In questa fase il Coordinatore ha illustrato alla commissione la figura professionale e, in generale, l'andamento complessivo del percorso formativo. A questo punto si è passati alla discussione e all'approvazione della metodologia di sviluppo delle prove d'esame, delle caratteristiche delle prove di accertamento e dei criteri di valutazione.

La seconda fase, o "fase operativa", ha riguardato la realizzazione, in due distinte giornate, delle prove d'esame, una prova pratica e un colloquio individuale. Nella prima giornata gli allievi si sono cimentati nella prova pratica, della durata complessiva di 6 ore. È stato loro richiesta la realizzazione di un breve video, con immagini e sonoro forniti, sul tema "Padova: la città si muove e lavora". Il tema sviluppato in questa prova pratica prevedeva l'utilizzo delle competenze acquisite durante il percorso formativo per arrivare quindi, attraverso l'utilizzo delle principali tecniche della post produzione video, a un prodotto compiutamente finito.

Nella seconda giornata invece si sono svolti i colloqui individuali. Ogni allievo ha presentato e commentato la propria prova





pratica, relazionato sull'esperienza di stage e discusso con la commissione sulle possibili opportunità occupazionali future. Nella terza e ultima fase dell'esame, o "fase valutativa", la commissione d'esame ha proceduto alla costruzione del giudizio finale. La valutazione del corsista è stata determinata dalla somma di tre diverse componenti:

_la valutazione dei risultati in itinere conseguiti dai corsisti nelle diverse aree formative;

_la valutazione dei risultati conseguiti dai corsisti durante la fase di stage aziendale;

_la valutazione complessiva della prova d'esame.

A questo punto la valutazione ottenuta da ciascun corsista ha permesso la conversione del punteggio stesso in giudizio finale.

I corsisti hanno affrontato e sviluppato il tema d'esame dimostrando, nell'insieme, il possesso di concrete capacità professionali, di buona autonomia operativa e, in alcuni casi, di una valida ed originale inclinazione.

L'esame ha visto tutti e 12 i corsisti conseguire il diploma di qualifica, tre dei quali con il massimo dei voti.

Milo Muffato, nato a San Donà di Piave (VE) nel 1968, si è laureato in Scienze dell'Educazione all'Università di Trieste. Dal 1990 è socio della Cooperativa Anitur, per la quale è educatore e responsabile della progettazione delle attività ricreative ed educative per minori e preadolescenti. Per la stessa coordina il progetto di rete "La Ludoteca delle bambine e dei bambini" in quattro comuni del trevigiano.

Dal 1994 svolge attività di docenza negli istituti superiori, nell'ambito dei Progetti Intesa, nelle materie relative all'animazione dei gruppi, alla comunicazione e al marketing turistico.

Sempre dal 1994 svolge attività di docenza in corsi FSE per disoccupati, nei moduli di socializzazione, comunicazione e orientamento al lavoro.

Dal 2001 è collaboratore dell'ente di formazione professionale ANAPIA Regionale del Veneto, per il quale svolge attività di coordinamento nei corsi FSE per disoccupati e occupati e nella Formazione Individuale Continua.

Gianni Maddalon, nato a San Biagio di Callalta (TV) nel 1955, si è laureato in Lingue e letterature straniere all'Università di Venezia.

Dal 1980 al 1999 ha insegnato nella scuola superiore (Lingua tedesca, Laboratorio di Elettronica, Esercitazioni pratiche in Istituti Tecnici e Professionali ad indirizzo elettronico e di telecomunicazioni).

Dal 1994 al 1999 è stato Consulente tecnico in procedimenti penali presso i Tribunali di Venezia, Padova, Treviso, Trento, presso le Corti d'appello di Venezia e Trento, presso la Suprema Corte di Cassazione di Roma e la Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, in tema di edoctica, ricostruzione storico-iconografica, analisi e interpretazione di documenti.

Dal 1984 al 2006 ha progettato o ha fornito supporto tecnico a manifestazioni culturali e di formazione, ed in particolare ha svolto consulente professionali su problematiche di comunicazione, progettazione e realizzazione di campagne comunicative, sia istituzionali che commerciali, implementazione di siti Web, realizzazione di prodotti multimediali e DVD video.

link

<http://www.spettacolo.beniculturali.it/>

Sito del Dipartimento per lo spettacolo e lo sport che, per il tramite delle Direzioni Generali per il cinema e per lo spettacolo dal vivo e lo sport, ha competenze in materia di promozione, vigilanza e sostegno delle attività cinematografiche, musicali, teatrali, liriche, di danza, circensi e dello spettacolo viaggiante.

<http://www.distrettoict.it/>

Il Distretto è un Consorzio di imprese che operano nei settori dell'informatica, delle telecomunicazioni, del networking e dei media. Patrocinato dal Comune di Roma, dall'Unione degli Industriali e dalla Camera di Commercio di Roma, è costituito da circa 60 imprese e aperto a chi voglia associarsi.

È il primo Consorzio di tale genere che si costituisce in Italia e vuole esprimere e rappresentare, nel proprio ambito, le attività industriali e dei servizi che operano nella nuova area economica indicata alternativamente come grande convergenza o multimedialità o new economy.

http://ec.europa.eu/information_society/media/index_en.htm

The MEDIA Programme aims at strengthening the competitiveness of the European audiovisual industry with a series support measures dealing with:

_the training of professionals

_the development of production projects and companies

_the distribution of cinematographic works and audiovisual programmes

_the promotion of cinematographic works and audiovisual programmes

_the support for cinematographic festivals

MEDIA co-finances training initiatives for audiovisual industry professionals, the development of production projects (feature films, television drama, documentaries, animation and new media), as well as the distribution and promotion of European audiovisual works...

<http://www.antennamedia.to.it/>

Antenna MEDIA Torino è l'ufficio di rappresentanza in Italia - insieme al MEDIA desk con sede a Roma - del Programma MEDIA dell'Unione Europea, il programma comunitario di sostegno all'industria europea dell'audiovisivo che fa capo alla DG Information Society and Media della Commissione Europea.

<http://www.mifed.com/>

Sito del MIFED: il mercato internazionale del cinema e del multimediale, che rappresenta uno dei più importanti avvenimenti a livello mondiale del settore audiovisivo, dove si incrociano la domanda e l'offerta di diritti cinematografici, televisivi e home video.

<http://filmitalia.org/>

Filmitalia S.p.a. è la società del gruppo Cinecittà Holding creata con l'obiettivo di promuovere il cinema italiano all'estero e di accrescere la distribuzione di film italiani nel mercato internazionale.

<http://www.anica.it/>

Sito dell'Associazione, fondata nel 1945, aderente a Confindustria, che rappresenta le realtà industriali del cinema e dell'audiovisivo. Ne fanno parte i produttori cinematografici (UNPF), i distributori cinematografici multimediali (UNIDIM) le Industrie Tecniche per lo sviluppo e la stampa, i teatri di posa, il noleggio mezzi, la post-produzione audio e video, i trasporti (UNITEC) le imprese specializzate nella realizzazione di cortometraggi, pubblicità e documentari (UNICS), le imprese di esportazione di cinema e progie imprese di esportazione di cinema e programmi tv all'estero (UNEFA) le imprese di esercizio nei multiplex (ANEM).

<http://www.cinecitta.com/>

Sito di Cinecittà Holding, fondamentale punto di riferimento per la cultura e l'industria cinematografica italiana, la cui missione è fornire servizi al cinema italiano con l'obiettivo di accrescere le opportunità in Italia e nel mondo.

<http://www.csc-cinematografia.it/csc/pages/storia.php>

Sito del Centro Sperimentale di Cinematografia, insieme a quella di Leningrado la prima scuola di cinema del mondo e punto di riferimento di celebri professionisti, giovani autori e appassionati studiosi: centro propulsivo di tutto il cinema italiano. Nel corso dei suoi settant'anni di vita ha formato intere generazioni di cineasti.

<http://www.cineuropa.org/>

The European Cinema Portal, site dedicated to European cinema, European films, European actors, European filmmakers, European professionals, producers, distributors, sales agents, scriptwriters, film finance and the film industry as a whole...

<http://www.cortometraggi.com>

In questo sito è possibile vedere cortometraggi di giovani registi italiani. Se sei un regista di cortometraggi in questo spazio puoi trasmettere gratis in streaming online i tuoi lavori e renderli visibili a tutti i navigatori di internet.

<http://www.videomakers.net>

Portale che intende offrire uno strumento di supporto a tutti gli appassionati videomakers ed essere un punto di riferimento per gli appassionati italiani dell'editing video non lineare.

<http://www.italianeditors.com/tutorial.html>

Un gruppo di editors chee tramite il questo sito vogliono introdurre il navigatore nel loro piccolo mondo e intendono tentare di spiegare un po' l'ABC del montaggio video.

Publicazione realizzata con il finanziamento
del Fondo Sociale Europeo
e del Fondo di Rotazione
del Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali

Attività di informazione e diffusione
dei risultati in area "Obiettivo 2"
del corso di Formazione FSE 024/05
gestito dall'Ente di Formazione Professionale
A.N.A.P.I.A. Regionale di Veneto.
Il corso rientra nella misura E1
ed è stato approvato dalla Giunta Regionale
del Veneto con D.G.R. 4203 del 22.12.2004



Unione Europea



Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali



Regione Veneto

