

LA STORIA COME SPETTACOLO " MOTIVAZIONE"

La voglia di sapere è una componente centrale della natura umana, ma **la curiosità** a volte **stenta a trasformarsi in voglia di studiare**.

L'insegnamento della **storia** spesso si limita a un **racconto cronologico** di fatti, che può risultare **noioso**

La sfida per la televisione è stata **creare entusiasmo**, voglia di conoscere. E' la ricetta applicata da Roberto Benigni, che affronta opere difficili e le trasforma in spettacoli.

Per apprendere è necessario ci sia **interesse**, questo interesse è la **"motivazione"**

La motivazione è **l'insieme della carica psichica e della gratificazione** che deriva dall'esperienza

LEGAME TRA MEMORIA E ATTENZIONE

La memoria verbale si organizza in modo diverso da quella visiva

Di un'esperienza, come aver assistito alla presentazione di un libro, il giorno dopo ricordiamo com'era vestito lo scrittore, il colore della copertina del libro, ma magari abbiamo dimenticato completamente le sue parole.

Il modello di fruizione è cambiato è fatto di rapidi spot, videogiochi, piattaforme streaming e **sollecita** in modo particolare **la memoria visiva**.

Capita che guardiamo la televisione in modo distratto, senza ascoltare le parole. Eppure una volta finito il programma o il film, **ci rimane in testa un'immagine**. Questo è più difficile che accada con le parole di un discorso, perché **la memoria verbale, richiede maggiore attenzione**.

IL CENTRO DELLA MOTIVAZIONE È IL PIACERE

Cartoni animati come **Asterix il gallico del 1967** e **C'era una volta Pollon** del 1982, hanno avuto un ruolo importante nella divulgazione della storia e della mitologia.

Anche le **parodie di Topolino** sull'**Inferno di Dante**, **I Promessi Sposi**, **I Miserabili**.

Le immagini, il linguaggio semplice, il modo ironico di raccontare la storia, la mitologia e la letteratura, **hanno dato una spinta all'apprendimento**, reso più facile l'approccio alla conoscenza e alla portata di tutti.

È quello che fa la televisione generalista, che si rivolge a un pubblico eterogeneo

Accade anche con i film. **Il Signore degli Anelli di Peter Jackson** è stato un successo planetario. Pochi avevano letto il libro di Tolkien, ma **dopo aver visto il film**, molti si sono appassionati ai personaggi e poi **hanno letto il libro** per approfondirne la storia.

L'ESEMPIO DI STANLEY KUBRICK

Il regista Stanley Kubrick ha detto:

Esistono certe aree del sensibile e della realtà - o della irrealtà o della sensibilità più intima, che sono inaccessibili alla parola.

La musica ha accesso a queste aree. E così la pittura.

Sono le forme di espressione non-verbali che ci riescono.

La cosa migliore in un film, è quando immagini e musica creano l'effetto.

La lingua, quando è utilizzata, deve certo essere più intelligente e immaginosa che si può, ma mi interesserebbe molto fare un film senza parole.

Si potrebbe immaginare un film dove le immagini e la musica fossero utilizzate in modo poetico o musicale, dove si avesse una serie di enunciati visuali impliciti piuttosto delle esplicite dichiarazioni verbali.

Nessuno ha mai fatto un film importante, dove questi aspetti unici dell'arte cinematografica, siano il solo mezzo di comunicazione.

Le scene più forti, quelle di cui ci si ricorda, non sono mai scene in cui delle persone si parlano, ma quasi sempre scene di musica ed immagini.

BARRY LYNDON

La musica si pone come paradigma espressivo supremo.

La resa del settecento passa attraverso ciò che il '700 ha lasciato:

pittura, stampe, architetture, stili decorativi, oggettistica e musica di repertorio,

Tutti elementi che riuniti insieme, evocano la dimensione di un secolo

La successione dei brani è funzionale alla resa d'ambiente

Mozart, Haendel, Schubert, Vivaldi, Bach, sono state riscritte e riorchestrate da Leonard Rosenman, che collaborò con Kubrick nella scelta dei brani.

LA MEMORIA COLLETTIVA

I media e la televisione, hanno sempre svolto un ruolo significativo nella **costruzione della memoria collettiva**

I **Cinegiornali** prodotti dall'Istituto Luce a partire dal **1927**, hanno rappresentato un **veicolo di informazione** più **efficace** della carta stampata, raggiungendo la parte meno alfabetizzata della popolazione.

Mussolini lo sapeva bene e lo usò come metodo di propaganda molto efficace per irregimentare e costarsi un personaggio invincibile.

Altro esempio di utilizzo delle immagini è la trasmissione **Non è mai troppo tardi di Alberto Manzi** del **1960- 68**, che insegnava agli italiani a leggere e scrivere

FORMAT TELEVISIVI

Attualmente **la televisione usa format** molto interessanti come **strumento per raccontare la storia**, intrecciando la storiografia classica con immagini, forme e narrazione proprie del mezzo televisivo.

In **Correva l'anno** messo in onda dalla Rai nel 1999, **la narrazione è affidata ad una voce fuoricampo** e **la chiusura è riservata al commento in studio** di uno storico professionista (Paolo Mieli).

Il linguaggio, chiaro, semplice e divulgativo **è arricchito da contributi filmati**, documenti di repertorio, interviste ai protagonisti diretti e storici, spesso accompagnati da musica accattivante, che aiutano a memorizzare i fatti.

Anche ne **La Grande Storia** la narrazione è molto curata e ha un andamento quasi libresco diviso in capitoli.

IL MODELLO "MAGAZINE" DI PIERO ANGELA

Dal 2012 ad oggi **la televisione** subisce una **progressiva trasformazione**

L'insorgere di piattaforme come **Netflix, Sky, Amazon prime, Chili**, ha sconvolto completamente il panorama.

La tradizionale tv generalista non è stata stata cancellata, ma **si è adattata**, creando anche canali tematici.

Negli **anni '80** emergono **nuove forme di racconto divulgativo** (scientifico e storico) soprattutto grazie al modello "**magazine**" ideato da **Piero Angela: Quark**

Il modello **Quark** introduce **spunti e soluzioni derivanti dai modelli americani** e contaminati con formule più tradizionalmente nazionali.

Nasce il **CICAP** (Comitato Italiano per il Controllo delle Affermazioni sulle Pseudoscienze) fondato da Piero Angela, Umberto Eco - Massimo Polidoro (James Randi, illusionista).

Il modello Quark **si consolida** nel 1995 con l'avvento di **Superquark**.

COSA È UN FORMAT

In ambito televisivo il **termine format** significa **modello o struttura**

È il **modello di un programma di tipo seriale**

Può anche essere venduto e replicato in altri paesi con adattamenti vari, mantenendo le sue caratteristiche, come Grande Fratello, l'Isola dei famosi, X Factor

E' il contenitore del programma con le sue peculiarità strutturate **in virtù del posizionamento sui palinsesti.**

È uno schema di base che **individua i principali tratti caratteristici** di una trasmissione televisiva o di un'intera serie.

CARATTERISTICHE DEL FORMAT

Il paper format, è un **progetto testuale**, dove viene descritto il progetto televisivo, che **contiene l'idea, i contenuti** (storici - scientifici - cinematografici) **il target** di riferimento, **l'uso del filmati**, gli studi di mercato, il posizionamento.

Il programme format è il modello di un programma, le cui **caratteristiche lo rendono "riproducibile"** e può essere adattato e replicato anche in altri paesi del mondo.

Il format zero, è il girato di **una puntata pilota**, che presenta le caratteristiche principali del programma, **ma non è stato ancora rodato**, sperimentato e **mandato in onda**. E' uno strumento complementare del paper format, realizzato per facilitare la vendita dell'idea e dimostrare la sua fattibilità, solitamente si utilizzano personaggi famosi.

Negli Stati Uniti il mercato è impietoso. Prima di lanciare un programma o film, lo studio del mercato è accuratissimo. Non esiste la prova, **il programma o il film puntano solo al successo garantito**, i film direttamente all'Oscar, i programmi agli Emmy Award.

Se fallisci sei fuori per sempre. Anche se sei un grande regista, sei l'ultima cosa che hai fatto e se hai fallito, verrai ricordato solo per il flop.

COSA INSERIRE NEL FORMAT

L'IDEA DI BASE (un breve riassunto dell'idea)

Ovvero:

Di cosa si parla? (storia, scienza, cinema)

Come lo voglio raccontare? Con un conduttore e i filmati di repertorio ?

Con gli ospiti esperti? Interviste ai protagonisti? Inserendo docufiction, documentario?

Tipologia di programma (talk show, game show, reality, docufiction)

Titolo del programma deve essere riassuntivo e **immediatamente evocativo**

Aspetto concettuale (accademico - autorevole - elementare)

Motivazioni dell'idea (per quale fine lo faccio? Es: educazione finanziaria, divulgazione storico- artistica)

Target e audience di destinazione (il pubblico a cui si rivolge: giovani - anziani - bambini - intellettuali - pubblico generalista - casalinghe)

COSA INSERIRE NEL FORMAT

Il target influisce anche sulla collocazione nel palinsesto:

mattinata, pomeridiana, preserale, prima serata, seconda serata - notturno

Esempi: La prova del cuoco per donne che stanno a casa va a mezzogiorno, I fatti vostri destinato prevalentemente a pensionati va a metà mattinata, Art Attak va al mattino prima della scuola o primo pomeriggio, Fuori orario per cinefili va in notturno

NEL FORMAT VA INOLTRE INSERITO

- frequenza di trasmissione (quotidiano, settimanale)
 - durata della singola puntata
 - numero delle puntate previste
 - orario di collocazione consigliato
 - notizie di produzione - quante telecamere - operatori
 - elenco di materiali filmati, contributi, repertorio - dove reperirli
-

COSA INSERIRE NEL FORMAT

- scaletta dettagliata di una o più puntate
 - come sarà lo studio o le location - è girato col green screen o in ambiente reale
 - studio di marketing del prodotto - come e dove lo pubblicizziamo
 - le scelte tecniche e stilistiche del programma (aspetti scenografici, grafici, note di regia, formule di montaggio)
 - la struttura - tipo del format (es. Introduzione narratore - filmato di repertorio - conclusione narratore)
 - Musica originale o di repertorio
 - Problemi di Copyright
-

COPYRIGHT E ARCHIVI

Per realizzare un programma o un documentario, il primo passo è cercare il materiale di repertorio. Non farlo è l'errore più comune

Costruire il programma su quello che si ha realmente a disposizione, mai cercarlo dopo, a meno che tu non sia la Rai con le sue Teche.

Archivi e costi

Teche Rai

Istituto Luce

Combat Film (Archivio nazionale di Washington)

ICCD beni culturali (foto)

Istituti per la resistenza

Pathè (Century Fox Studios Home Entertainment)

Case di Produzione cinematografiche

Archivi Statali e Pubblici: CGIL - SENATO - BANCA D'ITALIA -

Archivi privati

Copyright

Musica: differenze tv o documentario - quale musica posso usare ?

Quali foto posso usare?

	OLYMPIC TELEVISION ARCHIVE BUREAU (OTAB) SALES QUOTE
CUSTOMER INFO	FOR OLYMPIC TELEVISION ARCHIVE BUREAU USE
Customer Name	Fabbrica Audiovisiva Napoletana
Contract Signatory	Carolina Lambiase
Customer Address	Via Crispi 52, Naples, Italy 80121
DEAL TERMS	LICENSE TERMS
License Use	Non-exclusive, non-advertising, All Media
License Territory	Worldwide
License Period	2 Years
License Fee & Description	The footage will be used to be part of a documentary called " Una vetrina sul mare" the story of the famous menwear brand "Marinella"
License Fee for 1 Minute License	USD \$9,000
Fee for 2 Minutes	USD\$16,000

PLEASE NOTE:

- The programme must not be Olympic themed or positioned as a programme on the Olympic Games
- No use of any Olympic marks or designations for any purpose unless incidental
- No use of any Olympic archive footage, images or symbols for any advertising, promotion
- No Olympic association with any third party, products or service
- Any individual / athlete consent required is Licensees responsibility

NECESSITÀ - COSA SAPERE

Società di produzioni

Crearsi una rete di contatti e comprendere le dinamiche produttive.

"Nuovo" in tv è sinonimo di "rischioso".

Le televisioni generaliste, dove gli inserzionisti pubblicitari, **chiedono ascolti garantiti**, preferiscono **acquistare i diritti di programmi**, che hanno già una storia di successo in altri Paesi.

I canali di intrattenimento delle **pay-tv**, **sono più aperti alle novità**.
Ma prima di prendersi un rischio di impresa, **chiedono una puntata pilota**
(in caso di reale interesse è prodotta dall'emittente stessa)

In Italia le maggiori **case di produzione** sono **EndemolShine** Italy ("La prova del cuoco", "Tale e quale Show", "Affari tuoi", "Masterchef" "Lol"), **Fremantle Italia** (X factor, "Italia's Got Talent", Boris, l'Amica Geniale, Non uccidere), **Magnolia** ("L'isola dei famosi", "L'eredità", "Cortesie per gli ospiti"), **Ballandi Multimedia** ("Ballando con le stelle", "Ti lascio una canzone"), **Stand by Me** ("Alta Infedeltà", "16 anni"), **Arcobaleno tre** (Sanremo, Tutto Benigni, Divina Commedia di Benigni, Chi ha incastrato Peter Pan, Nemiche amatissime)

PROGRAMMI DIVULGAZIONE STORICA

E' un programma televisivo di **ricostruzione e narrazione di personaggi, fatti ed epoche storiche**, appositamente ideato e basato sul modello del documentario.

Al suo interno **può fare uso di fiction, docufiction** e parti di **documentari** prodotti in altre sedi ed opportunamente selezionati **e ri-assemblati**.

Può avvalersi dell'apporto filmato (**interviste, introduzioni**) di **storici** di professione e di eventuali **testimoni oculari** (interviste, racconti).

Il web fa in modo che ogni singolo navigatore e consumatore costruisca la sua memoria e il suo senso della storia.

Le **istituzioni tradizionali, preposte alla conservazione della memoria collettiva** (scuola, accademia, istituzioni culturali, museali etc.) **sono crisi**

La televisione generalista reagisce facendo programmi, che hanno il compito di **creare una memoria collettiva**

REPERIRE RISORSE - COMMITTENTI

Come presentare un progetto a una produzione

Il ruolo degli scouting - Mediaset - Rai - Sky

Rai - lottizzazione - capi progetto

Mediaset - Sky - Netflix - tv commerciali, più attenzione al prodotto

Istituzioni pubbliche - Banche - Comuni e Regione - Film Commission - Bandi europei
