

WORKSHOP 6

I suoni della collina

Progetto di Animazione per la creazione di un cd musicale per raccontare un paese

Davide Spina

FINANZIATO DA:

COMUNE DI PECETTO TORINESE: Comune a 15 km da Torino immerso nelle colline a circa 450 metri di altezza sul livello del mare, è il paese delle Ciliegie.

GIRANIMANDO ANIMAZIONE: dal 1994 opera nel settore dell'infanzia e della gioventù attraverso progetti di animazione.

LABORATORIO DEL SUONO: Il Laboratorio nasce nell' **ottobre del 1998** presso il Sermig, tra le mura dell' **Arsenale della Pace** di Torino, un ex arsenale militare ristrutturato e trasformato dal lavoro di migliaia di giovani, che si trova nel cuore del centro storico di Torino l'attività si articola principalmente in due settori: **la didattica e la fornitura di servizi musicali professionali**

IL PROGETTO

Il progetto Suoni della collina è stato realizzato con:

- < un gruppo di 7 ragazzi
- < un responsabile progetto Giranimando
- < Direttore artistico del Laboratorio del suono del Sermig
- < un tecnico del suono del Laboratorio del suono del Sermig

Il progetto si è sviluppato in 10 incontri

- < 1 incontro presentazione
- < 3 incontri di ideazione del brano
- < 6 incontri sala di registrazioni

< Il laboratorio ha coinvolto dei ragazzi nella fascia di età 15 - 17.

L'obiettivo era quello di scoprire i suoni legati al territorio, farli diventare propri per trasformarli in note e in melodie.

l'idea dei brani

> un viaggio lungo un giorno.

< analogia tra l'età del viaggiatore e i momenti della giornata
mattino=bambino / pomeriggio=uomo / sera=anziano

< la musica nata dagli incontri è stata creata dai ragazzi suonando diversi strumenti, chitarra, pianoforte, voce, computer.

< dal lavoro in studio sono stati creati due brani **MATTINO-POMERIGGIO / SERA**

< Il progetto è stato presentato a Settembre 2006 nella manifestazione conclusiva del progetto I ragazzi del 2006 - Il Sesto Cerchio con l'ascolto dei brani e la visione del video del Back Stage

> Per il 2007 è prevista la continuazione del progetto con la realizzazione di un video che

accompagnare i brani

> Attraverso la realizzazione di un altro progetto finanziato dal Comune di Pecetto T.se, verranno stampati i cd audio

tivà tivù la tv con il bollino blu

Rosaria Sardo – Università di Catania
Antonio Lizzio

tivà tivù è un progetto di sperimentazione televisiva per bambini, realizzato nell'ambito dei laboratori didattici della Facoltà di Lettere dell'Università di Catania negli anni accademici 2003-2004 e 2004-2005.

Il progetto si sviluppa a partire da una ricerca interdisciplinare condotta da Rosaria Sardo (docente di Linguistica italiana presso l'Università di Catania), Marco Centorrino (docente di Sociologia della Comunicazione presso l'Università di Messina), Giovanni Caviezel (autore radiotelevisivo e docente di Linguaggi Audiovisivi presso IDI Ac di Milano) i cui risultati sono raccolti nel volume *Dall'Albero Azzurro a Zelig. Modelli e linguaggi della tv vista dai bambini* (Soveria Mannelli, Rubbettino, 2004) curato dagli stessi docenti. Al gruppo di lavoro si è poi unito Alessandro De Filippo (docente di Tecniche dei linguaggi cinematografici), che ha curato la formazione degli studenti che si sono occupati alla realizzazione tecnica del programma, mentre Giovanni Caviezel e Rosaria Sardo hanno coordinato il gruppo di scrittura.

tivà tivù è, quindi, innanzitutto un progetto formativo rivolto agli studenti, che hanno avuto la possibilità di lavorare guidati nel contesto professionale del *Laboratorio multimediale di sperimentazione audiovisiva (la.mu.s.a.)* della Facoltà di Lettere e Filosofia.

Obiettivo del gruppo di docenti e di studenti che hanno partecipato alla produzione di *tivà tivù* è stato quello di realizzare di un prodotto televisivo di qualità che tuteli i bambini, sempre più spesso sottoposti dalla TV generalista, e soprattutto dai canali satellitari, a un flusso continuo e indistinto di immagini decontestualizzate e difficilmente comprensibili senza l'aiuto di un mediatore di contenuti che guidi i bambini nella negoziazione di significati.

La trasmissione è rivolta a un target di bambini di età compresa tra i 4 e gli 7 anni e ha coinvolto anche docenti e alunni delle scuole elementari della provincia di Catania, i quali – attraverso questionari e interviste mirate – condotte dagli studenti del gruppo di lavoro, hanno avuto l'occasione di esprimere pareri sulla programmazione televisiva per bambini e sui *desiderata* per il futuro. Tenendo base di questi pareri, in considerazione delle ricerche condotte dai docenti formatori e attraverso la pratica creativa degli studenti è nato un format agile e ricco di contenuti che prevede dieci puntate articolate attorno a un nucleo tematico diverso, con esplicita funzione didattica oltre che di intrattenimento.

Venti minuti in compagnia dei due simpatici alieni *tivà* e *tivù*, dell'animazione in flash *Splatto*, delle avventure di *Guendalina* e *Robotto* e di altri simpatici personaggi come *Siscar il marinaio* e la *Strega Silvia* che, recuperando la dimensione dell'oralità primaria, provano a instaurare un dialogo vero coi bambini rendendoli protagonisti di una tele "col bollino blu" studiata per loro e con loro.

Mediare i media

Perché le videolettere non decollano ?

Spartaco Vitiello

Dieci anni fa, mentre ero alla ricerca di idee su come migliorare i brevi percorsi di introduzione ai linguaggi audiovisivi che assieme a Massimo Rossi guidavo all'istituto Pietro Scalcerle di Padova, mi capitò di leggere, in un interessante manuale scritto da due media-educator newyorkesi(1), un capitolo dedicato alle videolettere.

Forse perché nella mia pratica di produttore mi ero trovato a realizzare video per rispondere alle più varie esigenze di comunicazione, forse per qualche reminiscenza di quel poco delle idee di Jean Cloutier(2) che la mia scarsa dimestichezza col francese mi aveva permesso a suo tempo di conoscere, mi apparvero subito chiare le potenzialità che la videolettera può avere come strumento di comunicazione in ambito scolastico.

E' evidente infatti che, attraverso un prodotto audiovisivo, un gruppo scolastico (in genere una classe) può scambiare con uno o meglio più gruppi partner, anche e soprattutto di lingue e culture diverse, informazioni sul proprio ambiente di vita, sulle proprie abitudini, aspirazioni, ambiente culturale, in modo molto più efficace che non attraverso uno scambio di e-mail. E' altresì evidente che il percorso di produzione di una videolettera crea una potente sinergia tra l'obiettivo di comunicare con il gruppo partner e quello di acquisire competenze e abilità nella creazione e decodificazione di messaggi audiovisivi.

Nel 1998, con la collaborazione dell'Assessorato all'Educazione del Comune di Padova ho avuto modo di realizzare per 5 classi dei percorsi di introduzione all'uso dei linguaggi audiovisivi centrati sulla realizzazione di una videolettera, e, nell'Ottobre del 2002, avendo nel frattempo condotto qualche altra esperienza di questo tipo, misi in rete il sito www.videoletter.org con l'obiettivo di incoraggiare gli insegnanti ad intraprendere questo genere di esperienza.

Il sito, che ora non è più attivo per problemi di ordine tecnico amministrativo, e che comunque è visibile all'indirizzo: <http://web.archive.org/web/20050207042955/http://www.videoletter.org/> pur avendo ricevuto in quattro anni una media di 10 visite giornaliere, non ha avuto l'effetto sperato, nel senso che ha dato origine a soli tre progetti dei quali oltretutto non ho più avuto riscontri.

D'altra parte, se oggi effettuiamo una ricerca su Google usando come parole chiave videolettera e scuola ci vengono indicati oltre 200 siti dai quali, dopo una vagliatura abbastanza accurata, si ricava notizia di non più di 6 o 7 videolettere effettivamente realizzate in ambito scolastico dal 1998 ad oggi. Poche, se si pensa che ai vari concorsi di video per le scuole che ci sono in Italia arrivano ogni anno diverse centinaia di prodotti.

Ripetendo la ricerca con i termini inglesi il risultato non è più confortante, anche se si ricava l'impressione (non verificabile, per chi come me non conosce quelle lingue) che nei Paesi dell'estremo oriente questo mezzo di comunicazione sia più utilizzato.

Vorrei cercare di ragionare sulle difficoltà che questo tipo di esperienza incontra e sulle possibili strategie per superarle.

La domanda che mi pongo è : come mai uno strumento così potente e “bello” come la videolettera non viene adeguatamente sfruttato? Vi sono senz'altro delle difficoltà di tipo organizzativo, dovute al fatto che una videolettera, per poter rappresentare effettivamente l'inizio di un rapporto di comunicazione tra due classi, deve essere fatta pervenire ai partner al massimo entro il mese di Marzo, ragion per cui tutte le fasi approvazione e finanziamento del progetto da un lato, e di ricerca ed accordo con i partner dall'altro, devono essere completate entro Dicembre. La cosa come si sa non è sempre facile, soprattutto quando si dipende per i finanziamenti da fonti esterne alla scuola (e questo nonostante non sia difficile far comprendere all'ente locale il valore di questo tipo di iniziativa).

Un'altra difficoltà con cui si deve confrontare chi conduce il percorso di produzione della videolettera, sia egli un insegnante con qualche esperienza nella produzione di audiovisivi o un esperto esterno, sta nella mancanza di adeguati modelli di riferimento. In nessuno dei prodotti audiovisivi che siamo normalmente abituati a considerare i produttori si rivolgono direttamente al pubblico per parlare di se stessi. Inoltre in nessuno dei “normali” prodotti audiovisivi il rapporto tra produttore e fruitore è interscambiabile e paritario. Per fare un paragone, potremmo dire che la videolettera sta agli altri prodotti audiovisivi come una telefonata sta a un intervento davanti ai

microfoni di un'assemblea, oppure come una lettera sta ad un libro : anche se gli elementi base del linguaggio (nel nostro caso inquadrature e montaggio) sono gli stessi, i registri della comunicazione sono chiaramente diversi.

Mentre nella maggior parte delle produzioni audiovisive, anche a livello scolastico, agli “attori” si richiede di rappresentare qualcosa, e contemporaneamente di adeguarsi agli schemi comunicativi predominanti per quel particolare mezzo in quel particolare momento storico, nella videolettura i ragazzi dovrebbero semplicemente presentarsi ai loro partner così come sono. La cosa non è affatto semplice, sia a livello di decisione e scrittura dei contenuti da comunicare, sia al momento della registrazione, in quanto è molto difficile liberarsi dai modelli che quotidianamente assorbiamo attraverso la TV nel momento in cui ci troviamo a scrivere una scaletta o a scegliere l'inquadratura migliore, operazioni comunque indispensabili per garantire la congruità e la chiarezza del messaggio.

Sin tanto che non si saranno sedimentate prassi comunicative adeguate ad una comunicazione audiovisiva “da pari a pari”(che difficilmente potranno essere progettate a tavolino ma più facilmente scaturiranno dalla pratica), una soluzione efficace potrebbe essere quella di praticare consapevolmente due livelli di comunicazione dichiarando esplicitamente ai partner: “vi mandiamo questo film che abbiamo fatto per voi” magari girando contemporaneamente al “film” (che sia il documentario sul quartiere o sulla scuola, sulla storia della città o sugli sport praticati dai ragazzi non importa) il suo back-stage.

Non credo comunque che si possa imputare alla mancanza di modelli ottimali il fatto che, come quantità di esperienze, ci troviamo praticamente all'anno zero delle videoletture; penso che, oltre alle difficoltà organizzative a cui accennavo prima, la responsabilità si possa più verosimilmente attribuire al bassissimo livello di alfabetizzazione audiovisiva della scuola (non solo italiana) e alla mancanza di una casistica diffusa, per cui semplicemente accade che a poche persone viene ora in mente di utilizzare il video come mezzo di comunicazione tra le classi.

Sono anche convinto, però, che l'inevitabile diffusione della comunicazione audiovisiva personale (videofonini, webcam, gestione e scambio di filmati via computer) arriverà comunque a portare nella scuola l'uso del mezzo audiovisivo nei programmi di scambio con scuole di altri Paesi e località.

E' auspicabile che la comunità dei media educator partecipi attivamente a questo processo, proponendo e, soprattutto, sperimentando modelli e processi produttivi per le videoletture, in modo da far maturare rapidamente quello che sembra poter essere un ottimo strumento per sviluppare la conoscenza e l'amicizia tra giovani di culture e condizioni diverse.

(1)Betsy Newman, Joseph Mara : “Reading, Writing & TV: A Video Handbook for Teachers” Highsmith Co;

(November 1995)

(2)Cloutier Jean: “L'ere d'Emerc ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self media “ Les

Presses de l' Universite de Montreal, 1975

Drive e simulambiente

Ivan Venturi

www.koalagames.it info@koalagames.it

Ho letto con interesse il libro 'primi passi nella media education' indicatomi dalla prof.ssa Castelli. Partendo dalla parte riguardante i videogiochi (molto più completa di quanto non mi fosse apparsa in una prima visione), ecco le mie riflessioni, rivolte non solo alla media education della scuola primaria (elementare):

1) I BUDGET DEL VIDEOGIOCO

E' importante riflettere sui mezzi utilizzati per produrre un videogioco. Ci sono produzioni che hanno alle spalle decine di milioni di dollari di investimento, altre che ne hanno poche migliaia. Sovente mi è capitato di sentire, da parte di ragazzi di scuola superiore, chiamare 'giochino' un videogioco per Playstation; oppure di avere richieste di produzione, da parte di potenziali committenti, per giochi 3D pazzeschi tipo Tomb Rider, ma da sviluppare con budget di poche migliaia di euro.

Nella nostra società è ancora piuttosto diffusa l'opinione che un videogioco è qualcosa che richiede poco impegno e investimento. Mentre invece tutti sono in grado di distinguere una mega produzione hollywoodiana da un film indipendente girato con pochi mezzi. E tutti noi sappiamo quali differenze ci sono tra questi, e come la differenza di investimento cambia profondamente la natura del prodotto.

Stessa cosa per i videogiochi.

Come mai gli action game più famosi sono tutti violentissimi e filomilitaristi?

2) COME CI SODDISFA IL VIDEOGIOCO

E' secondo me importante analizzare ancora più approfonditamente il piacere procurato dal videogioco, la cui interazione risveglia in noi 'istinti primordiali' quali il gusto di distruggere, di accumulare, di riempire spazi, di esplorare, di 'controllare il mondo'. Come vengono utilizzati questi istinti, sui quali tutti i videogiochi sono basati? Quanta distanza c'è tra la fruizione consapevole e il gusto primitivo di videogiocare?

3) COME E' SVILUPPATO UN VIDEOGIOCO

Quanto costa all'utente un videogioco? Su quale piattaforma gira? E un videogioco per telefonino? Come fa a costare solamente 5 euro? Ci sono le voci di personaggi famosi? Viene riprodotta una città vera? E' stato tratto da personaggi dello sport, del cinema, della letteratura?

Cosa sono gli adver-game, o videogiochi promozionali? Videogiochi gratuiti, di tutti i tipi, per piccoli o adulti a seconda del target, sviluppati in mille forme e con contenuti diversificatissimi. Perché sono gratis?

Il videogioco realizzato dalla Chiesa Evangelica Americana; i videogiochi in cui si combatte il tumore; i videogiochi 'etici'.

4) I VIDEOGIOCHI A VINCITA

Data la gravissima piaga dei videogiochi a vincita, cioè d'azzardo (i videopoker, slot, casino online), è opportuno spiegare cosa sono e come funzionano per prevenirne l'utilizzo. I videopoker sono macchine strutturate in maniera molto rigida, con cicli di 14000 partite ca. che in certi modi si ripetono sempre uguali, dove la vincita è controllata con estrema sicurezza e congegnata in modo da solleticare il palato del giocatore incallito. La partita deve durare meno possibile e la vincita erogabile dev'essere potenzialmente più alta possibile, aggirando le maglie (larghe) delle norme della legge.

Ci sono modi per far sì che il giocatore abbia la percezione che la macchina contenga un mondo di meccanismi che in realtà non contiene affatto, e che il giocatore si illude di poter arrivare a conoscere e controllare. "Io gioco alla mattina perchè la macchina è 'piena'".

Questo problema meriterebbe un discorso a parte, specifico, visto il costo sociale altissimo che comporta.

5) LE COMPONENTI DEL VIDEOGIOCO

Quali sono le parti che compongono un videogioco? Come e chi realizza le varie parti? E' importante capire il processo di produzione (processo tra l'altro molto affascinante) di un videogioco per capirne funzionamenti e potenzialità mediatiche.

Per esempio, come funziona la simulazione di un gioco di Boxe, dalla fase di schermaglia iniziale, alla presa di iniziativa di uno dei due pugili, al pugno messo a segno oppure no, ai parametri che determinano le caratteristiche del pugile. Come funziona invece una partita di calcio? E se dovessimo simulare la... Democrazia?

Tutto è simulabile, analizzando con la logica la realtà. Come viene fatta questa analisi? Che scelte sono state fatte nei videogiochi maggiormente utilizzati?

Esaminare alcuni sistemi di gioco, per esempio il vecchissimo Life, in cui le cellule si riproducono a seconda della loro posizione e densità, creando forme e comportamenti di tutti i tipi.

Cosa piace di più ai maschi e cosa piace di più alle femmine. Lo straordinario successo di The Sims.

6) I VIDEOGIOCHI MULTIUSER

Molta considerazione meritano anche i videogiochi multiutente on-line e le incredibili community che si sono andate sviluppando, ad esempio World of Warcraft o Second Life. In queste comunità si paga con denaro sonante. Esistono dipendenze da questi mondi virtuali. C'è gente che commette crimini (veri) per risolvere problematiche virtuali.

L'assenza di etica negli avatar del mondo virtuale.

Il fascino indiscutibile dello scontro diretto nella partita di calcio simulato.

7) USER GENERATED CONTENTS

La nuova tendenza di internet, cioè i contenuti generati dagli utenti. Per esempio, i due casi che citavo prima (warcraft e Second Life) sono mondi perlopiù creati dagli utenti stessi. In Second Life addirittura l'agenzia stampa Reuters ha creato il proprio spazio.

Youtube, Myspace, sono tutti contenuti multimediali che in qualche modo sono e saranno sempre di più collegati al divertimento interattivo.

8) EVOLUZIONE E INVECCHIAMENTO DELLA TECNOLOGIA

Tecnologicamente, quello che impariamo oggi sarà in gran parte spazzatura domani. Come distinguere quello che è necessario imparare per 'fare ora' da quello necessario per 'fare sempre'? Ogni giorno nascono nuove tecnologie, ed è impossibile pensare di potersi specializzare in tutte, o semplicemente di poterle conoscere tutte. Quali sono gli elementi/know-how tecnologici che vanno a implementare le fondamenta della tecnologia? Come tutto questo è legato allo sviluppo della nostra società?

9) FARE UN VIDEOGIOCO IN CLASSE

Quali sono i modi per realizzare un videogioco, a seconda delle proprie capacità, disponibilità di tempo (e di denaro...), e del tipo di videogioco?

Un'attività di laboratorio in cui si crea un videogioco è possibilissima, per qualsiasi età scolare, per vari tipi di videogioco.

Come funziona ed è strutturato un videogioco didattico?