



Dall'idea alla realizzazione di un audiovisivo:
una proposta di workflow creativo.

Un Buon Audiovisivo

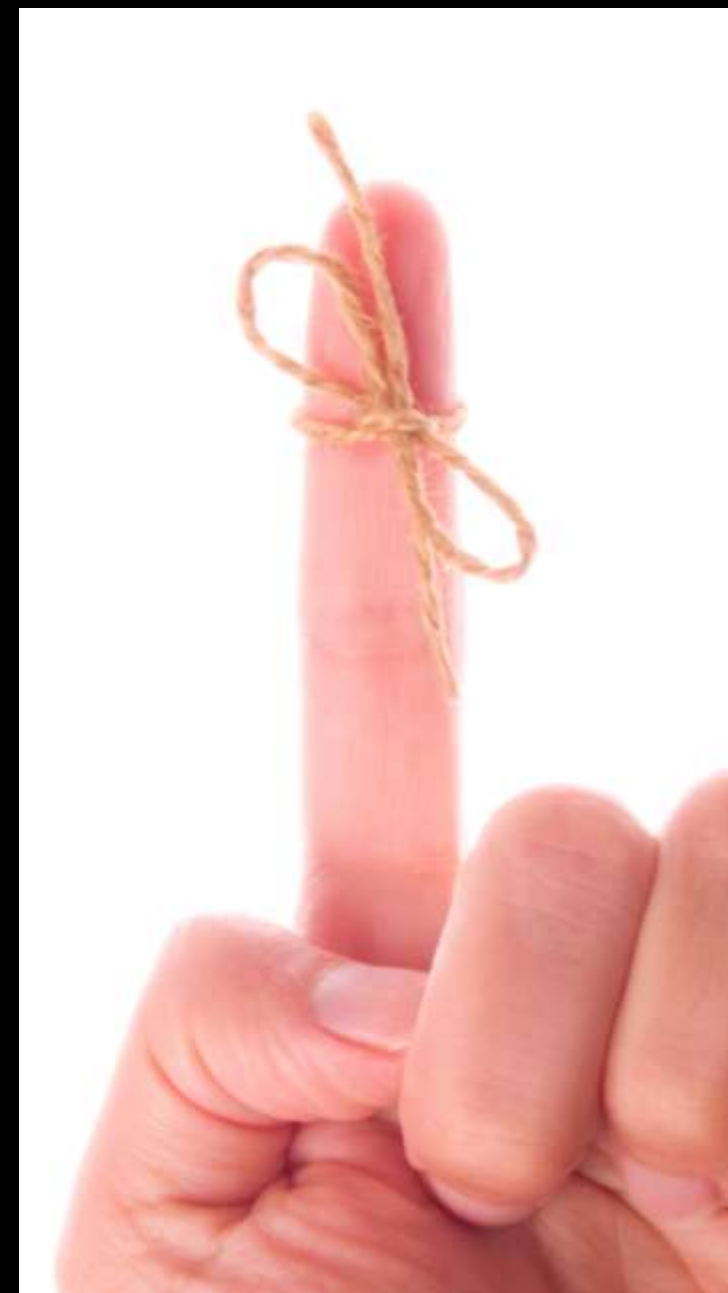
DIRECTED BY

Federico Palermo



Non è mai
esistita una
civiltà che
non abbia
raccontato
storie.

storia "visuale"



Content

- 01 STORIA VISUALE
- 02 RIFONDAZIONE TECNICA-STILISTICA-CULTURALE
- 03 ESSERE SE STESSI
- 04 TROVARE L'ISPIRAZIONE
- 05 PENSIERO DIVERGENTE
- 06 CREARE NUOVI MONDI
- 07 WORKFLOW
- 08 *ESERCIZIO DI GRUPPO*

STRUTTURA

audiovisivo <— — —> esperimento



01

APERTURA: presentazione personaggi

DOMANDA: cosa vuoi sapere?

02

CONFLITTO: crei un problema per i tuoi personaggi

IPOSTESI: cosa pensi succeda??

03

SFIDA: il problema diventa più difficile

ESPERIMENTO: che risultati ottieni?

04

CLIMAX: risoluzione del problema

RISULTATO: che osservazioni fai?

05

RISOLUZIONE: conclusione

CONCLUSIONI: cosa hai capito? Altre domande?

01

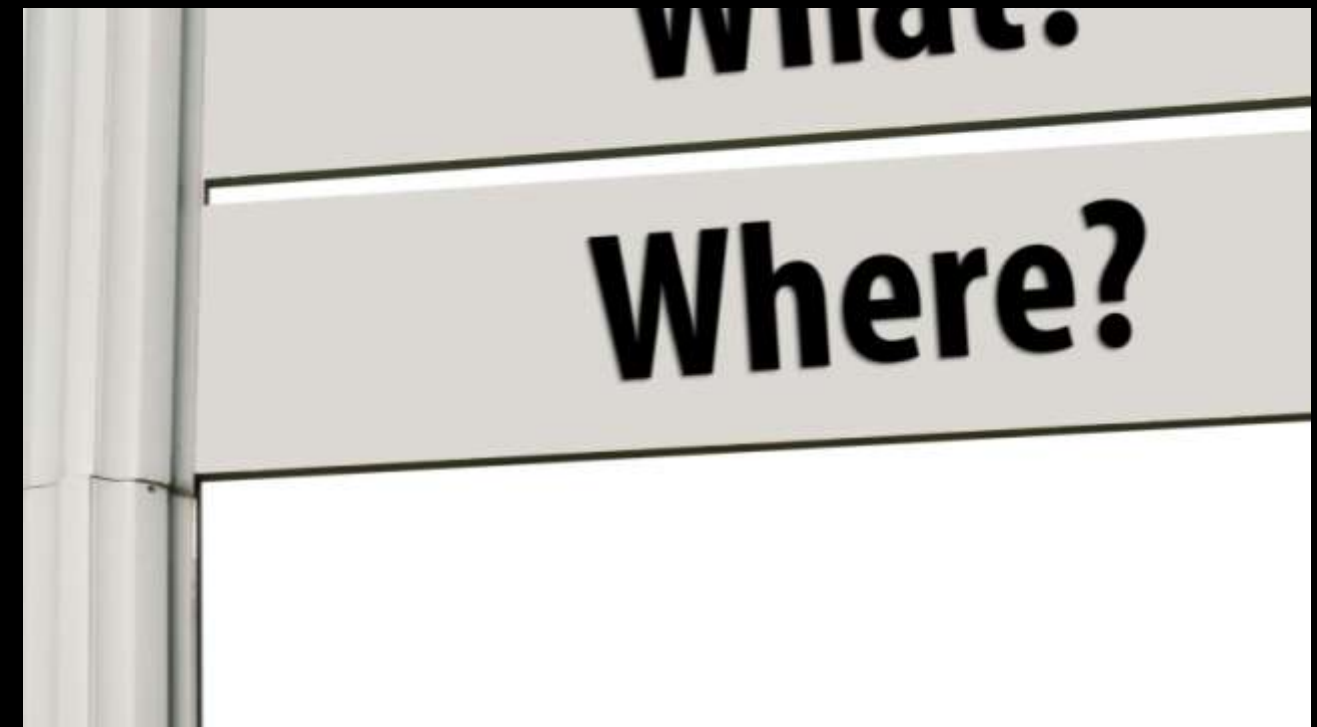


STORIA VISUALE

- RACCONTO DI EVENTO o serie di eventi in una forma che possa essere vista
- SEMPLICE VISUALIZZAZIONE DI UN'IDEA presentata su di un "foglio di carta" allo scopo di guidare un gruppo di persone verso una conclusione specifica (più o meno conscia)



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
COLPIRE LE PERSONE

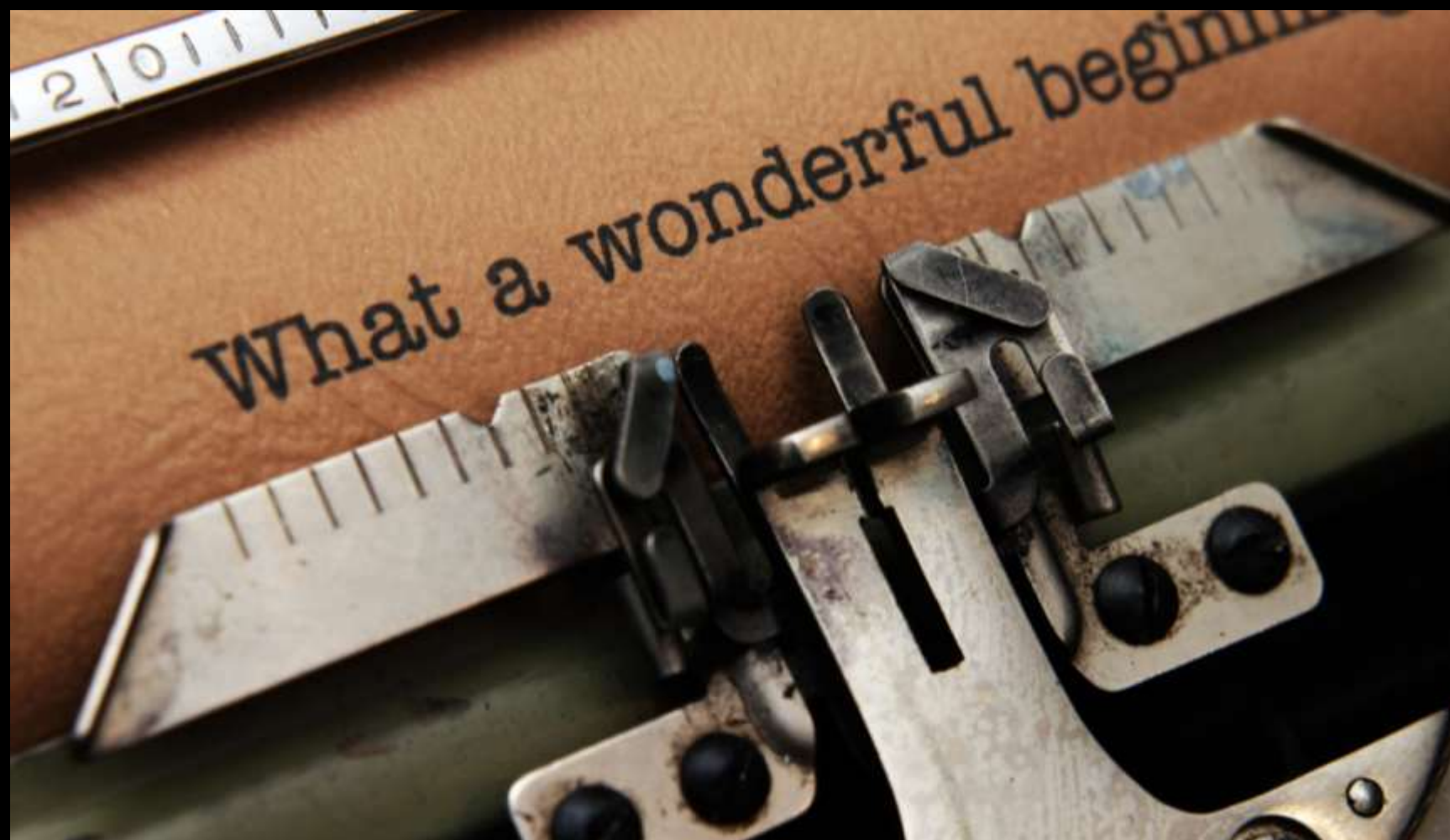


I "6 ONESTI SERVITORI" - Rudyard Kipling (Nobel Letteratura 1907)

CONTENUTO
semplice



PUBBLICO
tipologia



STORIA
struttura



RACCONTO
modalità

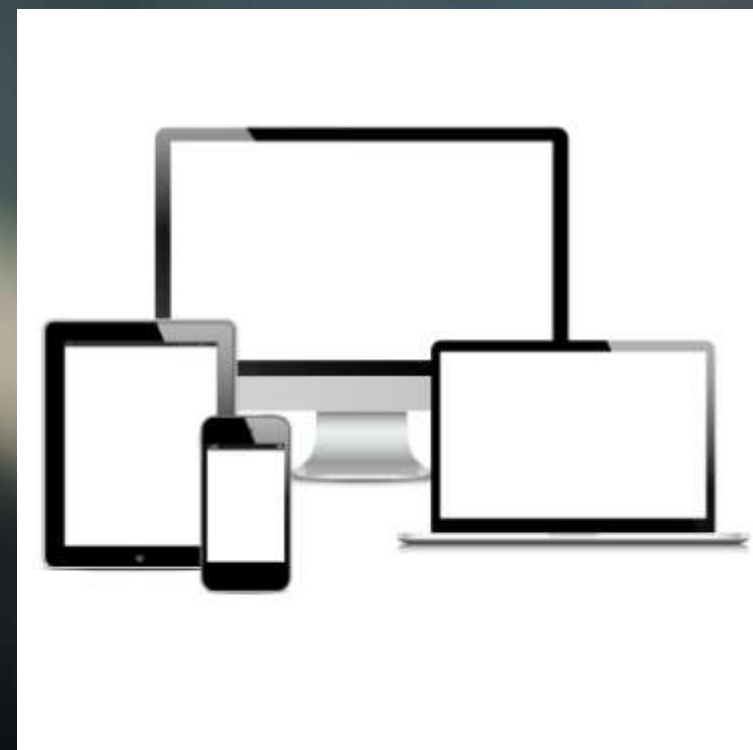


RIFONDAZIONE

- TECNICA
- STILISTICA
- CULTURALE



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA OSARE



- TECNICA
- STILISTICA
- CULTURALE

03



ESSERE SE STESSI

- Realizzare opere che “SENTIAMO PROFONDAMENTE”
- EVITARE di fare i “PIACIONI”



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
ESSERE DIVERSI

DO NOT CONFORM.

04



TROVARE L'ISPIRAZIONE

- 1- QUOTIDIANITA'
- 2- AGGIORNAMENTO
- 3- PASSIONE
- 4- NOVITA'
- 5- RICONOSCERE IL SUCCESSO ALTRI
- 6- OPEN MIND
- 7- GENEROSITA'
- 8- PAUSE
- 9- OTTIMISMO
- 10- ESPERTI



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
ESSERE POSITIVI

I 10 comandamenti del fotografo creativo

1-QUOTIDIANITA': pensa di dover andare in palestra per "ristrutturare" il tuo fisico. Più eserciterai la tua muscolatura, più i risultati non stenteranno a venire. La creatività è un'abilità: più verrà esercitata più risulterà un'attività spontanea!

Chiediti ogni giorno: "cosa ho fatto di creativo oggi?"

2- AGGIORNAMENTO CONTINUO: in ogni attività professionale l'aggiornamento continuo risulta necessario. Se ci si considera superiori al prossimo si rischia di non ascoltare gli altri, perdendo l'opportunità di raccogliere, anche nei contesti più inaspettati, qualche perla di saggezza.

Chiediti: "cosa ho imparato di nuovo oggi?"

3- PASSIONE: ogni attività lavorativa (e maggiormente riguardo un hobby) risulta più leggera se ci si mette passione e divertimento. Tutto viene visto da un altro punto di vista. Si scoprono nuove possibilità. Si vedono nuovi orizzonti.

Chiediti: "cosa c'è di divertente in questa situazione?"

4- NOVITA': rompere gli schemi, trovare nuove strade, cambiare modalità per svolgere le attività quotidiane. Cambia qualcosa della tua vita almeno 1 volta al mese!

5- RICONOSCERE IL SUCCESSO ALTRUI: quando vedi un audiovisivo ben realizzato, con un buon soggetto, un buon montaggio, una buona sincronizzazione, una buona drammaturgia...ecc. riconosci i meriti dell'autore, anche se è un tuo potenziale competitor. Se sei geloso ed invidioso non sarai mai un buon creativo.

Compito mensile: individua l'idea più creativa e fai i complimenti all'autore.

6- OPEN MIND: se ti viene proposta una nuova idea, non criticarla immediatamente, trovando solo i lati deboli della stessa. Spesso le intuizioni più stravaganti portano a percorrere strade verso nuovi orizzonti.

Domanda: "cosa c'è di buono in questa proposta?"

7- GENEROSITA': lavora in un'ottica dell'abbondanza, cercando di dare un qualcosa in più rispetto al minimo sindacale richiesto. La generosità sorprende, innescando piacevoli ed inaspettati circoli virtuosi.

Chiediti: "come posso sorprendere?"

8- PAUSE: se sei sotto stress difficilmente avrai buone idee creative. Lascia vagare la mente prendendo una pausa dalla routine: un buon the, una corsa, una nuotata...dopo le buone idee fluiranno con più facilità.

9- OTTIMISMO: il famoso bicchiere a metà potrà risultare mezzo pieno o mezzo vuoto a seconda della disposizione mentale dell'osservatore. La realtà osservata dal suo lato migliore (senza, comunque, la negazione degli aspetti negativi, pratica questa che porterebbe ad un approccio superficiale ed infantile con la società) ci porta a lavorare meglio, e, nella maggior parte dei casi, ad ottenere risultati più positivi.

Compito: in ogni situazione elenca 10 aspetti positivi.

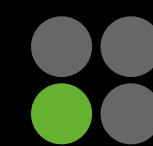
10- ESPERTI: cerca di individuare sul territorio alcune persone che ritieni più creative di te, ed organizza, periodicamente, degli incontri di interscambio. Sarà del tempo ben speso per te...ed anche per loro!

05



PENSIERO DIVERGENTE

- CURIOSITA'
- COSTANZA
- UMORISMO
- TOLLERANZA
- IMMAGINAZIONE



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
PENSARE IN MODI DIVERSI

PENSIERO

Da ricerche condotte su gemelli omozigoti si è evidenziato che il “pensiero creativo” dipende:

-33% genetica

-66% sperimentazione e apprendimento



01

CURIOSITA': la capacità innata nei bambini di chiedersi “perché?”. Si vuole sapere come funzionano i fenomeni naturali, gli strumenti quotidiani, gli oggetti di uso comune. Dall'analisi approfondita delle risposte si trovano spesso spunti creativi anche nella ideazione di un audiovisivo.

02

COSTANZA: se abbiamo una idea, anche solo abbozzata, per un progetto fotografico, dobbiamo dedicare tempo ed energie assicurando un impegno duraturo: i risultati arriveranno sicuramente. Non arrendiamoci di fronte al “blocco creativo” che, a volte, affligge il nostro processo di realizzazione dello storyboard.

03

UMORISMO: cerchiamo di cogliere gli aspetti più divertenti e paradossali di ogni situazione; non prendiamo troppo sul serio le difficoltà e perdoniamoci gli eventuali errori cui andremo incontro.

04

TOLLERANZA: durante la formazione dell'idea creativa dobbiamo accogliere anche intuizioni ancora acerbe ed informi, accettare idee antitetiche, valutare prospettive divergenti per una stessa situazione; senza accantonare nulla a priori.

05

IMMAGINAZIONE: la capacità di giocare con le idee, di pensare nuovi utilizzi di oggetti comuni...il desiderio di sovvertire, per un attimo, le regole, studiando la possibile evoluzione di nuovi scenari.



Possiamo dire, quindi, che sia un'attività **TRASVERSALE**, una capacità di rompere gli schemi di pensiero dominanti e di generare punti di vista innovativi e realizzabili.

In altri termini, in ambito di Audiovisivo:

“LA CAPACITA’ DI ABBANDONARE PERCORSI NARRATIVI NOTI ED APPREZZATI PER AVVENTURARSI IN TERRITORI INCERTI ED INESPLORATI”.

La capacità di pensare in modo divergente!

CREATIVITA’

06



ederico Palermo Photo

CREARE NUOVI MONDI

- STORYTELLING
- COERENZA
 - APPARECCHIO
 - FOCAL
 - LUCE
 - OMBRE
 - COLORI
 - MOOD
 - DETTAGLI
- AMBIENTE RICONOSCIBILE

PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
INVENTARE

IMMAGINE COERENTE

- 1- cercare di realizzare tutte le immagini con la stessa macchina fotografica
- 2- nel caso si debbano utilizzare pezzi di immagini tratti da scatti differenti, cercare fotogrammi realizzati con la stessa focale, in caso contrario si otterrà un'immagine finale con dei gravi difetti di coerenza prospettica
- 3- pensare alla direzione della luce: tutte le componenti del compositing devono rigorosamente presentare lo stesso tipo di illuminazione, pena creare una immagine non credibile. Facciamo un esempio pratico: se il fondo del compositing è un paesaggio con il sole in alto a destra, non si potrà inserire un elemento umano realizzato in studio con un singolo flash in alto a sinistra o con 2 softbox a 45 gradi di fronte al soggetto!
- 4- come per le luci, massima attenzione alla coerenza delle ombre! Valgono gli stessi ragionamenti, ma la realizzazione risulta più complicata perché necessita di conoscenza di teoria della prospettiva
- 5- coerenza dei colori: se le temperature di luce dei singoli scatti sono differenti, servirà un aggiustamento in Camera Raw
- 6- considerare un mood finale: uniformare l'immagine con livelli di regolazione e di toning servirà a renderla più credibile
- 7- massima cura dei dettagli: sono piccoli ma fanno la differenza; l'occhio dell'osservatore non sembra accorgersene a livello conscio, ma la sensazione di perfezione che ne deriva risulta inestimabile
- 8- considerare di radicare le nostre immagini nella realtà. Pensiamo alle opere di Salvador Dalì: una delle caratteristiche che ha reso così famosa la sua opera è l'utilizzo di un ambiente riconoscibile quale contenitore di elementi surreali.



francesco palermo photo

WORKFLOW

- IDEA
- STORY BOARD
- ESECUZIONE (O RACCOLTA) IMMAGINI
- SCELTA AUDIO
- MONTAGGIO
- RENDERING



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
ESSERE ORGANIZZATI

idea

Deve essere originale!

Abbandonare i percorsi conosciuti

Utilizzare le tecniche esposte

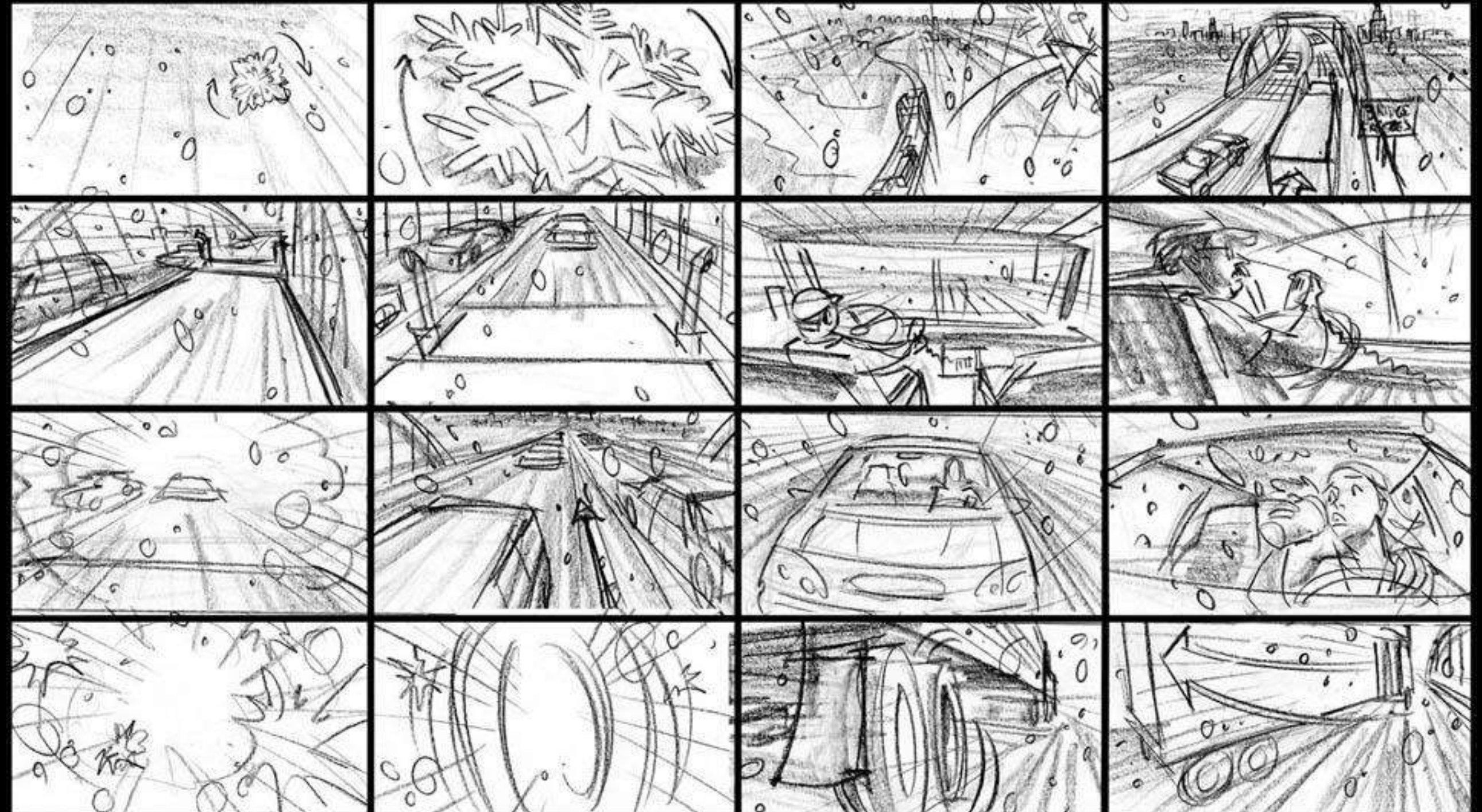


storyboard design

Non si può pensare ad un audiovisivo senza passare dallo storyboard!

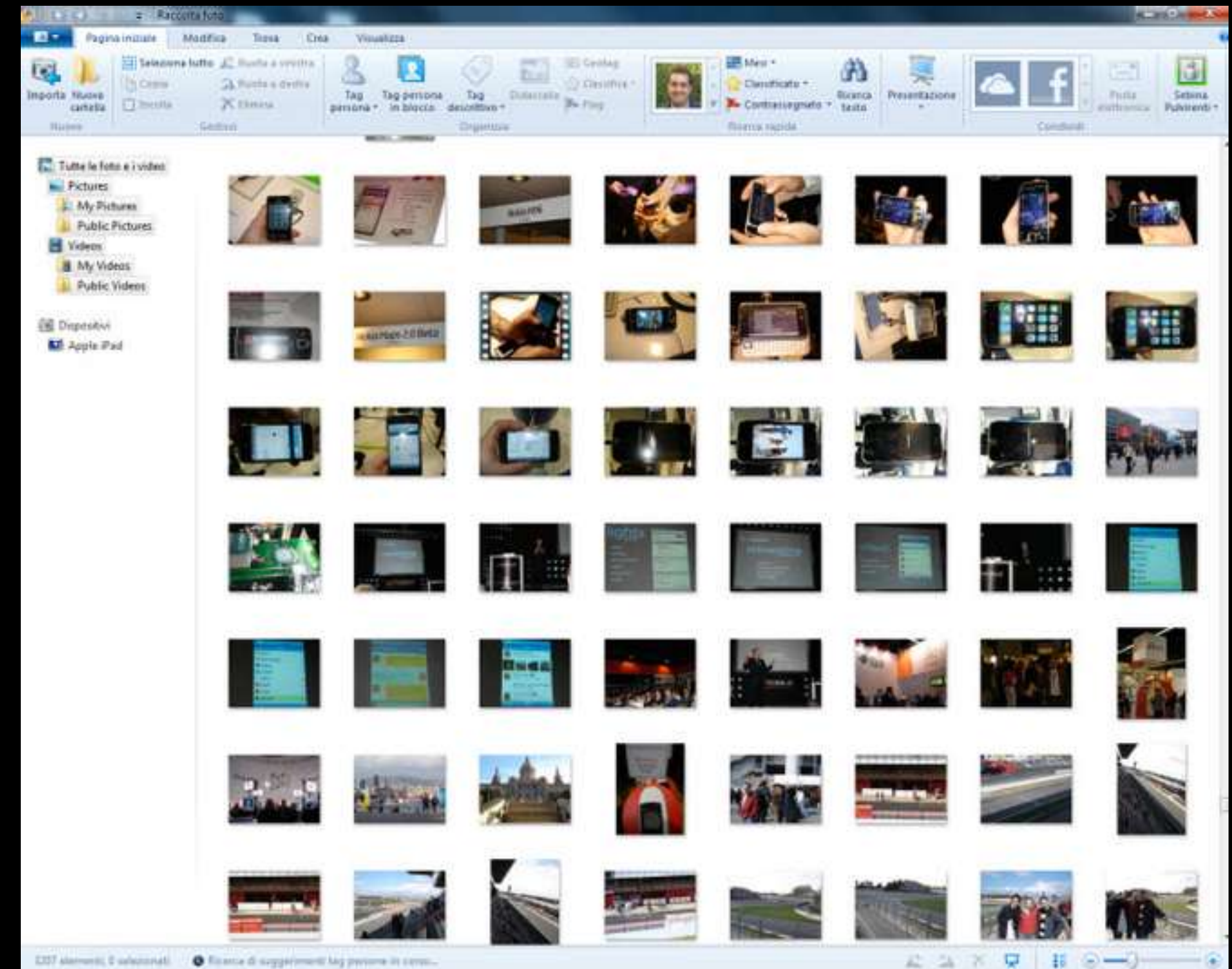
Ci chiarisce le idee, il flusso narrativo, il messaggio visivo trasmesso.

Si possono fare anche percorsi alternativi, valutando a posteriori quelli più efficaci.



raccolta immagini

- **Avere l'idea** e scattare immagini atte a realizzarla.
- **Aprire il cassetto**, guardare che immagini possediamo e farci venire un'idea che ci permetta di utilizzarle.



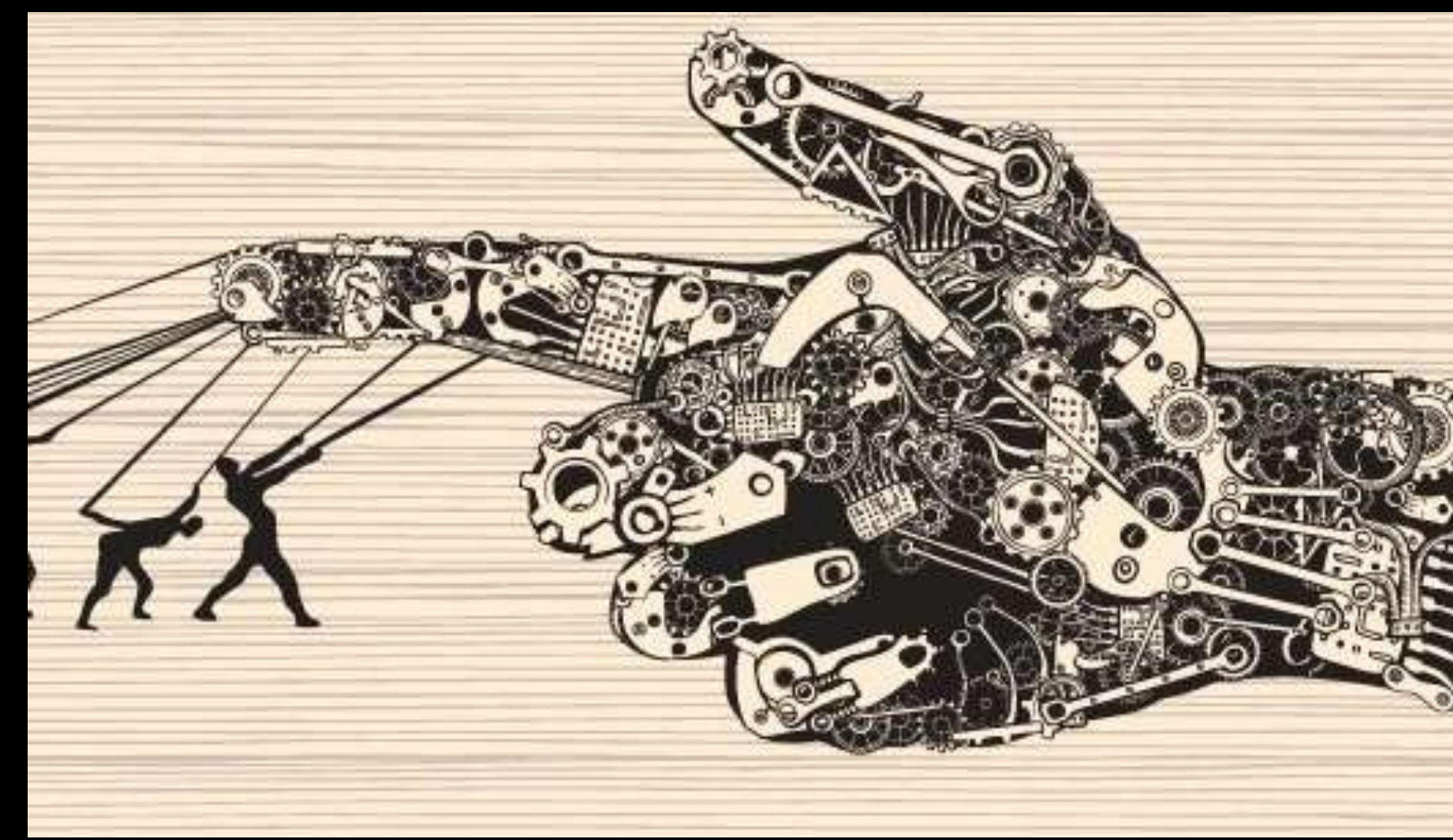
PROTAGONISTA
empatia



SFONDO
scenografia



CONFLITTO
potenziale narrativo



TEMA
universale

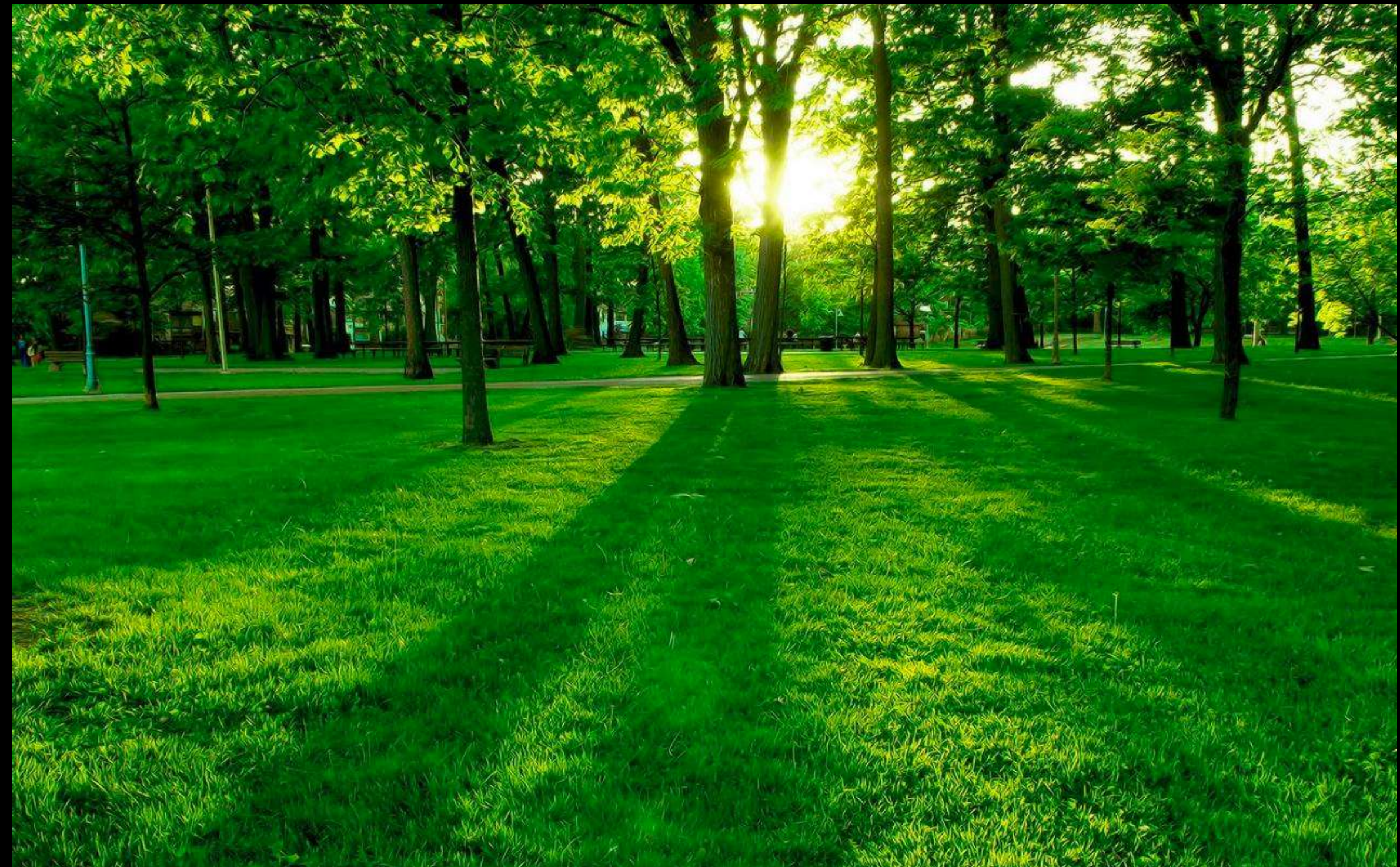
protagonista

- **Empatia** con il pubblico, ci preoccupiamo per lui/lei, ci interessa.
- **Non solo umano**, possono essere cani, alberi, oggetti inanimati...ma DEVONO COLPIRE LA NOSTRA ATTENZIONE IN QUACHE MODO



sfondo

- Come la scenografia di un teatro importante quasi quanto il protagonista



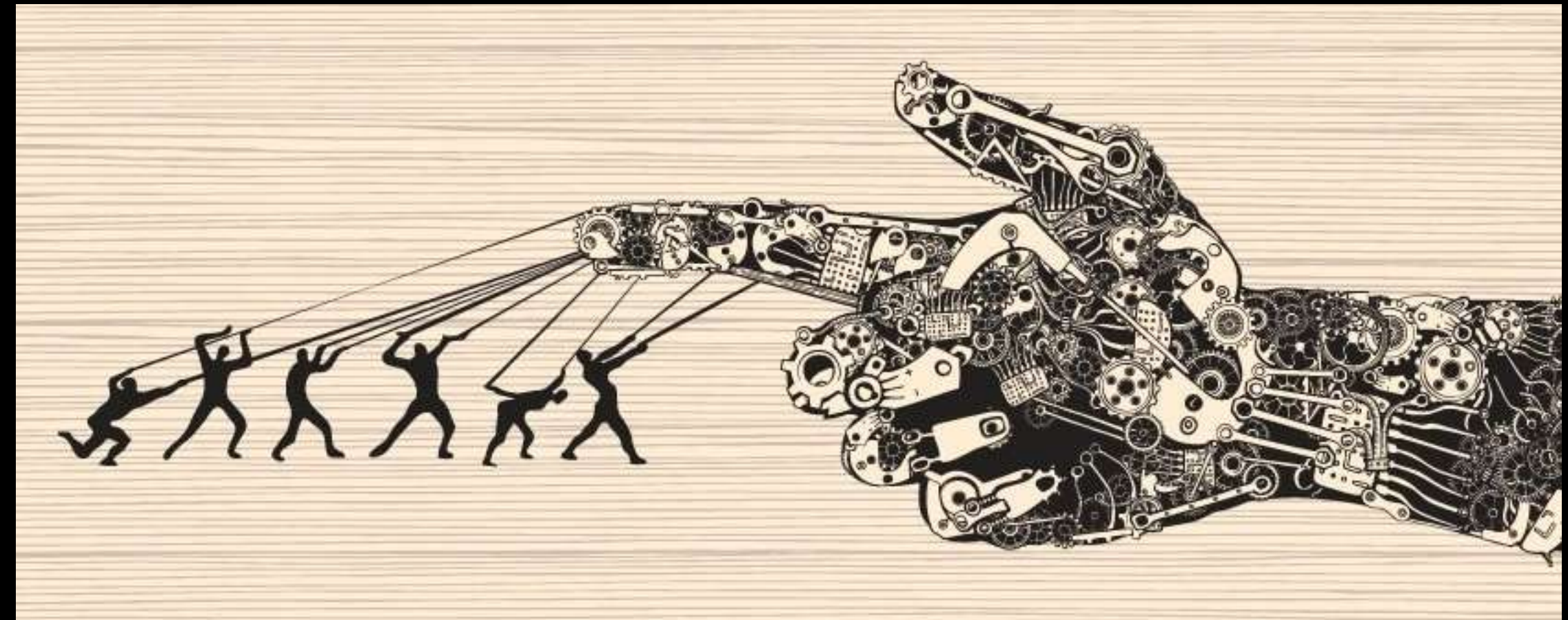
conflitto/contrasto

- **“NO CONFLICT, NO STORY”**: più grandi le differenze, più grande il potenziale narrativo
 - ombra/luce
 - allegro/triste
 - uomo/donna
 - giovane/vecchio
 - pulito/sporco
 - buono/cattivo
 -



tema

- PIU' E' UMANO ED UNIVERSALE,
PIU' AVRA' SUCCESSO DI
PUBBLICO

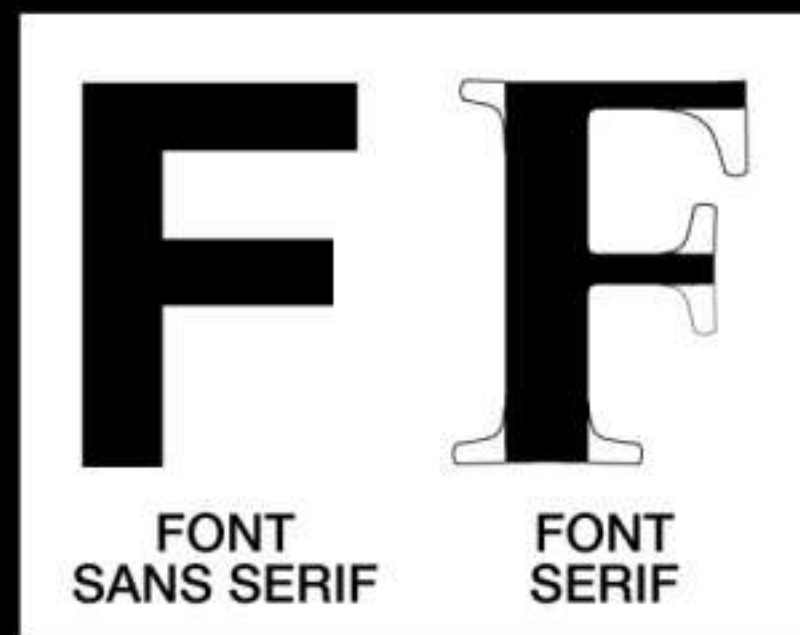




scelta font

Sans-serif	Serif	Monospaced	Cursive	Fantasy
Arial	Times	Courier	<i>Pristina</i>	☒ ☒ ☒ ☒ ☒ ☒
Verdana	Georgia	Consolas	<i>English</i>	
Helvetica	Palatino			
Trebuchet				
Lucida				

- serif
- sans-serif
- cursive
- fantasy
- monospace



Penultimate

The spirit is willing but the flesh is weak

SCHADENFREUDE

3964 Elm Street

The left hand does not know

GENER

ABCDEFGHIJKL MNOPQR STUVWXYZ 123456789

AABBCCDDDEEFFGGHHIIJJ

KKLLMMNNOOPPQQRRSS

TTUUVVWwXxYYZZ

DENULTIMATE

THE SPIRIT IS WILLING BUT THE FLESH IS WEAK

SCHADENFREUDE

3964 ELM STREET AND 1370 RT. 21

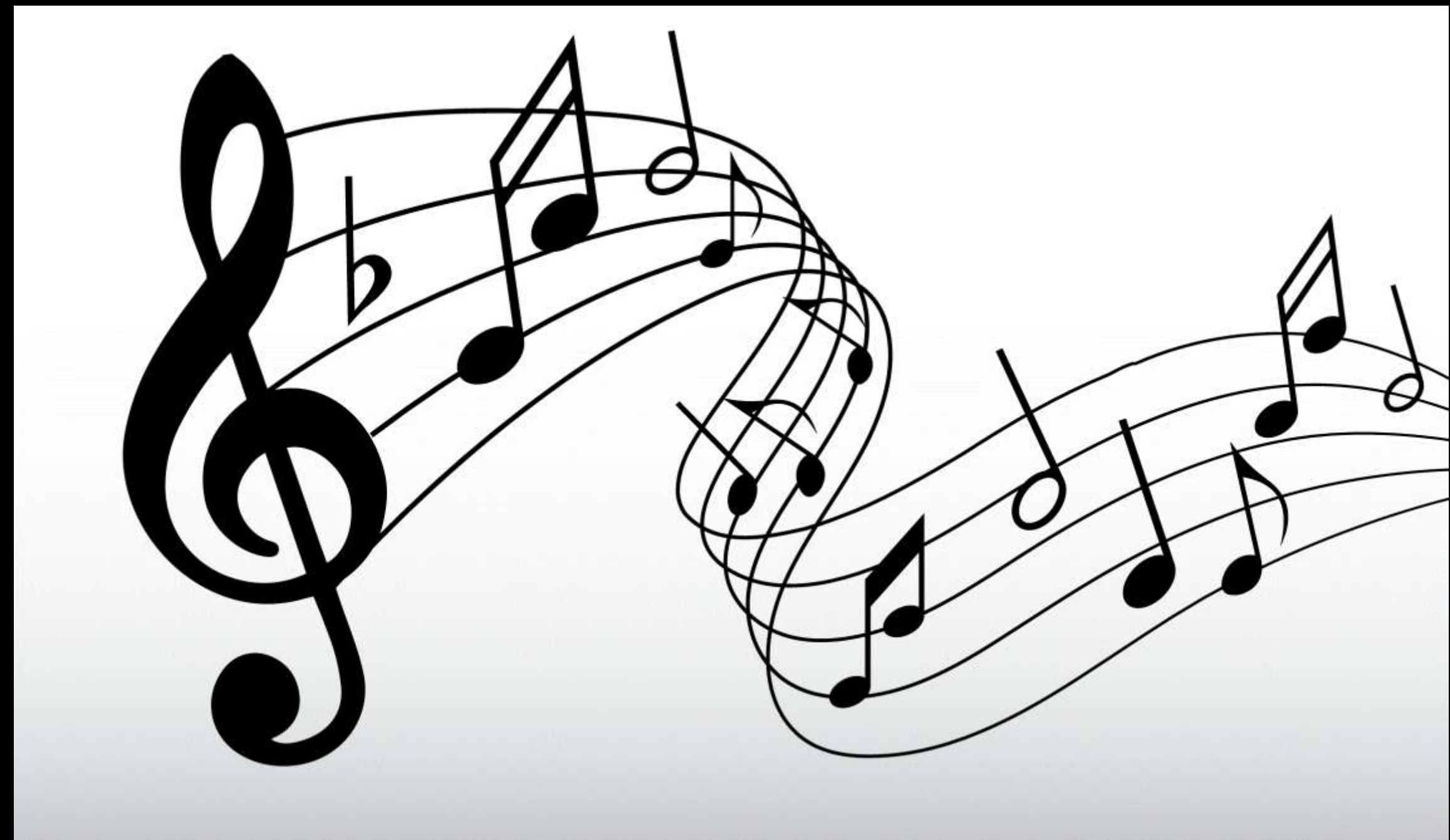
THE LEFT HAND DOES NOT KNOW WHAT THE RIGHT HAND IS DOING.



scelta audio

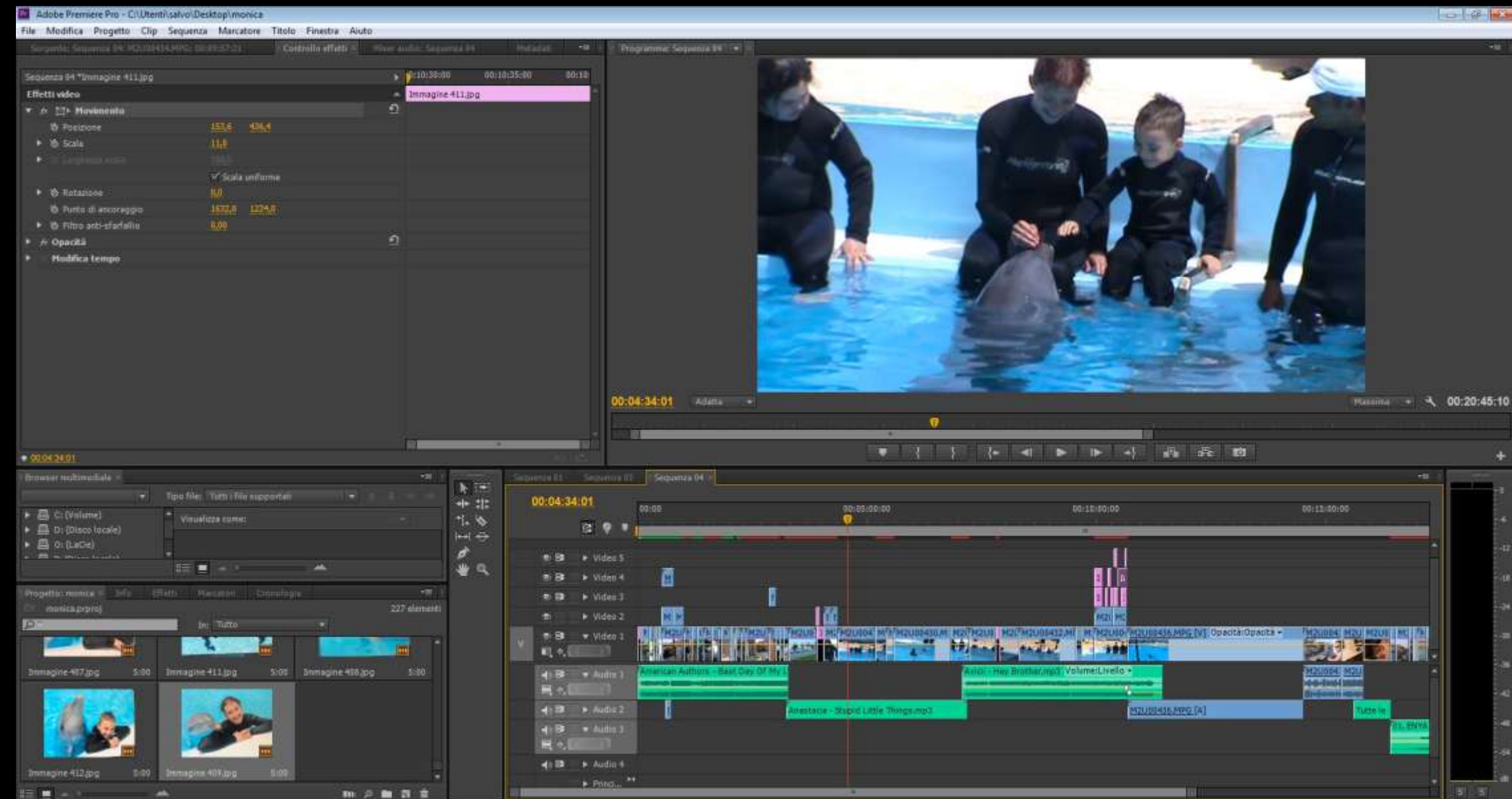
- libero da diritti

- coerente



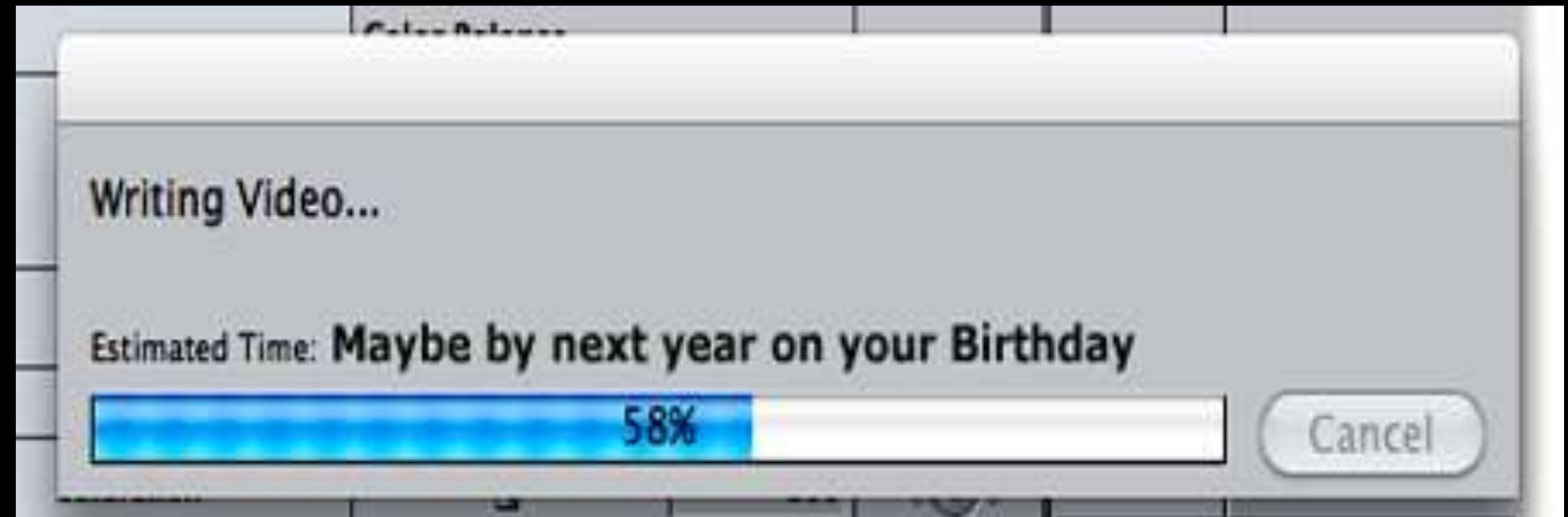
montaggio

- a tempo
- coerente
- trasmettere messaggio
- dinamico
- moderno
- “catturare spettatore”



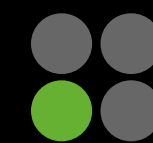
rendering

- scegliere i codec corretti
- scegliere frame rate
- preparare vari formati
- ...tempi lunghi!!!

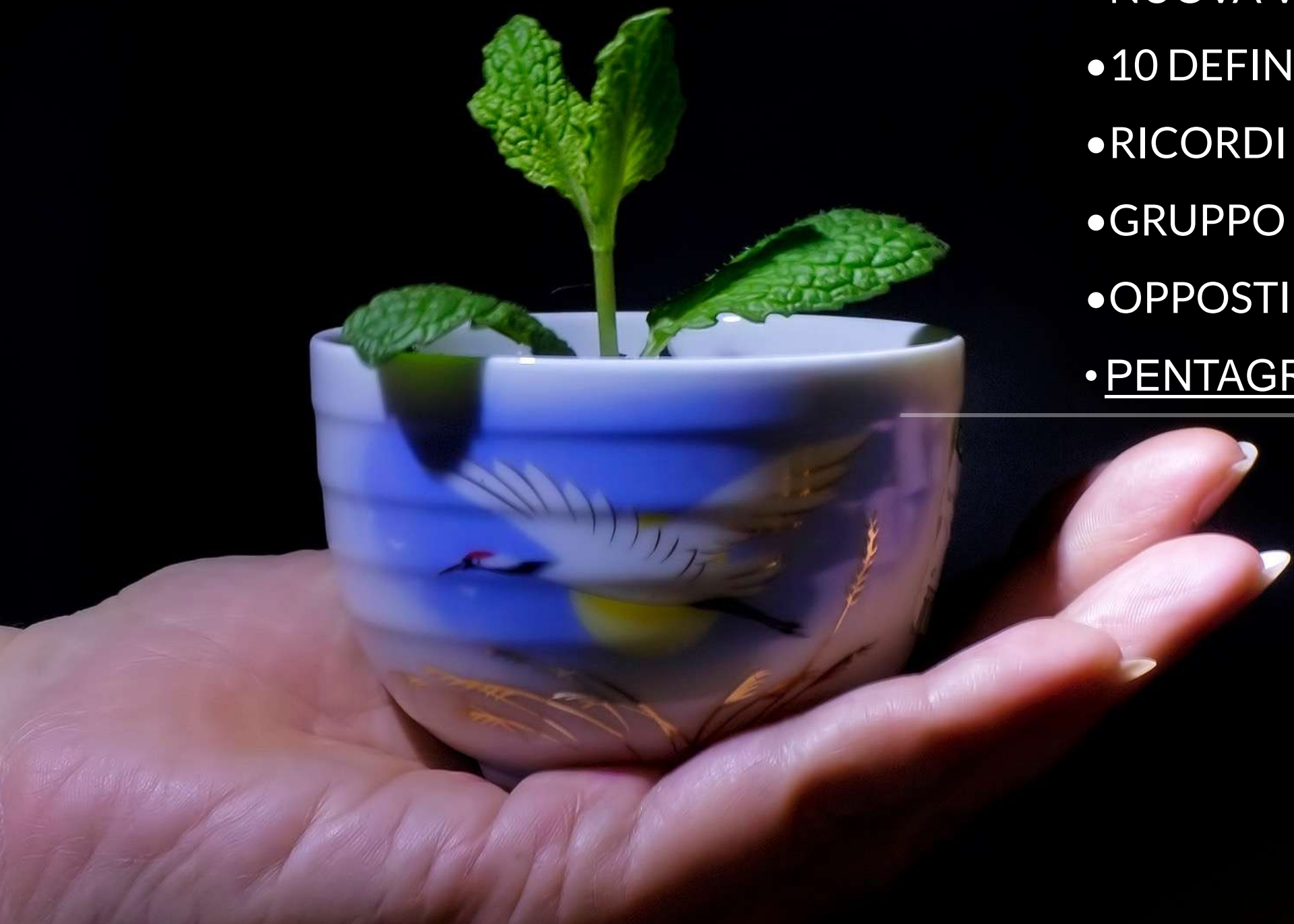


ESERCIZI DI GRUPPO

- NUOVA VISIONE
- 10 DEFINIZIONI
- RICORDI
- GRUPPO DI LAVORO
- OPPOSTI
- PENTAGRAMMA



PER ESSERE EFFICACI BISOGNA
ESERCITARSI



ESERCIZI

1-SCEGLIETE QUALCOSA CHE OSSERVATE REGOLARMENTE E CERCATE DI VEDERLO IN UN MODO NUOVO (es. una sedia, una scatola, la TV, un bicchiere...)

Ne abbiamo già parlato nello scorso numero: si parlava di bicchieri: che cos'è l'oggetto letteralmente? Per cosa è fatto? Che altri significati potrebbe avere? Cosa mi fa ricordare della mia infanzia? Tutte queste domande ci possono insegnare a vedere il mondo in un modo differente.

2-DESCRIVETE IL VOSTRO STILE DI AUDIOVISIVO CON 10 DEFINIZIONI

Se non conoscete personalmente a fondo il tipo di arte che create, qualcun altro prima o poi vi etichetterà a suo personalissimo giudizio; e non è detto che ciò rispecchierà le vostre intenzioni.

Prendetevi del tempo e guardate con attenzione tutto quanto fino ad ora prodotto da voi. Analizzatelo con cura. Ora descrivete i vostri audiovisivi con 10 definizioni. Esempio: fantasy, impegno sociale, surreale, provocatorio, taglio cinematografico, pesantemente postprodotto, criptico, surreale, formato 16:9, imprevedibile.

Dall'analisi del vostro stile ne ricaverete importanti stimoli per i nuovi atti creativi.

3-USATE I VOSTRI RICORDI E SOGNI COME ISPIRAZIONE

Scrivete ciò che ricordate come una novella e lasciatevi ispirare dalle vostre parole...

4-LA SFIDA DEL GRUPPO

Chi di voi frequenta assiduamente un circolo fotografico mi ha già capito: cosa c'è di più stimolante del darsi un tema di gruppo da sviluppare entro una data prestabilita?

Qual miglior modo per crescere lavorando insieme ad altri? Potrete scegliere tra lavorare a gruppi o individualmente. In entrambi i casi l'analisi degli audiovisivi finali vi stupirà per la mole di ispirazione che ne ricaverete.

5-LA SFIDA DEGLI OPPOSTI

Analizzate i vostri lavori passati come al punto 2 e cercate gli esatti opposti delle 10 definizioni date. Ora obbligatevi a produrre un audiovisivo che rispecchi tutte le 10 definizioni opposte al vostro stile. La verità è che tutti noi siamo tentati di rimanere negli schemi di sempre, nella nostra "zona di comfort" per dirla secondo la PNL, perché ciò ci dà sicurezza. Uscirne ci farà scoprire universi inimmaginabili! Questo "Audiovisivo degli Opposti" non dovrete farlo vedere a nessuno; servirà a voi per cambiare punto di vista sul mondo.

6-IL PENTAGRAMMA

Prendete un foglio di carta quadrato e dividetelo in 4 zone agli angoli ed un cerchio nel centro. N nominate le 4 zone come STORIA, LUOGO, COLORE, ACCESSORI. Datevi 4 minuti di tempo e scrivete in ogni zona tutte le parole che vi vengono in mente, 1 minuto a zona. Ora in 1 minuto scegliete una parola per zona che più vi ispira. Vi ritroverete con un insieme di 4 parole apparentemente senza senso che scriverete nel cerchio centrale, ma non vi preoccupate! Prendetevi un po' di tempo e cercate una idea che le rappresenti.

ARGOMENTI PRIMARI



01

NASCITA/MORTE/CIBO

02

SESSO/AMORE/FAMIGLIA

03

SENSO DI APPARTENENZA

04

GIUSTIZIA/INGIUSTIZIA/LIBERTA'

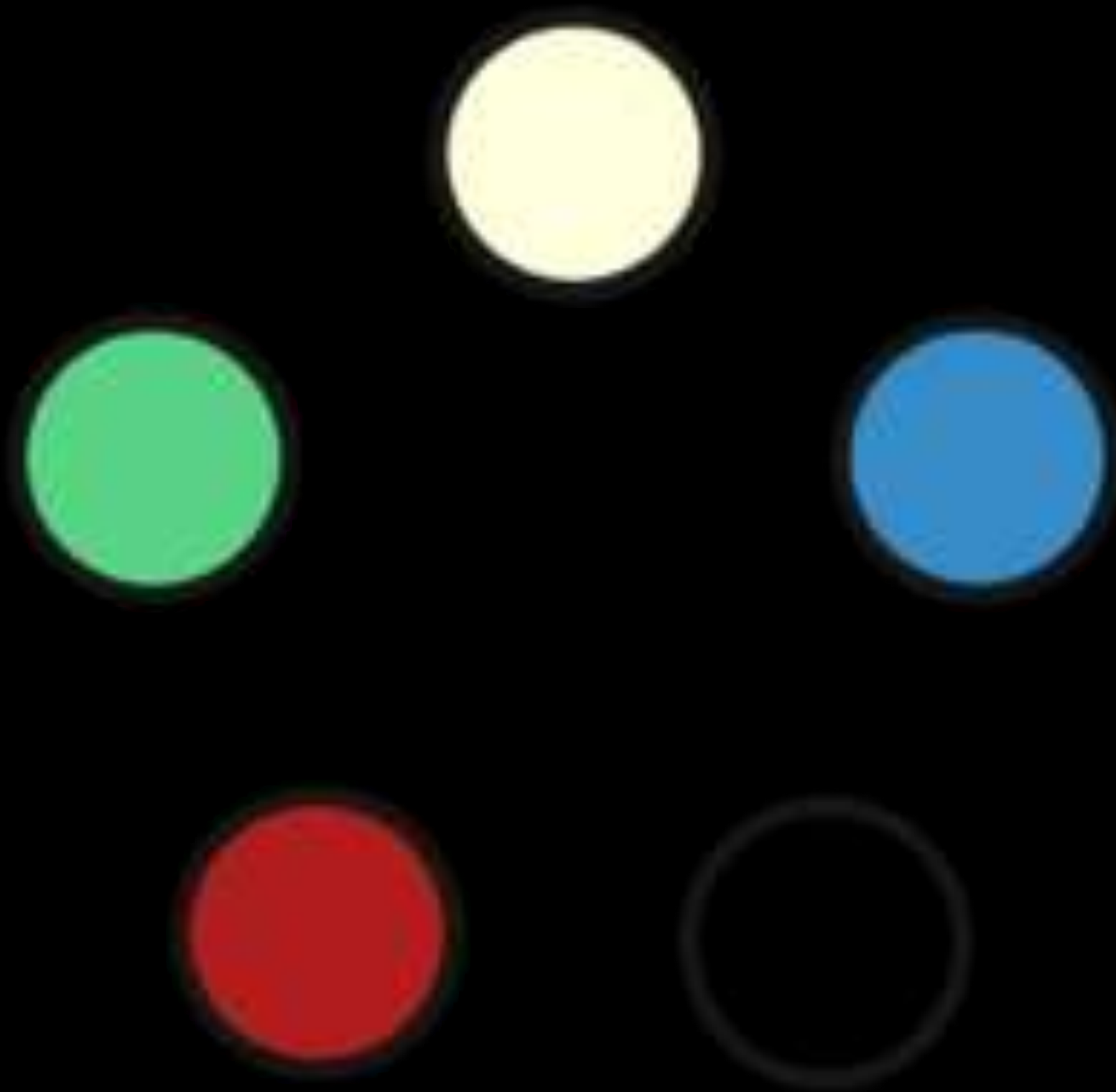
05

LAVORO/MISERIA

06

SCORRERE DEL TEMPO/PAURA

IL PENTAGRAMMA



01

STORIA 1MINUTO

02

LUOGO 1 MINUTO

03

COLORE 1 MINUTO

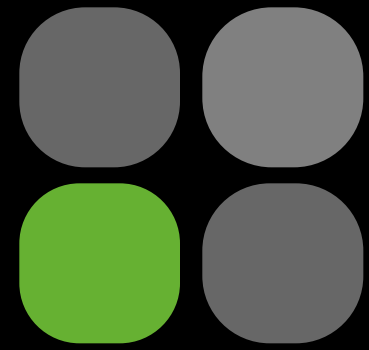
04

ACCESSORI 1 MINUTO

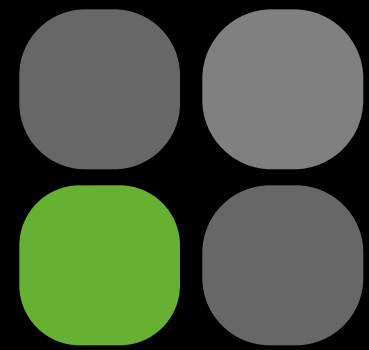
05

→ 4 PAROLE 1 MINUTO

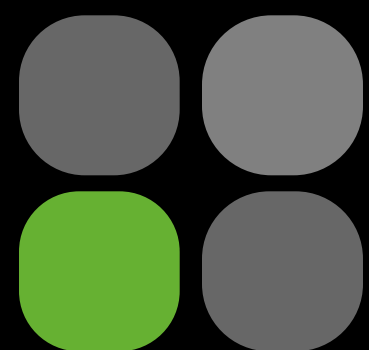
www.federicopalermophoto.com



prova piacere nel raccontare storie.



non paragonarti da subito ai Mostri Sacri dell'Audiovisivo



OSSERVA TUTTTO - COMUNICA BENE - PRODUCI PRODUCI PRODUCI.....



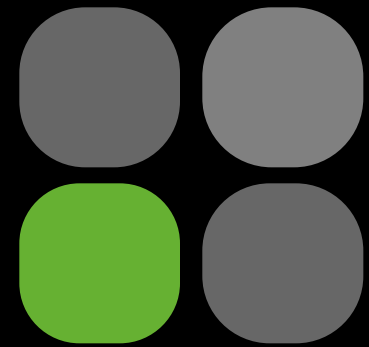
federico palermo photo

v. Ventimiglia 20 - Torino

Tel: +39 347.7207034

Email: info@federicopalermophoto.com

www.federicopalermophoto.com



La creatività è l'applicazione di un pensiero, mentre l'ispirazione è la forza che origina quel pensiero.

Non tutti sono sempre ispirati, ma tutti possono essere creativi!

Il segreto è scoprire quello che può diventare il nostro "personal style".



v. Ventimiglia 20 - Torino

Tel: +39 347.7207034

Email: info@federicopalermophoto.com