

# **HEADS Group** per Regione del Veneto

## **Guida alla creazione del video "L'Europa che vorrei"**

**Suggerimenti pratici per ideare, realizzare e  
raccontare il tuo video**

## Il contest

### **Raccontare il presente per immaginare il futuro.**

Un progetto che invita a trasformare idee, visioni, esperienze personali e punti di vista in contenuti audiovisivi.

Non si tratta solo di realizzare un video.  
Si tratta di prendere posizione e comunicarla per mezzo delle immagini.

## Le due tematiche

I partecipanti sono chiamati a lavorare su due tematiche:

### **1. L'Europa che vorrei**

#### **"Voci dalla prossima generazione"**

Raccontare chi siamo oggi: identità, paure, desideri, cambiamenti.

### **2. Innovazione e Futuro**

#### **"Storie che aprono il futuro"**

Immaginare scenari, possibilità, alternative, nuove direzioni.

L'obiettivo è trasformare questi temi in un racconto visivo personale e originale.

## Obiettivo

Realizzare un video breve che sia in grado di:

- Comunicare un messaggio chiaro e riconoscibile
- Raccontare una storia coerente
- Coinvolgere emotivamente chi guarda
- Essere realizzabile con i mezzi a disposizione

**Non è una gara tecnica.  
È una sfida narrativa e creativa.**

## Output Richiesti

### VIDEO

- Durata: 3–4 minuti
- Formato: 16:9
- Formato libero (documentario, reportage, storytelling, ecc.)
- Teaser social: formato verticale 9:16 durata max 60"
  
- Testo di accompagnamento (max 2000 caratteri)
- Invio del girato (inclusi backstage foto/video) se possibile

## Contenuti da Inserire

### Titoli di Testa

- Banner loghi Politiche di Coesione (file .jpg o .ai da scaricare in versione Orizzontale o Verticale)
- Titolo del contest
- Categoria (una tra le seguenti):
  - L'Europa che vorrei
  - Innovazione e futuro
- Titolo del progetto
- Disclaimer: "Il progetto è realizzato grazie ai Fondi Europei della Regione del Veneto"

## Contenuti da Inserire

### Titoli di Coda / Credits

- Nomi e cognomi di autori/autrici
- Nomi di eventuali intervistati/testimonianze (quando ne hanno dato l'autorizzazione con la liberatoria firmata)
- Ruoli principali (regia, riprese, montaggio)
- Eventuali ringraziamenti

## Output Richiesti

### PODCAST / VODCAST

- Durata: max 10 minuti
- Formato: 16:9 (per il vodcast)
- Struttura: conversazione, confronto o racconto corale
- Almeno 3 voci diverse (testimonianze generazionali + riflessione finale)
- 3 clip social: formato verticale 9:16, durata 60" – 90" ciascuna
  
- Testo di accompagnamento (max 2000 caratteri)
- Invio del girato (inclusi backstage foto/video) se possibile

## Video Storytelling

Fare storytelling non significa raccontare una storia, significa sfruttare una storia per trasmettere uno o più messaggi.

Un contenuto audiovisivo funziona quando integra:

- immagini (ciò che vediamo)
- suoni (ciò che ascoltiamo)
- parole (ciò che comprendiamo)

**Non basta “mostrare qualcosa”.  
Bisogna dare un senso a ciò che si mostra.**

## **Video Storytelling**

Prima di scrivere o girare un video, è fondamentale porsi alcune domande:

- Cosa voglio raccontare?
- Perché è importante per me?
- A chi sto parlando?
- Che reazione voglio generare?
- Qual è il messaggio principale?

Queste domande servono a evitare contenuti confusi o poco efficaci.

**Un video chiaro nasce sempre da un pensiero chiaro.**

## **Gli ingredienti di una storia**

Una storia efficace ha una struttura:

- Una situazione iniziale (equilibrio)
- Un evento che rompe questo equilibrio
- Un problema o conflitto
- Un percorso di trasformazione
- Un nuovo equilibrio finale

Il pubblico segue una storia quando percepisce un cambiamento.

**Si connette quando riconosce  
un'evoluzione.**

## **Il punto di vista**

Il punto di vista è la prospettiva da cui scegli di raccontare la realtà.

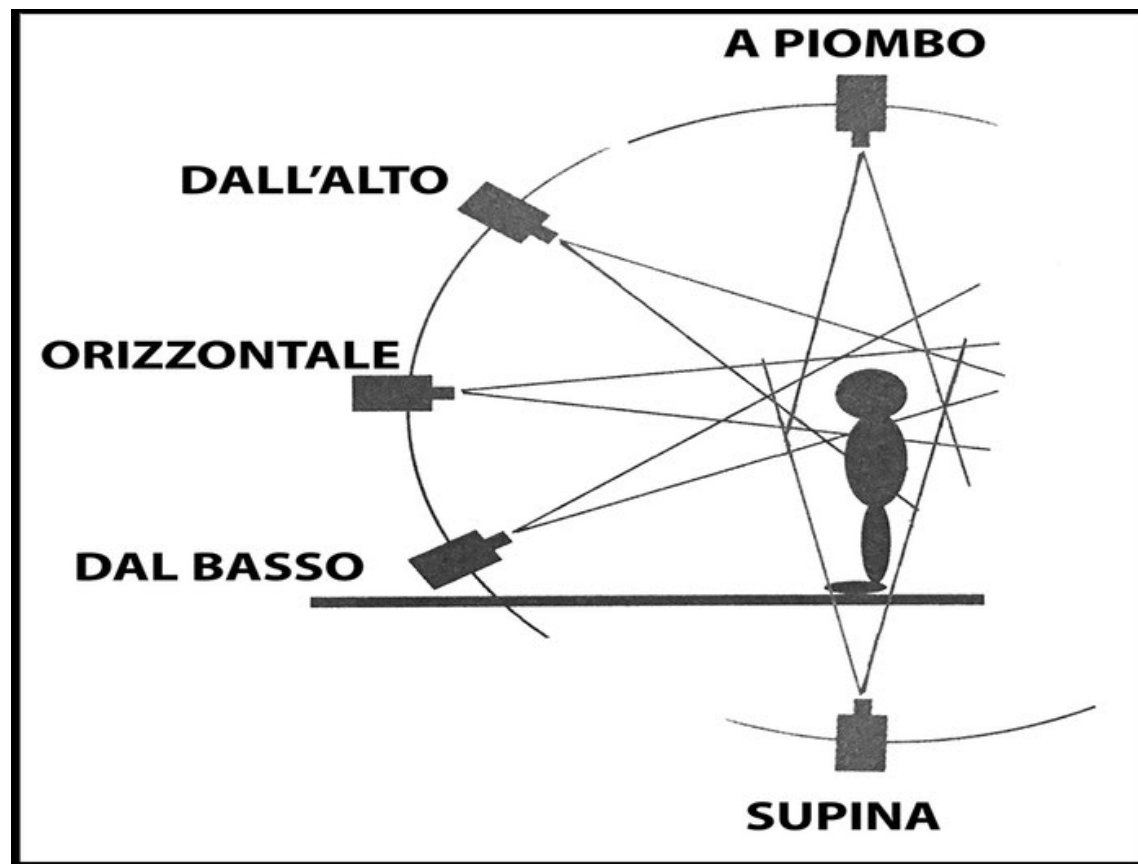
Nel video dipende da:

- posizione della macchina da presa
- distanza dal soggetto
- scelta dell'inquadratura

Lo stesso evento può cambiare completamente significato a seconda di come viene mostrato.

**Scegliere il punto di vista significa scegliere cosa far sentire allo spettatore.**

## Il punto di vista



## Il punto di vista



## Scrivere prima di girare

Un contenuto audiovisivo non nasce durante le riprese. Nasce prima, attraverso la scrittura, con:

- **Soggetto** → l'idea raccontata in breve
- **Sceneggiatura** → descrizione precisa di scene, azioni e dialoghi

Scrivere aiuta a:

- chiarire il messaggio
- evitare errori
- ottimizzare il tempo di ripresa

## Lo storyboard

### **Lo storyboard è la traduzione visiva della sceneggiatura.**

Consiste in una sequenza di disegni o schemi che rappresentano:

- le inquadrature
- i movimenti
- la composizione delle scene

Serve a:

- visualizzare il video prima di girarlo
- organizzare le riprese
- evitare improvvisazioni inutili

**È letteralmente una guida alle riprese**

# Lo storyboard

<p><b>1. Wide Shot</b> of both Sarah and Callum illustrating where they are and what the film is about.</p>	<p><b>2. Close up</b> of Sarah speaking directly to camera.</p> <p><i>Script:</i> Sarah One thing you must always remember- keep it simple.</p>	<p><b>3. Low angle</b> camera pointing up at Callum</p> <p><i>Script:</i> Callum Oops! Sarah is right!... forget all this .</p>
<p><b>4. Close up</b> of Sarah holding photograph</p>	<p><b>5. Camera zooms out to Wide Shot</b> so we can see Sarah speaking about using photographs to plan your storyboard.</p>	<p><b>6. Over Shoulder</b> shot of Callum pointing to drawings of different shots that you could try filming.</p>

ESTERNO NOTTE  
UNA VALATA DI NEVATELA - UNA CHIERETA DROCCHEA, APPROPRIAMENTE ARRANGIATA...

<p>1. CAMPOLUNGHESSIMO NOTTE - SOLO LA LUCE DELLA LUNA A ALLUMINARE IL PROFILO DELLE COSE</p>	<p>2. CAMPO LUNGO UNA FIGURA ESCE DA UN BOSCHETTO, STA DIRIGE VERSO L'EDIFICIO</p>	<p>CM 3. L'uomo si avvicina all'edificio (rumore di passi sullo sterrato)</p>
<p>4. FIGURA L'uomo cammina lentamente, è stanco, si avvicina alla porta della casa. (rumore di passi sullo sterrato)</p>	<p>PA 5. L'uomo bussa alla porta (i passi si fermano, rumore del bussare alla porta)</p>	<p>PM 6. Dalla porta che si apre si affaccia una donna (rumore della porta che si apre - cigolio)</p>

## Pensare per immagini

Un video è costruito attraverso unità visive:

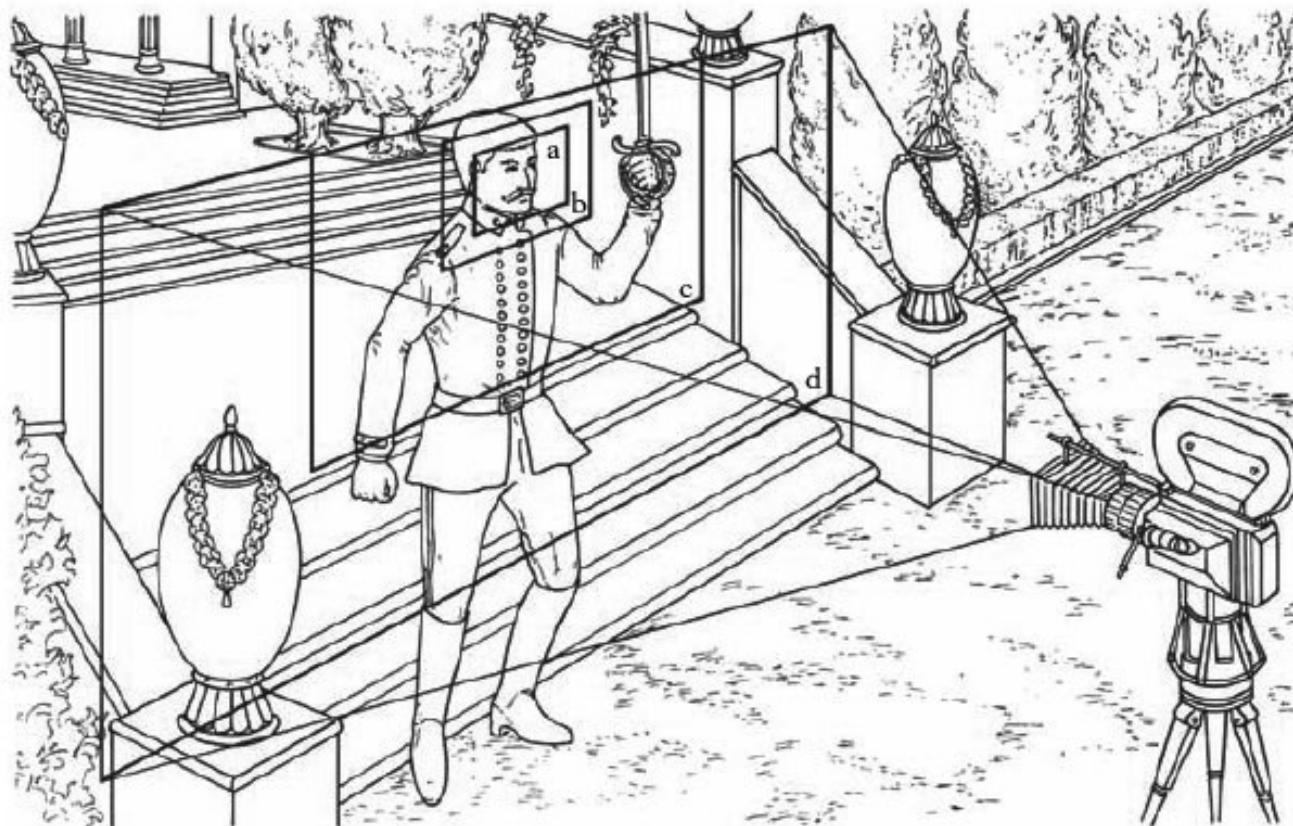
- **Inquadratura** → ciò che la camera riprende
- **Scena** → insieme di inquadrature nello stesso spazio/tempo
- **Sequenza** → insieme di scene

**Girare non significa registrare tutto,  
ma scegliere cosa mostrare  
e cosa no.**

## L'inquadratura



## L'inquadratura



## Piani e campi

### **Piani (sul soggetto umano)**

Primo piano → volto, emozione

Mezzo busto → relazione

Mezza figura → equilibrio tra persona e azione

Figura intera → azione

### **Campi (sullo spazio)**

Campo medio → equilibrio tra soggetto e ambiente

Campo lungo → contesto, distanza

Campo totale → spazio dominante

**I piani raccontano le persone, mentre i campi raccontano il mondo. Alternare le inquadrature aiuta a rendere il racconto dinamico e chiaro.**

## Piani e campi



## **Inquadratura oggettiva e soggettiva**

Due modi principali di riprendere:

### **Inquadratura oggettiva**

Lo spettatore osserva dall'esterno  
È neutra, descrittiva

### **Inquadratura soggettiva**

Mostra ciò che vede un personaggio  
Coinvolge direttamente lo spettatore

**La soggettiva fa entrare lo spettatore nella  
scena. L'oggettiva lo fa osservare.**

## Inquadratura oggettiva e soggettiva



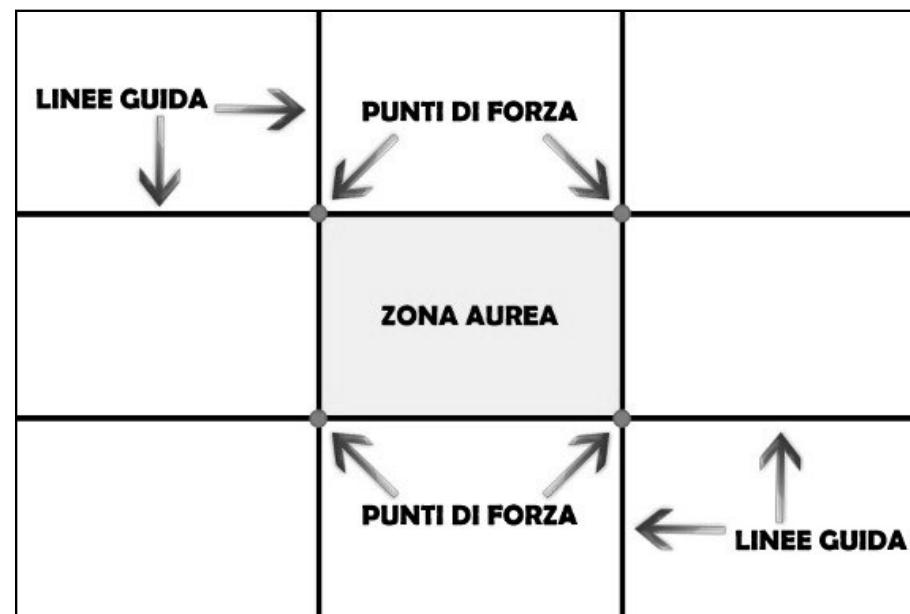
## La regola dei terzi

Una buona immagine non è casuale.  
La regola dei terzi aiuta a:

- organizzare gli elementi nello spazio
- creare equilibrio visivo
- guidare lo sguardo

**Evitare di mettere sempre il soggetto al centro rende l'immagine più dinamica. Lascia spazio, crea tensione visiva.**

## La regola dei terzi



## Il suono

Il suono è una componente fondamentale del video che include:

- voce e dialoghi
- rumori ambientali
- musica

Un audio curato: rende il video più credibile, aumenta la qualità percepita, migliora la comprensione, amplifica l'emozione, aumenta il coinvolgimento.

**Un buon video con audio scarso perde efficacia. Spesso il suono vale quanto (o più) dell'immagine.**

## **Il suono: Suggerimenti pratici**

- **Attenzione al vento**  
Il vento è il nemico numero uno del microfono: anche una leggera brezza può rendere l'audio inutilizzabile. Cerca di riprendere in luoghi riparati o, se sei all'aperto, posizionati vicino a una parete o una siepe. Se usi uno smartphone, esistono piccole protezioni antivento (parasassi) a basso costo.
- **Distanza da chi parla**  
Mantieni il microfono (o lo smartphone) a circa 30–50 cm dalla fonte del suono. Troppo lontano cattura più rumore di fondo; troppo vicino rischia di saturare l'audio con suoni distorti. Se la persona si muove, cerca di mantenere questa distanza costante.

## **Il suono: Suggerimenti pratici**

- **Usa un microfono esterno**  
se puoi Il microfono integrato degli smartphone è sufficiente in ambienti silenziosi e controllati, ma un semplice microfono a clip (lavalier) da collegare al telefono migliora enormemente la qualità della voce, soprattutto in esterni o ambienti rumorosi.
- **Scegli il posto giusto**  
Prima di girare, fai una prova audio di 20–30 secondi e riascoltala con le cuffie. Evita luoghi con eco (stanze vuote, superfici dure), rumori di fondo costanti (traffico, condizionatori, frigoriferi) o voci sovrapposte.

## **Il suono: Suggerimenti pratici**

- **Parla in modo chiaro e a ritmo regolare**  
Chi parla davanti alla telecamera dovrebbe evitare di abbassare la voce a fine frase o di parlare troppo velocemente. Una voce sicura e ben proiettata fa già metà del lavoro.

**Un buon video con audio scarso perde efficacia. Spesso il suono vale quanto (o più) dell'immagine.**

## Consigli tecnici

Per migliorare la qualità delle immagini:

- Mantieni la camera stabile
- Evita lo zoom digitale
- Usa luce naturale quando possibile
- Evita il controllo luce non intenzionale
- Controlla sempre la messa a fuoco

**Anche con uno smartphone è possibile ottenere buoni risultati. La tecnica non sostituisce l'idea, ma la valorizza.**

## Formati video

Scegliere il formato giusto è fondamentale perché influenza come e dove il video verrà visto. Ogni piattaforma ha le sue regole:

- **YouTube (video orizzontale)**  
Formato: 16:9  
Risoluzione consigliata: 1920x1080 (Full HD)  
Ideale per: storytelling più strutturato, contenuti più lunghi. È il formato più “cinematografico”
- **Instagram / TikTok (Reel, Short, TikTok)**  
Formato: 9:16 (verticale)  
Risoluzione consigliata: 1080x1920  
Ideale per: contenuti brevi, immediati, dinamici  
Pensato per essere visto da smartphone

## Formati video

- **Formato quadrato (Instagram feed)**  
Formato: 1:1  
Risoluzione consigliata: 1080x1080  
Ideale per: contenuti statici o ibridi  
Meno immersivo, ma ancora utilizzato
- **Podcast video / interviste**  
Formato: 16:9 (orizzontale) oppure 9:16 (clip social). Spesso si usano più camere o inquadrature fisse. Importante: qualità audio + stabilità

Scegli il formato prima di iniziare a girare.  
Cambiare formato dopo è possibile, ma spesso significa perdere qualità o tagliare parti importanti dell'inquadratura.

**Il formato è una scelta narrativa, non solo tecnica.**

## I raccordi fra inquadrature

I raccordi servono a collegare le inquadrature in modo fluido. Principali tipi:

- **Raccordo sul movimento** → un'azione continua tra due inquadrature
- **Raccordo di sguardo** → si mostra ciò che un personaggio guarda
- **Raccordo di posizione** → coerenza nello spazio
- **Raccordo di direzione** → mantenere la direzione del movimento
- **Raccordo sonoro** → un suono continua tra due scene

## **Le fasi di produzione**

Un progetto audiovisivo si sviluppa in tre fasi:

### **1. Pre-produzione**

idea  
soggetto  
scaletta  
organizzazione

### **2. Produzione**

riprese  
direzione delle scene

### **3. Post-produzione**

montaggio  
suono  
rifinitura

**Più il lavoro è chiaro all'inizio, più sarà  
efficace alla fine.**

## Montaggio video

**Il montaggio è il momento in cui il video prende forma.**

Serve a:

- costruire ritmo
- eliminare il superfluo
- dare senso alle immagini

**Montare significa scegliere.  
Ogni scelta modifica il significato del racconto. Scegliere significa raccontare.**

## Consigli narrativi

Per rendere efficace il tuo video:

- Semplifica il messaggio
- Mantieni il racconto semplice
- Concentrati su un'idea forte
- Evita cliché e stereotipi
- Definisci un pubblico
- Dai una chiusura al racconto

**Le storie brevi funzionano meglio se sono chiare e dirette.**

## Autenticità

Le persone riconoscono subito ciò che è costruito.  
Un contenuto funziona quando è:

- autentico
- sincero
- riconoscibile
- vicino all'esperienza reale

**Non cercare di imitare.  
Cerca di esprimere il tuo punto di vista.**

## L'idea

### **La qualità di un video non dipende solo dall'attrezzatura.**

Dipende da:

- chiarezza dell'idea
- forza del messaggio
- capacità di sintesi

Anche uno smartphone può produrre un contenuto efficace. L'idea è sempre il punto di partenza.

## **Il tuo sguardo**

Usa questo progetto per:

- raccontare qualcosa che ti riguarda o ti rappresenta
- esplorare un tema che senti vicino, che per te è importante
- provare un linguaggio nuovo e sperimentare

**Il tuo video è il tuo modo  
di vedere il mondo.**

La presente documentazione e l'attività di ideazione e progettazione connessa al presente documento è da considerarsi proprietà intellettuale di HEADS Group Srl ai sensi della normativa sul Diritto d'autore (Legge 22.04.1941 n. 633 art 2 comma10) ed il Codice della Proprietà industriale (D.Lgs 30/2005 art 44). Pertanto il presente materiale e la ideazione e progettazione non può essere utilizzata da terzi senza esplicita autorizzazione a seguito di un contratto da parte di HEADS Group Srl.