

Virtual Reality & Multi Media Park La Scuola

MASTER UNIVERSITARIO IN
Facoltà di Scienze della Formazione
(Università di Torino)

**EDITING E SCRITTURA DI PRODOTTI
AUDIOVISIVI
(LIVELLO 1)**

-
ED
-

Guida al Percorso Formativo
Versione 3.0 – 29 ottobre 2009



Descrizione

Giunto alla sua nona edizione, il Master in "Editing e scrittura di prodotti audiovisivi" è da cinque anni Master universitario di I livello della Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università di Torino.

Il Master è incentrato sulla figura dell'autore di opere audiovisive, sia in forma originale sia in forma di adattamento a partire da altri linguaggi narrativi, e viene declinato su media specifici come Cinema, TV, Documentario, Animazione, Pubblicità. Tutti i moduli hanno carattere laboratoriale, con esercitazioni pratiche associate ai corsi.

Oltre alla base comune con gli altri corsi della Scuola sulla produzione audiovisiva, il Master ha un piano di studi molto specifico, che limita al massimo le competenze tecniche per esaltare la creazione delle storie narrate.

Il carico didattico del Master corrisponde a 60 crediti formativi universitari (CFU). Le lezioni, sono tenute da docenti universitari e da professionisti del settore audiovisivo.

Sbocchi professionali

Il Master intende formare persone in grado di scrivere ed elaborare storie e testi per il cinema, per la televisione, per la pubblicità e per le varie forme di intrattenimento interattivo.

Durata

In totale sono circa 600 ore in aula e laboratorio + 300 ore in stage.

Direzione Scuola

Vincenzo Lombardo, Università di Torino e Virtual Reality & Multi Media Park

Direzione Master

Antonio Pizzo, Università di Torino

Comitato scientifico

Claudia Amerio, Ave Appiano, Mussi Bollini, Massimo Morelli, Vincenzo Lombardo, Antonio Pizzo

Docenti

Alessandro Amaducci, Videoartista, Torino

Claudia Amerio, Copywriter e Visualizer, Freelance, Torino

Ave Appiano, Esperta di comunicazione visiva, di cultura dell'immagine e di linguaggi dell'arte, Ricercatrice Università di Torino

Lorenzo Armando, Redattore editoriale, Torino

Maria Mussi Bollini, Produttore esecutivo Rai - Melevisione

Nicola Bottero, Cultore di diritto commerciale, Avvocato, Torino

Carlo Ghioni, Produttore e Regista, Torino e Vancouver

Claudio Grimaldi, Autore freelance, Napoli

Helen Jardine, Story Editor, Freelance Torino e Nice

Massimo Morelli, Pubblicitario, Pensativa, Torino

Adriano Morsetti, Virtual Reality & Multi Media Park, Torino

Marco Nieloud, Pubblicitario, Agenzia S. Guidone & Associati

Claudio Papalia, Consulente editoriale sviluppo progetti media

Alessandro Perissinotto, Scrittore, Università di Torino

Antonio Pizzo, Professore Università di Torino

Stefano Tealdi, Steffilm, Torino

Andrea Zalone, Autore in Televisione, Radio e Teatro, Torino

Stage

Tutti i partecipanti avranno l'opportunità di svolgere uno stage di circa 300 ore in aziende del settore dove verranno inseriti nei progetti in corso o di condurre progetti propri presso la struttura del Virtual Reality & Multi Media Park.

La Scuola individua una serie di proposte di progetti formativi presso imprese o enti (incluso il VR&MM Park), da proporre agli allievi. E' discrezione dei soggetti ospitanti confermare la candidatura proposta. Verranno prese in considerazione anche proposte provenienti dai partecipanti.



Aziende, enti e centri di ricerca che collaborano con il VR&MM Park per gli stage e la formazione:

AVR- Animazione, CGI, Effetti visivi digitali, Castrolibero(CS)	Artematica - Produzione di videogames, Chiavari (GE)
Basicnet S.p.A.- post-produzione, Torino	Bonsaininja - post-produzione-CGI, Milano
BTS - Comunicazione e pubblicità, Torino	KIOS Film srl - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma
Cinzano Dri, pubblicità e comunicazione, Torino	Digital Tales, Computer grafica e VFX, Milano
Domino - Comunicazione e pubblicità, Roma	EdenLab - Computer grafica e VFX, Torino
Edi - Effetti Digitali Italiani - effetti visivi digitali, Milano	Endemol - Produzioni televisive, Roma
Europroduzioni - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma	Fast Forward - Studio di postproduzione, graphic-design ed effetti speciali, Milano
Fidia Film Srl - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma	Formula - Pubblicità e comunicazione, Torino
Fondazione Fitzcarraldo - eventi e comunicazione, Torino	Fondazione Sandretto Re Rebaudengo - Museo ed eventi, Torino
Grundy Italia- Produzioni cinematografiche e televisive, Roma	Gruppo Square - Post-Produzione, Effetti Speciali Gruppo Bluegold, Milano
HUB - Produzione Audiovisivi, Torino	IfDesign, Design e post-produzione, Torino
INEDHITA (INADV) - Comunicazione e pubblicità, Torino	KeiKen - Produzione 3d, Torino
La Fiorita Officine - post-produzione, Torino	Legovideo snc - Produzione video, Torino
Loop - Creazione Multimediali - Computer Grafica e Animazione	Little Bull - Produzione audiovisivi del gruppo Armando Testa, Torino
Lumiq Studios - Produzione e Post-Produzione Cinematografiche, Torino	Mediavivere-Endemol - Fiction Televisive, Roma
Milestone - Produzione di videogames, Milano	Movida - Videoclip e pubblicità, Torino
NextMedia Lab - Laboratorio di produzione multimediale, Milano	NightFly - Produzione 3d, Milano
Phoenix - pubblicità e comunicazione, Torino	Proxima - Post-produzione effetti speciali, Roma
BC TODAY - produzione e post-produzione audio e video, Torino	Rai Tre - televisione, Torino
REVOLVER SRL - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma	SEAC02 - Soluzioni Avanzate per la Visualizzazione, Torino
Sono es - Post-produzione creazione e tecnologia audiovisiva, Barcellona	Starfilm - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma
STEFILM - Produzione Documentari, Torino	TANGRAM - Produzioni cinematografiche e televisive, Roma
Teknes Comunicazione - pubblicità e comunicazione, Torino	Fulmini e Leopardi - Animazione 3d - Pisa
Tracce Design - Produzioni 3d, Torino	Ubik - Post-produzione, Modellazione 3D, Milano
Videa - Produzione Video e Effetti speciali, Roma	BlueMotion - Computer Grafica , Animazione e post-produzione video, Padova
XLR8 - Produzione Video e Computer Grafica, Milano	W&Media - Soluzioni creative per la Comunicazione, Torino

Titolo di Master

Il superamento degli esami di profitto e dell'esame finale consente di conseguire il titolo di Master universitario di primo livello in "Editing e scrittura di prodotti audiovisivi".

Accesso

Il master è aperto a candidati in possesso di una Laurea triennale (solo se ottenuta conformemente ai nuovi ordinamenti didattici), quadriennale o quinquennale, fino a un numero massimo di 20 persone. Possono presentare domanda di ammissione alla selezione anche coloro che alla data di scadenza del bando non hanno ancora sostenuto l'esame di laurea ma prevedono di essere in possesso di tale titolo di studio il giorno in cui iniziano le lezioni. In questo caso è necessario che tali candidati presentino, unitamente al modulo di iscrizione alla selezione (modulo A), un'autocertificazione di iscrizione all'esame di Laurea.

La selezione dei candidati in ingresso verrà effettuata sulla base del curriculum di studi (gli studi attinenti l'ambito audiovisivo costituiranno titolo preferenziale), delle eventuali esperienze professionali e del test di ingresso. È prevista una selezione dei candidati in ingresso. Un questionario, con domande di cultura generale sulla produzione audiovisiva e 3d, consente di comprendere meglio gli orientamenti del candidato per il colloquio motivazionale. L'obiettivo è di formare una classe il più possibile omogenea.

I moduli comuni a tutti i piani di studio, prevedono sessioni plenarie. Potrà essere aumentato il numero di iscritti al master nel caso di potenziamento delle strutture tecnologiche previste. Per i professionisti del settore è possibile l'iscrizione a singoli moduli e workshop avanzati. In questo caso classe e calendario sono quelli previsti per il percorso annuale.



Iscrizione

SESSIONE ESTIVA

Apertura Iscrizioni alla Selezione: 7 aprile 2009
Scadenza Iscrizioni alla Selezione: 4 giugno 2009
Selezioni: 11 giugno 2009
Conferma Iscrizione: 25 giugno 2009

SESSIONE AUTUNNALE

Apertura Iscrizioni alla Selezione: 15 giugno 2009
Scadenza Iscrizioni alla Selezione: 30 settembre 2009
Selezioni: 8 ottobre 2009
Conferma Iscrizione: dopo la conferma da parte del Fondo Sociale del Finanziamento del Master (ottobre/novembre)

Il modulo di iscrizione alla selezione è scaricabile dal sito www.edu.vrmmp.it nella pagina corsi. Per ulteriori informazioni fare riferimento a info@edu.vrmmp.it e al sito www.edu.vrmmp.it. Le domande di ammissione alla selezione e gli allegati possono essere:

- Inviati in formato elettronico (info@edu.vrmmp.it)
- Inviati via fax (011/5697239)
- Consegnati a mano o inviati via posta all'indirizzo: Virtual Reality & Multi Media Park- Area Formazione, Corso Lombardia 194 – 10149 Torino.

Periodo

Il master avrà inizio nel mese di novembre.

Frequenza

La frequenza alle lezioni e ai laboratori è fortemente consigliata, l'attestato di frequenza con la relativa votazione è consegnato solo alle persone che hanno una presenza superiore al 75% delle lezioni previste e che hanno superato gli esami previsti per i vari moduli.

Orari

L'impegno previsto è di una media di mezza giornata per tre-quattro giorni alla settimana per le lezioni frontali e i laboratori comuni, dal lunedì al sabato. I workshop sono "full immersion" di 7-8 ore, in giornate continuative e possono essere pianificati anche durante i fine settimana. L'hands-on finale richiede una presenza continua e giornaliera e si sviluppa nell'arco di 2 mesi circa. A questa stima di impegno vanno aggiunte le ore di studio e di laboratorio individuale.

Costo

La quota d'iscrizione è di 5.000 Euro + iva (comprensiva di tasse universitarie).*



DOCENTE	TITOLO	ORE	OBIETTIVO	CONTENUTI
Il linguaggio del racconto audiovisivo				
Docente da definire, Amaducci Alessandro	Elementi di regia e direzione di produzione	40	Elementi di linguaggio cinematografico, regia e produzione	Elementi di regia cinematografica. Il linguaggio dell'audiovisivo al di là del cinema. Dinamiche espressive e creative del linguaggio delle immagini in movimento. Movimenti di camera e tecniche di ripresa, ritmo e montaggio, effetti e compositing da sorgente multilayer. La direzione di una produzione audiovisiva. Piano di produzione. Budget. Breakdown dello script. Come si organizza una produzione. Post-produzione. Pipeline di lavorazione dallo sviluppo alle finalizzazioni e duplicazioni.
Jardine Helen	Drama Analisi	21	Editing delle storie scritte per il cinema	Questo corso approfondisce il lato tecnico della scrittura e dell'analisi di storie per lo schermo: basandosi sullo studio di costruzioni drammaturgiche proposte dagli studenti o da altri giovani autori, fornisce gli strumenti necessari ad analizzare una storia scritta per il cinema, insegna a redigere le schede di lettura e gestire i documenti correntemente utilizzati per lo sviluppo di prodotti audiovisivi.
Tecniche di drammaturgia e racconto				
Perissinotto Alessandro	Scrittura creativa	21	L'intreccio e i generi della trama.	Come si costruisce un intreccio ben fatto e quali sono le caratteristiche distintive dei vari generi; come si progetta e come si sviluppa la trama. Il racconto di genere. Il racconto minimo. Esercizi di scrittura creativa.
Armando Lorenzo	Introduzione alla scrittura redazionale	25	Introduzione alla scrittura	Il modulo intende mettere in evidenza e risolvere alcuni comuni errori nella scrittura, e fornire le competenze redazionali di base.
Scrittura per fiction				
Sala Davide	Story Editing	21	Il lavoro e il ruolo dello story editor in una produzione cine o TV	Il workshop definisce ruolo e compiti dello story editor e, come esercitazione pratica, propone l'analisi dei progetti per il cinema e la televisione scritti dagli allievi durante il corso, mettendone in luce punti deboli e punti forti ed eventuali carenze strutturali.
Fiorini Eleonora	La TV Seriale	21	L'organizzazione della scrittura seriale, dal concept alla singola puntata	L'organizzazione della scrittura seriale. Ruoli e procedure. Dal concept alla scrittura della puntata. Esercitazioni pratiche.
Appiano Ave	Arte e Creatività	14	Estetica e creatività per la comunicazione. Percezione, simboli, strategie.	Il modulo prevede di considerare le basi dell'immaginario indagando le forme archetipiche nell'analisi delle arti visive e servendosi degli strumenti estetici.
Responsabile hands on	Hands on sviluppo del progetto finale	20	Preparazione e produzione elaborato di fine corso	L'attività è coordinata dalla direzione della scuola e intende porre gli studenti in un ambiente lavorativo professionale con l'obiettivo di produrre uno o più prodotti audiovisivi o multimediali. L'attività in genere è svolta in collaborazione con gli altri corsi presenti nella scuola. Il modulo si sviluppa secondo incontri definiti di volta in volta nella fase conclusiva delle lezioni.
Scrittura per la televisione				
Morosetti Adriano	Format per la TV	24	Analisi ed innovazione nei format di intrattenimento.	Analisi, ideazione, innovazione e sviluppo di format per l'intrattenimento leggero, dalla sit com al quiz.
Taggi Paolo	Format No Fiction	22	Progettazione e scrittura di prodotti di intrattenimento non fiction	PROGRAMMA DA DEFINIRE
Zalone Andrea	La TV Comica	24	Gli aspetti del lavoro dell'autore comico televisivo	Descrizione concreta del lavoro dell'autore comico televisivo. Analisi di format di alcuni programmi comici televisivi e delle varie fasi della realizzazione di un programma comico televisivo (dalla stesura del format, alla scrittura della scaletta, dall'impostazione di un personaggio comico, alla scrittura di uno sketch)



Ghioni Carlo	La serie televisiva lineare e interattiva	35	Il genere televisivo tra realtà e finzione, documentario e film	Il corso analizza le forme e le modalità rappresentative della fiction, enfatizzando gli strumenti del raccontare, l'artigianato dello scrivere, secondo i parametri tipici della cultura pragmatica nordamericana. Partendo dal tipico "Viaggio dell'eroe", si affrontano gli archetipi principali del raccontare. Tra gli esempi analizzati sono prese in considerazione alcune forme sperimentali o innovative, come i formati di fiction interattiva o il mockumentary.
--------------	---	----	---	---

DOCUMENTARIO

Tealdi Stefano	Il documentario	35	La scrittura, la produzione e il mercato del documentario	Peculiarità del documentario e delle sue diverse tipologie. In particolare sono analizzate le sue potenzialità espressive, le caratteristiche della scrittura di documentari, il rapporto tra scrittore e produttore, ed il suo processo di produzione in rapporto ai diversi mercati televisivi.
----------------	-----------------	----	---	---

INDUSTRIA DELL'AUDIOVISIVO E LEGGE SUL DIRITTO D'AUTORE

Papalia Caludio	Elaborazione del dossier	30	Come si prepara un dossier per accedere a un finanziamento per un progetto cinematografico	Il corso prepara alla redazione e presentazione di progetti cinematografici per il mercato internazionale. Attraverso l'attività di laboratorio accompagna nelle diverse edizioni del dossier di progetto, dove i materiali di presentazione sono organizzati in modo efficacemente evocativo.
Bottero Nicola	Il Mercato della scrittura	14	La normativa per la tutela del diritto d'autore	E' importante sapersi orientare tra le varie norme che disciplinano la materia apprendendo i principi cardine che reggono la normativa sul diritto d'autore.

Il linguaggio della pubblicità

Morelli Massimo	Il lavoro del Copywriter	30	La scrittura per una campagna di comunicazione tra regole tradizionali e modelli innovativi	Per progettare una campagna sociale efficace, bisogna conoscere i linguaggi e le tecniche tradizionalmente utilizzati in pubblicità ma anche superare i limiti delle strategie commerciali proponendo modelli di comunicazione innovativi. Questo corso fornisce agli allievi gli strumenti di psicologia e sociologia della comunicazione necessaria a trattare con consapevolezza e creatività tematiche sociali di interesse collettivo e li segue nella realizzazione di una campagna.
Cinzano Donatella	Comunicazione e scrittura sul web e piattaforme interattive	21	La scrittura per le strategie di comunicazione pubblicitaria sul web	PROGRAMMA DA DEFINIRE
Amerio Claudia	La realizzazione di uno spot	24	Dal testo alla pre-visualizzazione su storyboard di uno spot televisivo	Durante il corso verrà ideato e sviluppato fino alla fase della pre-visualizzazione (storyboard) uno spot televisivo per un prodotto di largo consumo.
Nieloud Marco	La Campagna pubblicitaria	15	Come funziona il mercato della pubblicità e come funziona un'agenzia	Elementi di base di marketing e strategia pubblicitaria. Come funziona un'agenzia. Le risorse umane in agenzia. Come la strategia – cioè la teoria - si concretizza in azioni di comunicazione. Campionario di case history, testimonianze e dialoghi attivi grazie all'intervento di creativi impegnati sul campo.

TOTALE ORE	457
------------	-----

I docenti indicati sono quelli dell'A.A. in corso, attendiamo le conferme per l'A.A. 2009/10

INCONTRI CON PROFESSIONISTI

Durante il calendario verranno proposti incontri didattici e laboratoriali con professionisti del settore

Maria Mussi Bollini	La TV per Bambini	6	PROGRAMMA DA DEFINIRE	
---------------------	-------------------	---	-----------------------	--

