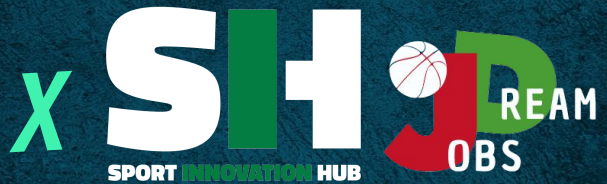


# SPORTERS

[EXTRA] ORDINARY STORIES

**COME REALIZZARE UN VIDEO**



# ***INDICE CONTENUTI***

- 1.** STORYTELLING
- 2.** PRODUZIONE E POST PRODUZIONE

# SPORTERS

[EXTRA] ORDINARY STORIES

## STORYTELLING

*Primo passo: patti chiari e amicizia lunga.*

SPORTERS

## Da dove si inizia a creare un video?

Quello che conta è far capire subito di cosa si parla e stabilire un patto con lo spettatore, e un po' come dirgli: *“ora parleremo di questo argomento, per questo motivo, ti va di starci ad ascoltare?”*

Per esempio, se vuoi raccontare la storia di uno sportivo, inizia con le presentazioni: nome, cognome, e una frase che ci faccia capire quanto è importante per lui fare ciò che fa.

Se vuoi raccontare di un progetto, di uno strumento innovativo, di un problema, vale lo stesso criterio, presentalo rispondendo alle domande: Chi è/cos'è? Cosa fa/a cosa serve? Perché lo fa/Per cosa serve?

**STORYTELLING  
STEP 1**

Ecco qui un esempio in cui presentiamo un atleta



SPORTERS

## **Inclusività prima di tutto**

Come avrai notato, ci sono dei sottotitoli che trascrivono le frasi dette.

Sono molto importanti per i non udenti, e arricchiscono il racconto:  
puoi anche usare dei font stravaganti e emoticon.

Bene, ora che sappiamo di cosa si parla, possiamo spiegare in modo  
chiaro qual è il tema del nostro video... vediamo come continua la  
nostra intervista allo snowboarder Emiliano Lauzi.

**STORYTELLING  
STEP 2**

Il tema del video



SPORTERS

## Uno di noi!

Tutti dobbiamo faticare per ottenere quello che vogliamo.  
E quando capiamo le difficoltà e i problemi degli altri, iniziamo a guardarlo con altri occhi.

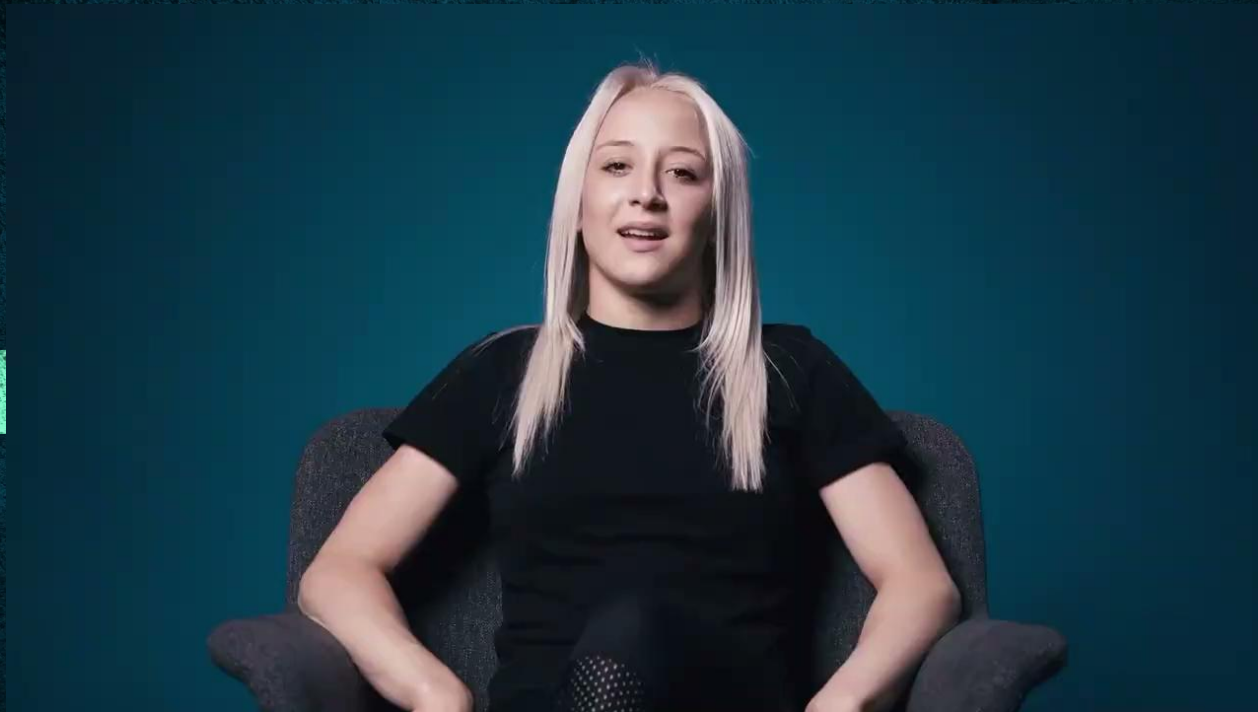
Insomma, questo è il momento buono per l'empatia: scopriamo insieme quali difficoltà e quali ostacoli ha dovuto superare il tuo/la tua protagonista o quali problemi sta risolvendo il progetto che stai analizzando.

Così potremo sentirci coinvolti nella situazione  
Guarda cosa ci ha detto la ginnasta Martina Maggio.



**STORYTELLING  
STEP 3**

Coinvolgere lo spettatore



SPORTERS

## STORYTELLING STEP 4

E ora che abbiamo capito che il tuo/la tua protagonista è una persona come noi... **rendiamolo speciale!**

Cosa ha fatto di grande, di unico, di memorabile?

Se invece parli di un progetto o di uno strumento, racconta cosa lo rende speciale.

Cosa lo rende diverso e unico?

**STORYTELLING**  
**STEP 4**

Cosa ti rende speciale?



Nella mia carriera,  
soprattutto a livello nazionale,

SPORTERS

**E oltre alle vittorie, cosa c'è di davvero bello e unico in ciò che  
stai raccontando?**

Ogni sport è magico, spesso in modo imprevedibile... entriamo insieme in  
questo mondo!

Per esempio, ascolta Michele Sarzilla che ci parla di uno sport  
faticosissimo come il triathlon.

**STORYTELLING  
STEP 5**

Oltre la vittoria...



SPORTERS

**STORYTELLING**  
**STEP 6**

Bene, hai raccontato la tua storia.... ma ora non chiuderla:  
**falla risuonare!**

Come potrebbe svilupparsi in futuro questa storia?  
**Come potrebbe diventare ancora più grande?**

**STORYTELLING**  
**STEP 6**

Uno sguardo al futuro



o meglio parlo per me, il mio sogno  
è quello di andare alle Olimpiadi:

SPORTERS

## **E ora, ripartiamo da capo: da dove si inizia un video?**

È vero, ne avevamo già parlato... ma ecco un trucco:  
quando hai finito, torna all'inizio del tuo lavoro, e aggiungi un po' di pepe  
allo storytelling... è l'emozione a tenere incollato lo spettatore.

E allora, prima delle presentazioni, prova a mettere una bella musica,  
immagini suggestive, e fai pregustare la bellezza del tuo racconto!

Basta poco per invogliare... Ricordi l'intervista al nostro snowboarder?  
Beh, in realtà iniziava così...



**STORYTELLING  
STEP 7**

...è l'emozione a tenere incollato lo spettatore



SPORTERS

## STORYTELLING STEP 8

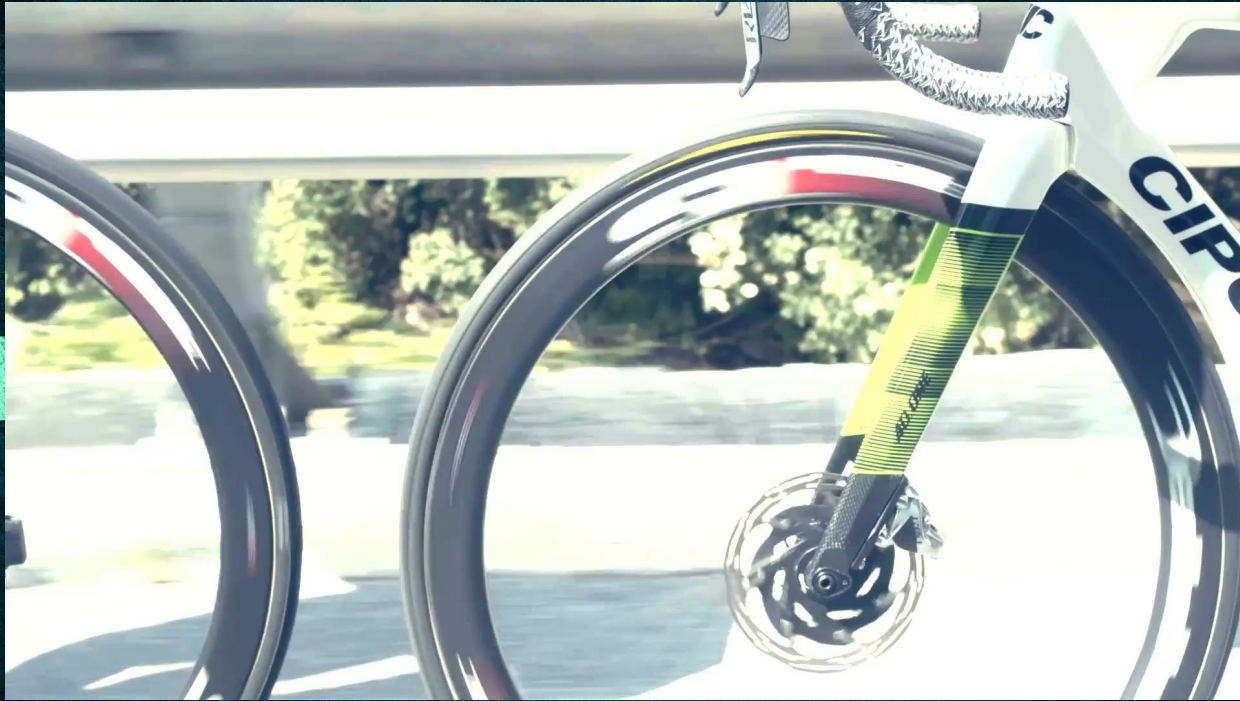
Oppure, puoi fare le cose in grande, mettendo all'inizio del video un montaggio dei momenti più belli che vedremo dopo.

### **Si chiama teaser, e funziona sempre!**

Guarda come inizia la nostra docu-serie dedicati ai futuri campioni di ciclismo

**STORYTELLING  
STEP 8**

Teaser



SPORTERS

# SPORTERS

[EXTRA] ORDINARY STORIES

**PRODUZIONE & POST-PRODUZIONE**

*dal setting all'editing*

SPORTERS

## PRODUZIONE 1. SETTING DELLA CAMERA

Prima di far partire la registrazione, vai nelle impostazioni della fotocamera e controlla alcuni parametri.

Utilizzare la **fotocamera posteriore** del telefono offre una migliore resa in termini di qualità.

La **temperatura colore** solitamente è gestita in automatico. Se il tuo smartphone lo permette, si può modificare per dare alla clip tonalità più calde o più fredde.

---

La **risoluzione**, ovvero la grandezza del video, dovrebbe essere **Full HD**. In caso contrario è da modificare. L'impostazione potrebbe anche essere indicata come: FHD, 1080p, 1920x1080. NB: 4K è 4 volte il Full HD quindi considera che occuperà molto più spazio nella memoria del tuo telefono.

---

Il **frame-rate** dovrebbe essere tra i **25 fps e i 30 fps**. I valori più alti servono a realizzare clip in slow motion (al rallentatore), impostazione che potrebbe ridurre qualità e risoluzione. È consigliabile fare una serie di prove.

---

**L'esposizione** serve ad avere la corretta quantità di luce nella ripresa e di solito viene gestita automaticamente dallo smartphone. Alcuni cellulari permettono di gestirla in manuale. In caso si volessero fare delle prove, è consigliato configurare il valore ISO al minimo, lo shutter a 1/50 o 1/60 e il diaframma al valore più basso consentito.

In caso di troppa luce, chiudi il diaframma alzando il valore.

In caso di poca luce, apri il diaframma abbassando il valore e aumenta il valore ISO.

## PRODUZIONE 2. INQUADRATURE

Ecco alcune regole, sia tecniche sia estetiche, per trovare l'inquadratura perfetta anche in base a ciò che vuoi comunicare.

**Inquadratura a mezzo busto:** per riprendersi o riprendere una persona dal torace in su, senza tagliare testa o braccia.

---

**Più o meno aria in testa,** ovvero non lasciare troppo spazio sopra la testa

---

**Sfondo neutro** oppure studiato con elementi inerenti alla ripresa,  
*(niente disordine e oggetti presenti lì per caso).*

---

**Cerca di rimanere sempre ad altezza viso.**

Le inquadrature dal basso distorcono il viso, quelle troppo dall'alto possono comunicare una debolezza del soggetto inquadrato.

---

**Evita elementi di distrazione** sullo sfondo o vicino al soggetto inquadrato. Sistema il posto in modo che l'inquadratura sia più ordinata.

---

Il **posizionamento per il soggetto** è fondamentale, mantienilo almeno fino alla fine della clip, a meno che non ci sia un motivo preciso per cambiarlo.

---

**L'inquadratura deve essere focalizzata sull'elemento cardine del video:** che sia un persona o un oggetto, il soggetto e l'inquadratura dovrebbe essere focalizzata su di esso.

## PRODUZIONE

# 3. ILLUMINAZIONE

L'illuminazione della scena è molto importante e determina la differenza tra una ripresa amatoriale e una da professionista. In genere è bene girare in luoghi luminosi e utilizzare luce naturale ma in alcuni casi non è possibile farlo.

**Riprese in esterno:** evita le ore in cui il sole è alto, in genere dalle 10-11 del mattino alle 16-17. La **luce troppo forte** e la posizione perpendicolare del sole, creerebbero ombre anti-estetiche.

---

**Evita di girare in controluce:** una luce forte rivolta direttamente verso la fotocamera o dietro al soggetto metterebbero in ombra il video (*anche una finestra è una fonte di luce forte*).

---

Le finestre possono essere usate per **avere la luce a favore** (frontale o laterale).

**Evita le luci provenienti dal basso** verso l'alto. Generano un effetto inquietante.

---

Una luce apposita, che potrebbe essere un **faretto LED o una ring light, può fare la differenza.** Posizionata leggermente più alta rispetto al soggetto e rivolta a 45 gradi sfasata lateralmente. La luce artificiale non deve essere troppo vicina o troppo intensa.

## PRODUZIONE 4. STABILIZZAZIONE

**La stabilità dell'inquadratura** è un dettaglio che fa la differenza. Evita di fare inquadrature traballanti e piene di vibrazioni involontarie che facciano venire il mal di mare agli spettatori.

Se giri a mano, tieni il telefono abbastanza fermo, altrimenti puoi munirti di un **treppiede o di supporti appositi** per mantenere lo smartphone fisso. Girando per tante ore, la fatica farà perdere stabilità e un supporto potrebbe essere fondamentale per la riuscita del video.

La posizione del supporto deve essere all'altezza del viso e il telefono in posizione orizzontale.

Sui video verticali c'è ancora del contrasto che coinvolge molto gli esperti. Tendenzialmente, **un video dovrebbe essere orizzontale**, a meno non ci sia un motivo valido per farlo verticale (alcuni social per esempio prediligono video verticali).

NB: un video orizzontale può essere croppato e trasformato in verticale (con una leggera perdita di qualità) ma è impossibile trasformare un video verticale in orizzontale poichè l'inquadratura diventerebbe troppo ravvicinata o dovresti utilizzare delle vistose barre nere ai lati.



La **qualità dell'audio** è tanto importante quanto quella del video. Prediligi un luogo silenzioso o almeno privo di rumori di fondo troppo invadenti per registrare il video.

In esterno, **fa attenzione ai rumori e alla presenza di vento** che potrebbe coprire il parlato e renderlo inascoltabile. Se sei lontano dal cellulare, usa un tono di voce più alto.

**Un microfono dedicato** potrebbe essere la soluzione migliore in caso di video in cui l'audio è fondamentale.

Professionalmente si utilizza sempre un microfono dedicato in quanto i microfoni integrati negli smartphone sono di scarsa qualità. Un'alternativa valida è rappresentata da auricolari con microfono integrato. I **microfoni lavalier** (a bavero) sono dei piccoli microfoni a pulce che vengono attaccati alla maglia dell'interlocutore e che migliorano notevolmente la qualità dell'audio.

## PRODUZIONE 6. SHOOTING

I **video troppo lunghi** non sono consigliati a meno che non sia un format pensato così. Sul web la soglia di attenzione è sempre più breve, l'obiettivo è catturare l'attenzione già dai primi frame e non far durare il video più di qualche minuto.

---

Aspettare qualche secondo prima di iniziare a parlare e qualche secondo prima di stoppare la registrazione consentirà di **evitare di "mangiare" l'inizio o la fine** del discorso.

---

La **compensazione dell'esposizione**, ormai, si può effettuare con un semplice swipe. Questa tecnica permette di rendere più o meno luminosa l'immagine.

---

**È sconsigliato utilizzare lo zoom del cellulare**, a meno che non sia uno zoom ottico. Lo zoom standard degli smartphone è digitale, ciò implica perdita di qualità. Se devi fare una ripresa ravvicinata, avvicinati al soggetto o utilizza la fotocamera tele.

---

La **messa a fuoco** è fondamentale: assicurati sempre che il soggetto sia a fuoco e ben nitido. Un soggetto completamente sfocato infastidisce lo spettatore. Se il soggetto è fermo, è consigliabile bloccare il fuoco su di lui, questo si può fare su alcuni telefoni tenendo premuto per qualche secondo sul soggetto inquadrato.

Ed eccoci arrivati all'editing, effettuabile su molte app direttamente su smartphone, tra cui:

- **Quik di GoPro**, scaricabile ed utilizzabile gratuitamente;
- **Kinemaster**, app veramente completa per il montaggio video mobile;
- **Magisto**, veloce e interessante se devi produrre video in grande quantità;
- **iMovie di Apple**, disponibile anche per mobile ma solo per iOS;
- **Splice**, semplice ma dal design elegante, disponibile solo per iOS;

Alcune di queste app **permettono di unire tutte le clip registrate, tagliare i video dov'è preferibile e se inserire musiche o grafiche**. Molto spesso, questi tool hanno già musiche e template grafici gratuitamente utilizzabili al loro interno, con la possibilità di condividere il risultato direttamente sui social.

Tuttavia, laddove ci fosse la possibilità, si consiglia l'utilizzo di un software per editing semi-pro come **FILMORA**, a pagamento, ma con diversi strumenti per la gestione completa di un progetto audio/video

# SPORTERS

[EXTRA] ORDINARY STORIES

---

**Simone Bellino**

Country Manager  
*simone.bellino@sporters.it*

---

**Vanessa Pinto**

PMO  
*vanessa.pinto@sporters.it*

---

**Sofia D'Amelio**

Project Manager  
*sofia.damelio@sporters.it*

*con la collaborazione di*

---

**Simone Giorgi**

Autore

---

**Antonio Palmieri**

Produttore

**THANK YOU**