

LEZIONE 1

Introduzione al video

Storia, filosofia, applicazioni e spunti di riflessione

L'inizio della rete come connessione di singoli elementi si può far cominciare con l'elettrificazione operata a partire dalle scoperte di Edison, nel 1882 a New York, è stata questa innovazione a permettere l'introduzione dei media nelle case.

Dopo questa rivoluzione "elettrica" qualche anno fa abbiamo assistito a una **digitalizzazione** del mondo.

Per digitalizzazione s'intende quando tutti i tipi di messaggio vengono codificati in una stringa composta di 0 e di 1 cioè i **bit**, e possono così circolare su un'unica rete telematica.

1 byte equivale a 8 bit, cioè la codifica di un carattere alfabetico.

Poi si prosegue di 1000 in 1000.

1000 byte= 1 kilobyte (Kb)

1000 Kb= 1 Megabyte (Mb)

1000 Mb= 1 Gigabyte (Gb)

Un video cambia a seconda del tipo di compressione con cui viene salvato. Cioè a seconda dello **standard** con cui si salvano i dati per il loro grado di approssimazione, e di successiva lettura.

Lo standard è un insieme di convenzioni che sono stabilite per comodità, e per convenzione e sono **condivise**, affinché cioè tecnologie diverse, diversi computer, diversi sistemi operativi possano vedere, decodificare, e lavorare quello stesso file.

I file devono essere quindi **compatibili** e **interoperabili**.

Un file è un oggetto codificato da una, e una sola, sequenza, di bit.

I file video possono avere quindi diversi formati, e diverse estensioni. Le estensioni sono le 3 o 4 letterine finali che compaiono dopo il punto, esempio: .doc, .mp4, .avi, .m2ts, .mov, .pdf, ecc.

Il formato di un video dipende dall'apparecchio con cui si è catturata l'immagine, dal tipo di supporto, dal modo in cui la clip viene riversata sul pc, cioè trasportata attraverso cavi fisici, e codificata attraverso il programma di montaggio.

L'HD, l'alta qualità, con cui registrano le moderne videocamera generalmente produce file in m2ts, che risultano spesso illeggibili dai programmi di montaggio non aggiornati con la tecnologia HD.

Ultimamente lo standard condiviso è l'mp4, (con **codec** h264) che viene usato per la videotelefonata, per la tv digitale, per le riprese con la videocamera a card, e per l'immissione di video sul web.

Cos'è un codec?

Codec (**codificatore/decodificatore**) è quel componente che mi permette di codificare un segnale **analogico** affinché venga salvato su un supporto di **memorizzazione**, o richiamato dalla memoria per essere **letto** o per essere inviato su un **canale** di comunicazione, che sia una mail, cioè una trasmissione di dati, o un canale di visualizzazione: youtube, vimeo, ecc.

Il video nasce con la televisione. Non con il cinema. Da qui nasce la sua peculiarità.

I primi tentativi di teletrasmissione ci sono dalla fine del 1800, ma è fra il 1920 e il 1930 che si hanno le prime trasmissioni di immagini, che derivano dagli esperimenti che Belin fece nel 1907 scomponendo l'immagine da trasmettere, in righe.

Nel 1947 la Tv arriva nelle case statunitensi. Nel 1949 approda in Europa. Nel 1969 c'è la prima tv a colori in USA, per averla in Italia dobbiamo aspettare il 1975. Nel 1956 compare il primo nastro per la videoregistrazione.

A partire dal secondo dopoguerra quindi si hanno le prime trasmissioni televisive.

Inizialmente gli spettacoli televisivi si basano su un'impostazione teatrale, la camera è fissa e statica. I personaggi sono in proscenio attaccati al microfono, lo studio è creato come un enorme teatro. Il soggetto è spesso lontano dall'obiettivo della telecamera che non fa grandi movimenti. Da qui poi la visione si slaccia dalla staticità, la regia investe sul senso delle inquadrature. Nei festival di Sanremo degli anni 90 la telecamera entra addirittura nelle bocche dei cantanti. Ora si privilegia il senso di artificio, di meraviglioso, di dinamismo. Pensiamo ai movimenti vertiginosi usati negli studi moderni, lo show di Fiorello del 14 novembre, ad esempio.

In ognuno di questi esempi però il video è usato sempre e soltanto come modo di mostrare a distanza, è questa l'unica prerogativa che si valorizza e si usa nella televisione. L'uso sperimentale del medium video non viene quasi mai usato.

Tuttavia ci sono degli episodi di sperimentazione.

Negli anni 80 in Gran Bretagna viene creato Channel 4. E' una sperimentazione regolamentata dallo stato, parte degli introiti pubblicitari del canale dovevano essere devoluti alla sperimentazione. Vengono chiamati il regista Peter Greenaway e l'architetto Tom Phillips che creano "La divina commedia", un tipo di narrazione che sfrutta la stratificazione dell'immagine, prerogativa esclusiva del video.

Anche in Italia accade una cosa simile negli anni 80, ma è un'innovazione marginale che poi scompare schiacciata dall'uso televisivo del mezzo. Si capisce l'importanza della tv come emissione autorevole e tutto è andato in questo senso. Coi risultati che conosciamo...

Ma perché si dà questa importanza alla televisione? Qual'è la differenza fra cinema e video? Cos'è la tv? Come funziona?

Il cinema nasce dalla fotografia, è il risultato del movimento della rapida successione di 24 fotogrammi al secondo. (NB **IL VIDEO PASSA 25 FOTOGRAMMI AL SECONDO!!**)

Il cinema **assorbe la luce**. Ha bisogno di una sala in cui la fruizione è **collettiva, rituale**, e avviene esclusivamente nel **buio**. E' il buio che conferisce autorevolezza. Il cinema inoltre si basa su una sceneggiatura e quindi ha bisogno di un **testo**.

E la tv?

La tv è dinamica.

E' un flusso di luce che un pennello spara, a righe alterne, su dei fosfeni disposti sullo schermo che si accendono al suo passaggio. Il video quindi è un flusso plasmabile di impulsi elettrici, i pixel nel digitale. Non ha supporto fisso, non esiste materialmente. L'immagine elettronica o digitale **non esiste**. Non si può toccare. E' un flusso interamente modificabile, nell'istante stesso in cui si crea, è puro dinamismo, è colore.

La regia di una trasmissione televisiva avviene **in diretta** tramite un mixer video. Il regista passa la linea alle varie **telecamere**. Telecamere, cioè che mandano l'immagine a distanza. Diverse sono le **videocamere**, cioè quelle che useremo noi.

Quando noi montiamo un video forziamo le categorie strettamente consequenziali dello spazio e del tempo. Le spezziamo, le dividiamo. Lo stesso istante lo possiamo mostrare da due punti di vista simultaneamente. E' importante quindi scegliere il punto di vista quando inquadrano. Intervenendo sul tempo io posso creare apparente contemporaneità fra 2 cose avvenute in 2 momenti diversi, questo si chiama "Effetto Kulešov" dal nome di colui che per primo l'ha sperimentato. Oppure posso rallentare un'inquadratura forzando lo sguardo dello spettatore, in questo modo decido io cosa mostrargli, e su cosa dovrà soffermare la sua attenzione. Lo spettatore vede **con i miei occhi**.

Anche lo spazio è manipolabile. Quello contratto nella superficie dell'immagine può essere dilatato per l'osservazione come se fosse sottoposto a una sorta di ralenti spaziale.

Questi stratagemmi possono essere adoperati per far vedere meglio o anche **per far vedere il vedere**, ponendo quindi la focalizzazione dello spettatore sull'emissario della voce. Si pensi al cinema di Antonioni, ad esempio.

A questo punto è opportuno sottolineare l'importanza della scelta del prodotto che vogliamo fare. Perché è dal tipo di video, dal target di destinazione, che dipenderanno le scelte stilistiche e quindi il prodotto finale che ne conseguirà.

Nessun video giornalistico è puramente imparziale. Tutti gli aspetti di un video sono manipolabili. Attraverso la musica, il suono, le immagini di copertina dei tagli (in gergo "fegatelli") si veicola un punto di vista e quindi un messaggio. Scegliere che tipo di emittente si decide di essere è importante per capire il rapporto che io chiedo allo spettatore e di conseguenza la fiducia che potrà riporre in me.

Quanto più io sono di parte tanto più sarà definita, e quindi ristretta, la fascia di pubblico a cui potrò rivolgermi, nel caso in cui io cerchi di vendere un prodotto a un canale con un ampio pubblico già precostituito; o tanto più si andrà assottigliando nel tempo nel caso in cui io disponga già di un canale attraverso cui posso far vedere le mie cose.

Prendendo come esempio il film "Draquila" di Sabina Guzzanti si possono riscontrare delle scelte precise che vanno verso una parzialità manifesta, che a mio parere rende meno efficace il prodotto stesso, e il messaggio.

Sabina Guzzanti manifesta espressamente dei giudizi in molte scelte stilistiche:

- nel modo di porre la domanda alle persone intervistate
- nelle brevissime clip che spezzano il film (tipo quelle delle lene)
- nel commento di voce over (cioè sopra le immagini)

Quando, come in questo caso, si fornisce già un giudizio, lo spettatore non giudica più ciò che gli viene mostrato ma giudica il mio giudizio, e si rischia quindi di compromettere l'esito del documentario o del lavoro presentato. Ritagliandosi uno spazio di giudizio dentro l'opera aumenta la distanza fra ciò che si mostra e lo spettatore.

Il trucco è mostrarsi più imparziali possibile, operando scelte stilistiche quasi impercettibili, nascoste, sobrie, poco evidenti. In questo modo "subdolo" riusciamo a veicolare un messaggio chiaro, efficace, e ad ottenere un maggiore coinvolgimento su una fascia di pubblico più ampia. Facendo video per web poi va considerato un altro importante fattore: sul web c'è una sovrabbondanza di fonti d'informazione per cui diventa essenziale ritagliarsi una propria

autorevolezza.

La tv nasce dalla radio.

La tv nasce come trasmissione simultanea di impulsi sonori e visivi, diversamente dal cinema che nasce muto. L'audio e il video è quindi inscindibile, fare a meno dell'uno o dell'altro è specchio di una scelta precisa.

La voce acusmatica, cioè su fondo nero, si usa ad esempio per dare vigore alle parole, per far forza su quella potenza evocativa e sulla capacità d'immaginazione dello spettatore che nessuna immagine potrebbe rendere in maniera altrettanto incisiva.

Considerazione diversa va fatta per il video senza audio.

La tv è un flusso audio prima ancora di essere un flusso di immagini. Viene fruita nella distrazione casalinga, ciò che gli autori televisivi e del palinsesto considerano importante è che sia assicurato un ininterrotto flusso audio, che naturalmente cambia a seconda del palinsesto orario studiato su precisi target di riferimento. Da qui l'importanza della tv legata indissolubilmente al potere e all'economia.

Uno dei più famosi e riusciti spot televisivi fu quello della pasta Agnesi degli anni 80 90: "Silenzio parla Agnesi". In quel momento di silenzio inconsciamente lo spettatore captava un insolito silenzio, e si voltava verso la tv e allora veniva visualizzato il marchio e il famosissimo slogan. Questa trovata geniale è stata poi molto riutilizzata anche nei prossimamente di molte trasmissioni televisive che magari non usufruivano del silenzio ma del bip di sintonizzazione, o cose simili.

I video che vanno sul web, spesso vengono fruiti nella distrazione, nella fretta, mentre si sta facendo altro. La loro potenza sta nella brevità. 4 minuti è la durata ideale per un'intervista, per i video di sole immagini si può scendere a 2. E' opportuno movimentarle molto, per garantirsi un'attenzione costante. Su questi aspetti tornerò approfonditamente durante il corso.

La tv emette luce.

Quindi invade lo spazio del fruitore, gli "tattua" la luce addosso, dice McLuhan. Davanti al televisore si crea una specie di proscenio azzurrino che è quasi la soglia di transizione fra il pubblico e il privato, confini sempre più labili e posizioni sempre più interscambiabili con l'avvento del digitale, del web, e dei social network.

La tv ci fa abitare gli stessi spazi della cronaca. Condividiamo il tempo di ciò che vediamo dei personaggi televisivi. L'altrove, oltre il confine dello spazio rappresentato che veniva evocato dal cinema, dal teatro, o dalla pittura non ha più senso.

Nel video il fuoricampo non esiste più perché il dispositivo è fluido e la dislocazione del fuoricampo è troppo vicina al luogo dell'emissione, e non solo. Con le nuove possibilità di interazione del web sono io che decido cosa guardare, lo chiedo. Sia che stia guardando la street view su Google map, sia che chiedo alla persona con cui sto parlando in videochat di spostare la web cam per inquadrare altre porzioni di spazio.

Tutto avviene nel presente. Lo spazio televisivo, video, o web è **ubiquo**. L'occhio arriva ovunque.

A questo punto diventa sempre più importante decidere il **come** far vedere/raccontare più ancora del cosa, reperibile in una quantità enorme di video amatoriali sui portali più disparati. McLuhan ne "Gli strumenti del comunicare" del 1964 ci fornisce una serie di spunti ancora

attuali:

"Gli effetti della tecnologia non si verificano infatti al livello delle opinioni e dei concetti ma alterano costantemente e senza incontrare resistenza le reazioni sensoriali o le forme di percezione. Soltanto l'artista può essere in grado di fronteggiare impunemente la tecnologia, questo perché la sua esperienza lo rende in qualche modo consapevole dei mutamenti che intervengono nella percezione sensoriale."

Da qui il dibattito infinito su come i media, la cronaca, abbiano cambiato noi, la nostra percezione, e la nostra società. Il linguaggio diventa importante per mantenere il rispetto, e il "decoro". Si pensi all'episodio di "Chi l'ha visto" su Sarah Scazzi...

Sempre da McLuhan:

"La partecipazione, accompagnata alle nostre tecnologie istantanee trasforma le persone socialmente più avanzate in conservatori"

"Tutti i media sono metafore attive in quanto hanno il potere di tradurre l'esperienza in forme nuove"

Da qui si capisce quanto non debba essere trascurata la possibilità di manipolazione dell'immagine.

Il punto di vista del dispositivo, della telecamera/videocamera è posto in un certo punto per **dominare lo spazio** o per **accoglierlo**, per mettere il soggetto in una luce piuttosto che in un'altra.

Bill Viola, un videoartista, dice che la telecamera nelle sue videoinstallazioni è come un occhio della mente, può essere assimilato a quel *"misterioso e distaccato punto di vista attraverso cui noi rivediamo i sogni e i ricordi"*.

Nei video la scelta del punto di vista è importante perché con quella io decido:

- la chiarezza del contenuto del video
- il giudizio su ciò che si vede o su chi parla
- l'immediatezza o la pessima comprensione di quello che viene detto

Anche se un video non è parlato ma solo visivo c'è comunque un giudizio estetico che può generare armonia, riflessioni, scontro, disaccordo, e provocare più o meno quella che Aristotele definisce "catarsi".

Alcuni spunti di riflessione:

- Lo spazio nel video è migrante, non ha una dimora fissa. L'immagine è trasposta, mobile, immateriale e si adatta al supporto di emissione.
- Le installazioni sono spazi di altra percezione e di dialogo con lo spazio e nello spazio.
- Il video è lo spazio dove le immagini esistono già e germinano una sull'altra
- Il video è evocazione di assenza nel presente, t'illudi della sua presenza al punto da credere che sia quasi interattivo e tutto volge a farti pensare questo.

I video per il web devono avvicinarsi più possibile allo spettatore, sono repentini, brevi, vivaci. Creando il video per il web, costantemente, per ogni manciata di secondi della timeline io mi pongo il problema dell'**attenzione** dello spettatore.

Ritorna a questo punto l'importanza della **destinazione** del video e del **target** che si presuppone. Non si dovrebbe mai dare niente per scontato, il web, come si è detto, viene fruito

sempre di più nella distrazione.

E' importante l'atmosfera che si conferisce al video, l'idea, l'emozione.

La tv è destinata a una fascia di pubblico medio-bassa, anche se agli esordi della sua storia non era così. La stessa cosa è successa anche ai video destinati al web. Se all'inizio su youtube si potevano trovare rarità di autore ora per lo più si trovano spezzoni di spettacoli televisivi, di telefilm, momenti di ridondanza della tv del giorno prima. La tv e i video su web spesso sono usati per permettere di entrare nei luoghi preclusi al pubblico o di cogliere attimi che ci siamo persi.

Memoria e web

Alcune considerazioni di Baudrillard sulla memoria della rete.

"Tutto si esaurisce nell'immediata circolazione su rete. La memoria è in via di estinzione, presenta una specie di buco incolmabile, a cui verrebbero sostituite le memorie artificiali, dei computer. Siamo invasi dalla memoria, dalla commemorazione, dalla rievocazione. La commemorazione tende a rappresentare la scomparsa della memoria. La memoria reale, viva, non esiste più"

"Le nuove tecnologie ostacolano la memoria tradizionale in quanto accorciano i tempi di registrazione dei fatti. I fatti vengono registrati da qualche parte e poi non si condividono più. Tutto è immagazzinato non ha uno scopo preciso. L'impressione è che venga riposto per non produrre più."

Fonti in ordine di citazione

- Peppino Ortoleva, "Mass media, Dalla radio alla rete", Giunti.
- wikipedia, definizione di: standard, mp4, codec.
- Sandra Lischi, corso di "Istituzioni di storia della radio della tv e delle arti elettroniche", Università di Pisa, 2002 2003.
- In Nuovo Spettatore n° 15 del 15/5/1993, "Dispositivi" di A.M. Duget, pagg 187 - 210.
- In Illuminating Video, An essential guide to Video Art, "Video Installation Art, The Body, the Image, and the Space-in-between", di Margaret Morse.
- Lorenzo Cuccu, corso di "Analisi del film", Università di Pisa, 2003 2004.
- Lorenzo Cuccu, "Introduzione al linguaggio cinematografico".
- Aristotele, "La poetica", Laterza, traduzione di G. Paduano.
- Bill Viola, "Passaggi e Miraggi", 1987.
- Alessandra Ghimenti, "Odissea nello spazio, Concezioni di spazio nelle videoinstallazioni", Università di Pisa, 2006, tesina del seminario "Computergrafica simulazione e interattività", Dott.ssa Cargioli.
- Simonetta Cargioli, "Sensi che vedono", Nistri Lischi.
- Enrico Menduni, "La televisione", Il Mulino.
- Dialogo con Jean Baudrillard, "Oltre il principio della memoria sociale", in "Memoria quotidiana, Comunità e comunicazione nell'era delle reti, Dialoghi" di Federico Casalegno, Le Vespe.