



TRACCE SUGGERITE RASSEGNA

“Vivere da sportivi: a scuola di fair play con gli Ospedali Pediatrici Italiani”

Regolamento Rassegna

edizione 2018

1 luglio 2018

1- Finalità e tema:

Nell’ambito del progetto Vivere da Sportivi, abbiamo il piacere di segnalarvi la RASSEGNA nazionale “**VIVERE DA SPORTIVI: A SCUOLA DI FAIR PLAY CON GLI OSPEDALI PEDIATRICI**” dedicata ai giovani **degenti, genitori e personale specializzato degli ospedali pediatrici** del nostro territorio nazionale, per l’ideazione e la produzione di elaborati multimediali, video originali e spot, ad uso televisivo e per la diffusione via internet.

Principali obiettivi della campagna Vivere da Sportivi in questi anni:

- restituire centralità alla funzione sociale ed educativa dello sport per stimolare nei giovani quei valori etici indispensabili alla crescita individuale e collettiva educandoli ad una cittadinanza attiva.
- soffermare l’attenzione dei giovani e conseguentemente delle famiglie e dunque dell’opinione pubblica sui reali valori dello sport per viverlo, sia da spettatori che da protagonisti, con senso di responsabilità e divertimento, sano agonismo e rispetto degli avversari, con quello spirito di lealtà che dovrebbe accompagnarci sempre anche nella vita.
- favorire l’inclusione sociale della popolazione straniera attraverso lo sport e a contrastare le forme di intolleranza e discriminazione razziale.

In quest’ottica uno dei temi salienti che la campagna vuole sottolineare è proprio lo sport come momento **ludico**, come strumento di **affrancamento da situazioni di criticità e di disagio fisico e psico-emotivo**, come strumento di aggregazione e di inclusione dei diversamente abili, come desiderio di lottare per il raggiungimento di un obiettivo e come mezzo di condivisione e solidarietà, soprattutto nei momenti di sofferenza e quindi come messaggio positivo di speranza.

2- Destinatari

Degenti, genitori e personale delle strutture ospedaliere degli Ospedali Pediatrici italiani.

3- Gruppi di lavoro

Il video richiesto per partecipare alla Rassegna prevede, per tutte le sezioni, la partecipazione di singoli o gruppi costituiti da massimo 10 persone che gravitano nell’ambito dell’ospedale Pediatrico (degenti, genitori, amici, personale medico e paramedico, assistenti, psicologi ecc...) coordinati da uno o più responsabili di un progetto o di un reparto.

Tutti i video partecipanti saranno presentati nell'ambito della manifestazione **SPORTMOVIES 2018 - Festival Internazionale della Cinematografia Sportiva XXXVI edizione** che si svolgerà a **Milano il 16 novembre 2018**. **Alla Manifestazione saranno inviati a partecipare i referenti, gli autori e i protagonisti dei video per valorizzare il grande lavoro che tutti gli Ospedali Pediatrici e il loro Staff svolgono ogni giorno con passione.**

Il comitato promotore e l'omonima Associazione "Vivere da sportivi: a scuola di fair-play" rivolge quindi l'appello ai Responsabili degli Ospedali Pediatrici per promuovere e supportare la partecipazione della propria struttura alla Rassegna "Vivere da Sportivi: a scuola di fair play con gli Ospedali Pediatrici Italiani".

4- Tipologia elaborati multimediali ammessi

- DOCUMENTARIO / INCHIESTA TELEVISIVA
- FICTION / DOCUFICTION
- SPOT
- BACKSTAGE DEGLI SPOT

N.B. CARATTERISTICHE TECNICHE DEGLI ELABORATI:

1. **Durata dei video:** Da 2 a Massimo 5 minuti (esclusi titoli e sigle)
2. **Durata degli Spot:** Da un minimo di 15 ad un massimo di 60 secondi (esclusi titoli e sigle)
3. **Durata del backstage:** Massimo 3 minuti (inclusi i titoli)

N.B. MUSICHE UTILIZZATE:

Al fine del libero utilizzo sul web degli elaborati multimediali presentati la Struttura partecipante dovrà inserire esclusivamente musiche libere da ogni diritto di autore. Di conseguenza i brani musicali utilizzati potranno essere:

- musiche originali create dai partecipanti o da loro amici e/o parenti;
- musiche prive di diritti di autore prese da internet negli appositi siti online;
- musiche con diritti di autore prese da internet negli appositi siti online delle quali l'Istituto abbia comprato i diritti di uso.

per vedere specifiche e consigli sui format clicca qui <http://www.viveredasportivi.it/video-concorso/>, scrolla e vai su **Scegliere l'argomento** oppure **Dall'idea alla Post-Produzione**

5- Argomenti & Tracce suggeriti

A SCUOLA DI FAIR PLAY
LO SPORT NEI MOMENTI DIFFICILI

1. l'importanza ludica e sociale dello sport come strumento di aggregazione e inclusione nei momenti di criticità e di disagio fisico e psico-emotivo;
2. sport e disabilità, un diritto acquisito;
3. il gioco alla base di tutti gli sport;
4. lo sport nell'infanzia;
5. lo sport nella malattia;

LO SPORT NELLA CULTURA

6. l'importante non è vincere ma partecipare, la cosa essenziale non è la vittoria ma la certezza di essersi battuti bene (Pierre de Coubertin):
7. incontri ed esperienze vissute con sportivi e/o con figure professionali che lavorano con/per l'ambiente sportivo;
8. i grandi sportivi nell'agonismo e nella vita;
9. lo sport nella nostra cultura (vita, storia, miti e leggende, tradizioni, usi e costumi, inerenti l'"universo sportivo"):
10. lo sport come valorizzazione delle diversità e delle unicità

RISPETTO E LEALTA'

11. lo sport nella vittoria e nella sconfitta;
12. il rispetto per l'avversario;
13. sport e tifoseria, i pro ed i contro di un fenomeno di massa;
14. lo sport contro la discriminazione etnica, sociale, religiosa, di genere
15. l'ombra delle scommesse e la corruzione nello sport;
16. sport e doping,
17. lealtà con sé stessi e verso con gli altri, siano essi compagni di squadra o avversari.

LO SPORT PER CRESCERE E ESSERE SANI

18. lo sport come strumento di trasmissione dei corretti stili di vita;
19. movimento + sana alimentazione = prevenzione;
20. lo sport come opportunità per migliorare sé stessi ed il rapporto con gli altri;
21. attività fisica: il miglior investimento per il tuo futuro.

6- Modalità di partecipazione ed invio

Per partecipare alla RASSEGNA inviare il video accompagnato dalla Scheda di iscrizione della proprio struttura a mezzo Wetransfer all'indirizzo mail: segreteria@viveredasportivi.eu

Scadenza per la presentazione dei lavori: 30 ottobre 2018

Invio degli elaborati multimediali:

Nell'ottica di uniformarsi alla legge sulla "Dematerializzazione dei documenti cartacei" ed in linea con una filosofia di eco-sostenibilità e rispetto per l'ambiente, gli elaborati multimediali e la documentazione dovranno essere inviati a mezzo Wetransfer all'indirizzo mail: segreteria@viveredasportivi.eu entro il **30 ottobre 2018**.

Per info sulle modalità di invio a mezzo Wetransfer seguire il link: www.wetransfer.com

7- Visibilità dei lavori pervenuti

Suggeriamo di inviare gli elaborati nella loro massima risoluzione al fine di valorizzare la qualità multimediale e consentirne l'utilizzo per campagne di sensibilizzazione socio/istituzionali di varia natura.

Tutti i partecipanti devono attenersi alla normativa europea in materia di copyright: gli elaborati non devono contenere affermazioni, fatti, informazioni o citazioni che possano nuocere o danneggiare persone o gruppi di persone ne altresì incoraggino il crimine o l'infrazione della legge.

8- La Rassegna

Tutti i video partecipanti saranno presentati nell'ambito della manifestazione **SPORTMOVIES 2018 - Festival Internazionale della Cinematografia Sportiva XXXVI edizione** che si svolgerà a **Milano il 16 novembre 2018**. **Alla Manifestazione saranno inviati a partecipare i referenti, gli autori e i protagonisti dei video** .

(<http://www.sportmoviestv.com/2018/02/05/sport-movies-tv-2018-cinema-sport-cultura-milano-dal-14-al-19-novembre/>).

9- Cessione dei diritti

Informativa ai sensi del GDPR .in vigore dal 25 Maggio 2018 : la raccolta ed il trattamento dei dati sono effettuati limitatamente ai fini connessi alla gestione operativa e amministrativa del servizio. I dati sono trattati con strumenti informatici e telematici e non saranno comunicati a terzi. Il titolare del trattamento è Vivere da sportivi: a scuola di Fair-Play.

Ai sensi del R.D. numero 633/1941 l'Associazione "Vivere da sportivi a scuola di Fair-play" detiene il diritto esclusivo di primo utilizzo e riproduzione non commerciale degli elaborati prodotti.

A conclusione della Rassegna gli elaborati potranno essere utilizzati successivamente per campagne informative e di sensibilizzazione realizzate dall'Associazione Vivere da sportivi e dai suoi partner istituzionali per finalità didattiche e formative volte alla promozione ed alla diffusione dell'educazione alla legalità ed al rispetto, senza alcun compenso per gli autori, escludendo qualsiasi utilizzo per fini commerciali.

Gli elaborati non verranno restituiti e resteranno di proprietà dell'Associazione "Vivere da sportivi a scuola di Fair-Play".

L'Associazione "Vivere da sportivi: a scuola di Fair-Play" ed i suoi partner istituzionali, potranno altresì utilizzare i suddetti elaborati anche nell'ambito di manifestazioni nazionali ed internazionali di elevato valore culturale ed in occasione di importanti eventi sportivi e per campagne informative e di sensibilizzazione.

Gli Autori degli elaborati inviati, cedono all'Associazione "Vivere da sportivi: a scuola di Fair-Play" il diritto di diffonderli e/o pubblicarli.

10- Clausola di accettazione

Caratteristiche tecniche degli elaborati multimediali:

Formati video ammessi:

Qualsiasi File video in formato digitale.

Gli elaborati inviati non saranno restituiti. Si consiglia di duplicare i lavori originali prima di effettuare la spedizione.

Durata dei video: da 2 minuti a massimo 5 minuti (esclusi titoli e sigle)

Durata dello spot: da 15 secondi ad un massimo di 45 secondi (esclusi titoli e sigle).

Durata del backstage (Solo per gli Spot): massimo 3 minuti (inclusi titoli).

Criteria di non ammissibilità alla Rassegna

- L'impiego di materiale di repertorio dovrà essere limitato al minimo indispensabile e non dovrà comunque superare il 20% dell'intero prodotto video montato.
- La non osservanza di quanto riportato all'art. 4 (N.B: Musiche utilizzate)
- File che non abbiano caratteristiche video (ad esempio power-point).

Questi requisiti sono ritenuti **fondamentali**: la loro mancata osservanza può implicare, ad insindacabile giudizio della Commissione selezionatrice, la non ammissibilità alla Rassegna.

Si suggerisce inoltre che l'impiego di apparecchiature, tecnici, strutture professionali non risulti preponderante rispetto all'operato dei giovani autori.

11- Trattamento dei dati

L'Associazione Vivere da Sportivi ai sensi del GDPR .in vigore dal 25 Maggio 2018 conferma che la raccolta ed il trattamento dei dati sono effettuati limitatamente ai fini connessi alla gestione operativa e amministrativa della Rassegna. I dati sono trattati con strumenti informatici e telematici e non saranno comunicati a terzi. Il titolare del trattamento è Vivere da sportivi: a scuola di Fair-Play.

L’**Ospedale Pediatrico** con l’invio dell’elaborato multimediale, garantisce che lo stesso è prodotto originale e libera l’Associazione, l’organizzazione della Rassegna ed i partner istituzionali da ogni responsabilità nei confronti di eventuali terzi che, a qualsiasi titolo, avessero ad eccepire in ordine alle utilizzazioni previste dal Regolamento pubblicato sul sito.

Nel caso di utilizzazione di musiche non originali dovrà essere compilata una scheda che indichi autori e fonti delle basi musicali utilizzate.

12- Documentazione ed allegati

- SCHEDA DI ISCRIZIONE** alla RASSEGNA compilata in ogni sua parte :
- FOTOGRAFIA** del gruppo di lavoro.
- Eventuale **STORYBOARD** dell’elaborato multimediale
- ELABORATO MULTIMEDIALE** (Spot-Video)
- BACKSTAGE** (Solo per gli Spot)

13- Contatti

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA E RELAZIONI ISTITUZIONALI:

t. 06 88 14 842

m. +39 331 99 45 279

f. +39 06 88 18 936

rel.istituzionali@viveredasportivi.eu

COMUNICAZIONE:

t. 06 88 14 842

m. +39 331 99 45 279

f. +39 06 88 18 936



Vivere da Sportivi

14-SPECIFICHE TECNICHE:

Note sui format

DOCUMENTARIO / INCHIESTA TELEVISIVA

Il documentario ha un approccio di tipo descrittivo e intende fornire al pubblico informazioni utili e interessanti sui temi trattati.

Per realizzare un buon prodotto, è indispensabile uno studio approfondito sulla realtà da descrivere.

Inoltre bisogna definire obiettivi e impostazione del filmato, va costruita la scaletta, che scandisce i vari passaggi del video. Quindi si passa alle riprese. Il racconto è sostanzialmente affidato alle immagini, che però possono essere supportate da una voce fuori campo e dall’intervento in video di una o più persone. L’inchiesta televisiva, costruita sull’esempio di un reportage giornalistico, presuppone un’indagine approfondita dei fatti da descrivere, ampia documentazione, controllo delle fonti e una “tesi”, o anche una proposta, che dovrà emergere dal filmato.

Possono essere trattate come inchieste esperienze vissute dagli stessi studenti come protagonista o spettatore di fatti od eventi inerenti gli argomenti indicati.

La presenza di un “giornalista” può essere utile per ricordare le diverse sezioni dell’inchiesta e per gestire le interviste.

FICTION / DOCUFICTION

Prende spunto da situazioni immaginarie, o da fatti e situazioni accaduti realmente a cui è possibile aggiungere, se necessari allo sviluppo della narrazione, elementi di fantasia, per documentare in chiave di “sceneggiato” vicende, personaggi, ambienti, costumi, usi, situazioni.

Lo studio preparatorio dovrà quindi tradursi in una vera e propria sceneggiatura, con personaggi, dialoghi e descrizione di azioni e ambienti.

SPOT

Lo spot è tradizionalmente uno strumento che si usa per comunicare un'informazione specifica. Nella maggior parte dei casi è utilizzato per pubblicizzare prodotti commerciali.

Negli ultimi anni, anche gli Enti pubblici hanno scelto questo strumento di comunicazione per sensibilizzare l'opinione pubblica su tematiche di interesse sociale e di grande attualità.

Lo spot ha infatti lo scopo di far arrivare rapidamente allo spettatore un messaggio ben preciso. Breve, incisivo, può essere esplicito e fornire informazioni sull'argomento trattato, ma anche allusivo, ironico, dirompente; può fare leva sulle emozioni, prevedere testi o anche solo musica e immagini.

Lo spot, a differenza di un documentario, non è uno strumento particolarmente adatto per "fotografare" in maniera oggettiva una situazione, ma può invece esprimere un punto di vista, proporre una tesi e/o trasmettere un messaggio. Nella fase di progettazione dell'elaborato, è bene dunque interrogarsi su quali argomentazioni e/o scene possano colpire l'interesse dello spettatore, per indurlo a riflettere e a recepire il messaggio dello spot.

Si consiglia di fare particolare attenzione all'uso delle immagini, che devono aiutare lo spettatore a comprendere in pochi secondi l'ambiente, il ruolo dei personaggi e l'oggetto del messaggio.

Nel caso in cui si decida di realizzare uno spot video, si suggerisce di realizzare per prima cosa, dopo aver individuato il soggetto, uno storyboard, ovvero una sceneggiatura illustrata dello spot, con disegni che visualizzino i vari passaggi del video, completi di testi e, eventualmente, dell'indicazione delle musiche e dei brani di sottofondo utilizzati.

Gli storyboard possono essere realizzati sia su carta che supporto multimediale.

In entrambi i casi si consiglia di prevedere un massimo di 12 riquadri corredati da commenti e specifiche (attraverso disegni realizzabili in qualsiasi tecnica, anche in computer grafica, con illustrazione dettagliata delle inquadrature e indicazione degli slogan, dei testi, dei movimenti della macchina da presa, dei tempi di durata di ogni azione prevista).

Si suggerisce, infine, di non inserire i nomi degli autori o il nome dell'Ospedale in continuità con le immagini dello spot, ma o di inserirle nel video dedicato al backstage o di prevedere comunque alcuni secondi di stacco.

BACKSTAGE DEGLI SPOT

Tutti gli spot dovranno essere corredati dal video con il backstage della produzione audiovisiva, che dovrà essere realizzato negli stessi formati previsti

per lo spot. Il backstage avrà lo scopo di documentare le varie fasi di lavoro seguite, le criticità, le soluzioni e le invenzioni tecniche, l'atmosfera in cui è stata realizzata la produzione, lo spirito con cui i protagonisti del lavoro di gruppo hanno collaborato tra loro. Dal backstage dovrà emergere con chiarezza il significato e le motivazioni delle scelte effettuate nella fase di costruzione del messaggio.

Nel backstage dovrà anche essere inserita la scelta del titolo dato allo spot.