



TUTTE A CASA

MEMORIE DIGITALI DI UNA PANDEMIA,
SCOPRIRSI DIVERSE
IN UN PRESENTE INCERTO

IL NOSTRO PROGETTO

Tutte a casa è un documentario composto da materiali video, girati con il proprio cellulare, da donne di estrazione sociale ed età diverse, durante lo tsunami sanitario causato dal Covid-19. Il film mostra come, bilanciando estro, creatività e sconforto, le donne hanno saputo agire su se stesse, cercando soluzioni alla costrizione, tra il lavoro non proprio smart, i bambini da gestire, le ansie incombenti per un futuro incerto. "Tutte a casa" indaga le reazioni dell'animo femminile, cosa ci spinge a reagire durante una crisi e **come si rinasce, a volte più forti, a volte più fragili, o semplicemente diverse.**

PERCHE' QUESTO FILM?

La frequente narrazione della pandemia avanza ancora su parole come guerra, battaglia e ripropone il modello dell'eroe saldo e coerente che ben si distanzia dalla realtà che abbiamo tutti sotto mano. Le modalità di reazione alle crisi variano però a seconda di chi siamo, delle nostre esperienze pregresse e a seconda del nostro sistema emotivo e psicologico.

E' importante quindi **dare anche voce alle donne**, variare punto di vista e porsi dei punti interrogativi sul pensiero dominante, solitamente fatto da uomini. Riproporre gli stessi schemi è deleterio per tutti, uomini e donne. Noi vogliamo cambiare, vogliamo soffermarci sulle sfumature, concependo **un lavoro di indagine poetica che superi i limiti dell'oggi** e dell'urgenza del Covid-19.

IL COLLETTIVO TUTTE A CASA: NOI CHI SIAMO?

Siamo un gruppo di sedici professioniste del mondo del cinema e della comunicazione, nei primi giorni della quarantena ci siamo incontrate su un gruppo Facebook dedicato al cinema e abbiamo deciso di unire le forze, colte dall'urgenza di documentare il momento di crisi che si stava configurando. Così è nato il collettivo Tutte a casa e poi l'omonima associazione. Abbiamo messo al centro della nostra attività alcuni principi per noi fondamentali: la partecipazione, l'orizzontalità e la gentilezza. La nostra sfida è stata quella di continuare a raccontare storie e lavorare nonostante la crisi, perciò abbiamo iniziato ad organizzare, produrre e dirigere un film a distanza, creando una vera e propria casa di produzione online tutta al femminile.

Il 17 Marzo 2020 è uscita in rete la prima call pubblica rivolta alle donne, invitandole ad inviare video diari durante il primo periodo della recente emergenza sanitaria. Sinora il nostro progetto ha suscitato grande interesse da parte della stampa e della televisione, in poche settimane è riuscito ad attrarre una community di oltre 2.000 follower e 4.000 sono i contenuti che abbiamo ricevuto. Ora siamo entrate nella fase 2 del nostro film e siamo alla ricerca di partner che vogliano raccontare con noi questa storia.



Tutteacasa Call



Eleonora



Giovanna Canè



Elisa Inno



desireemarianini



Bea



Francesca Zanni



Fa Fava



Anna Elettra Pizzi



rosa ferro



Federica Alderighi



Maria Antonia Fama



raffaella



Elisabetta Galgani



Viola Piccininni



User

UN MODELLO DI CITTADINANZA ATTIVA E DIGITALE
UN ESEMPIO DI CINEMA ESPANSO ATTRAVERSO IL WEB

STEP 1

Realizzazione di una open call

Il primo passo per la realizzazione del nostro film è stato lanciare una call pubblica, una chiamata alle armi, per tutte le donne che avessero voluto partecipare.

Accanto a questo, è stato fondamentale organizzare una redazione in grado di diffondere il più possibile il nostro progetto e coinvolgere alcuni profili ben definiti di partecipanti.

UN DOCUMENTARIO DI NARRAZIONE COLLETTIVA

**Per raccontare il rapporto tra donne e lavoro
in questo tempo di incertezza.
Cosa è cambiato, cosa cambierà?**

Un diario emotivo ma anche pratico delle donne che:

- sono costrette ad andare a lavorare fuori casa;
- possono lavorare da casa;
- non possono lavorare né fuori, né in casa.



Avevamo dei soldi da parte per poter far fronte
alle emergenze o un piano B?

Come sono cambiate le nostre abitudini?

Lo consideriamo un tempo ritrovato, oppure, al contrario, è un
tempo per noi vuoto, di attesa?

Abbiamo scoperto nuove passioni? Sono nate nuove amicizie?

Come donna single mi sento sola o mantengo dritta la barra
della mia indipendenza?

QUANTO MI SCOPRO FORTE O FRAGILE?

Le nostre famiglie sono vicine o lontane?

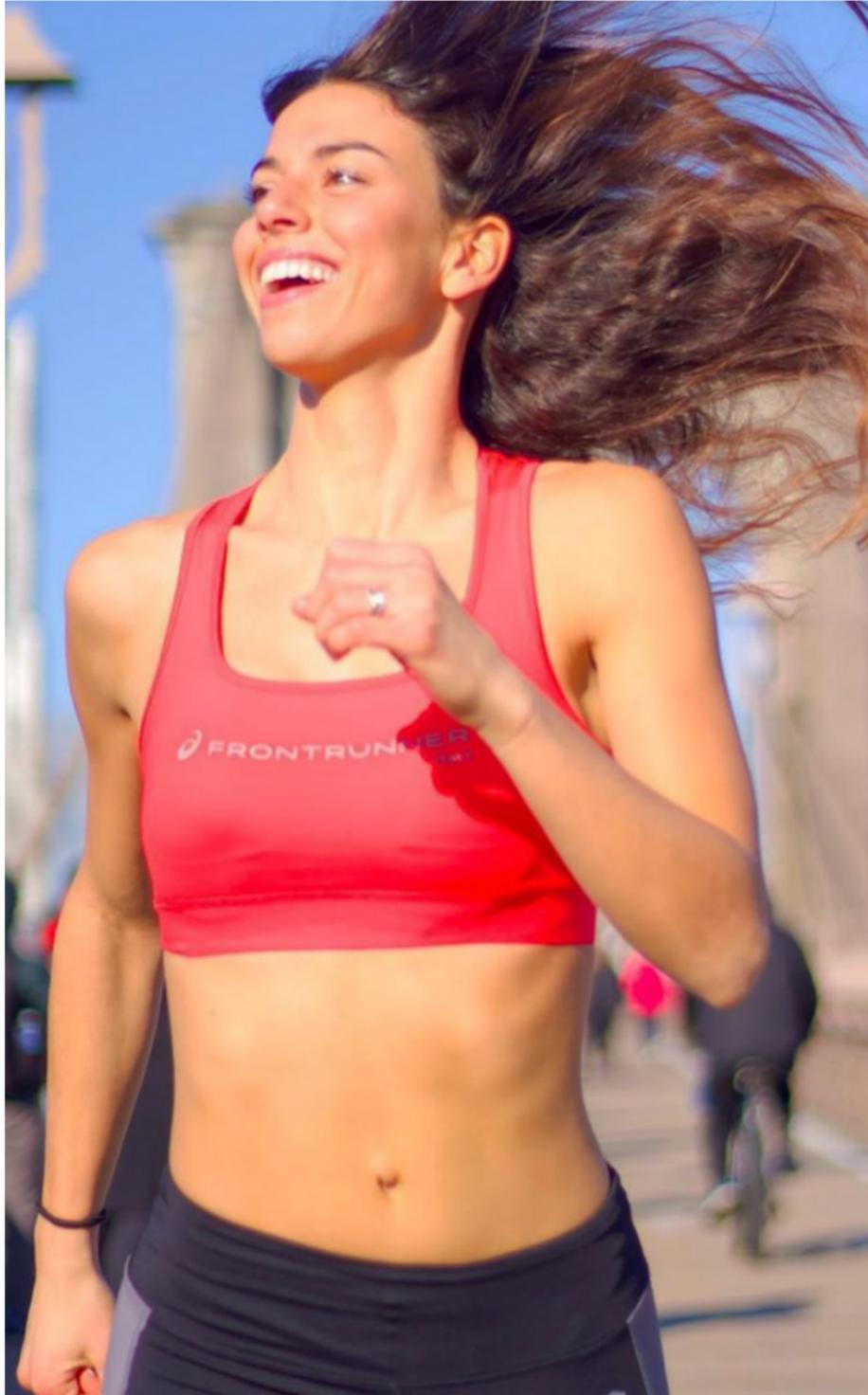
Se siamo in coppia/famiglia come viviamo questi giorni?

Come raccontiamo ai nostri figli cosa accade?

In questo spazio di costrizione fisica, come è cambiata la
relazione con il nostro corpo?

Usiamo questo tempo per curarci di più?

IN COSA CONSISTE IL LAVORO DI UNA REDAZIONE?



Il redattore è una figura poliedrica e trasversale presente in tutti gli ambiti dei media. Si occupa di scrittura, selezione di contenuti e, soprattutto, di ricerca. Trovare e contattare le persone è una delle principali mansioni del redattore, che, dopo aver individuato un profilo plausibile al contenuto che vuole raccontare, cerca una persona che possa rappresentarlo. Oppure, viceversa, partendo da una notizia, deve intercettarne il protagonista, creare un dialogo e coinvolgerlo nel progetto in cui è impegnato. Un lavoro a stretto contatto con il prossimo, quindi, fatto di telefonate, messaggi e umanità.



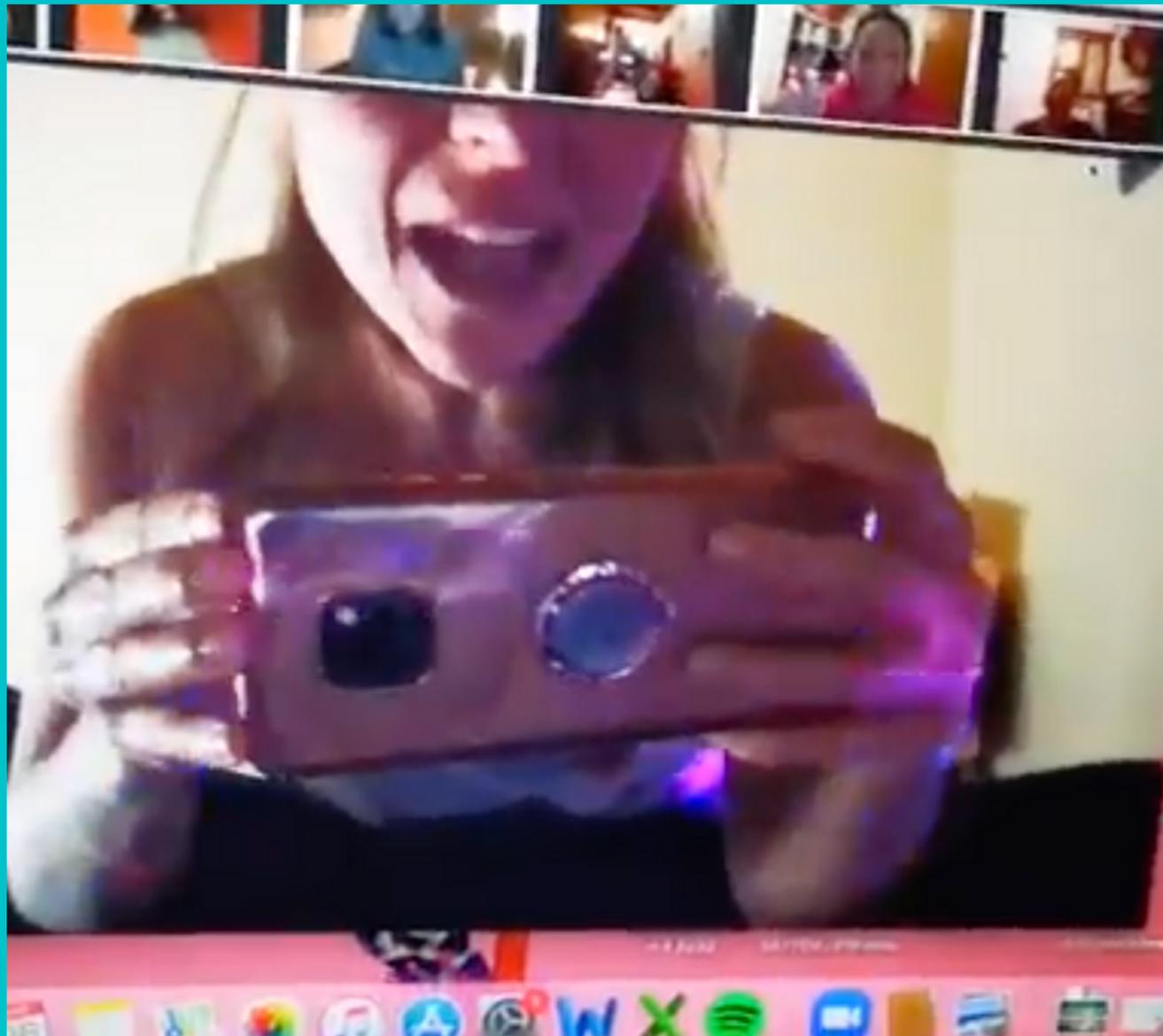
Fare redazione nell'era dei social network e dell'informazione digitale è una grande fortuna. Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, sono strumenti potentissimi che, se usati nel modo giusto, forniscono al redattore la possibilità di entrare in contatto, potenzialmente, con chiunque e di selezionare le persone in base ad aspetti specifici della propria vita.

Gli strumenti principali di un redattore sono 3: un computer, un telefono e una folta agenda di contatti. Più contatti si hanno, più il lavoro del redattore è facilitato. Dall'avvento di internet arricchire l'agenda è diventato più semplice: notizie, persone, enti, associazioni, sono tutti a distanza di un click.

Una volta chiaro il contenuto che si vuole trasmettere, basta aprirsi digitalmente al mondo, esplorare i social network, leggere news, video interviste, blog, e poi scrivere email, telefonare, chiedere e attendere.

Il computer ed internet diventano così portali verso universi di persone a cui, per accedere, basta solo bussare.

**PER IL PROGETTO TUTTE A CASA LA
NOSTRA REDAZIONE E' RIUSCITA A
COINVOLGERE PIU' DI 200 DONNE
GRAZIE AD UN UTILIZZO SAPIENTE DEI
SOCIAL NETWORK E A RICERCHE
MIRATE SUL WEB.**





STEP 2 - ORGANIZZAZIONE E PRODUZIONE



IL LAVORO DELLA PRODUZIONE

Il settore della produzione è una delle componenti necessarie per la creazione di un'opera audiovisiva. Esistono diversi ruoli per questo reparto ma, in generale, tutte le figure dell'ambito si occupano di controllare ogni aspetto della produzione dell'opera: dal finanziamento, allo sviluppo del concept alla scelta dei ruoli, alla supervisione delle riprese e/o la scelta del materiale da inserire nell'opera e, infine, la distribuzione. Le figure che lavorano in produzione quindi devono non solo conoscere in maniera approfondita il progetto in tutte le sue fasi ma anche sapere quali mansioni vengono svolte in tutti i reparti e avere costantemente a che fare con le persone che vi operano. Forse, per semplificare, potremmo dire che fare produzione significa prevedere e risolvere problemi, qualsiasi tipo di problema, in qualsiasi fase della lavorazione. Può sembrare una banalizzazione del settore ma se paragoniamo un'opera audiovisiva ad un orologio, ne possiamo comprendere il significato. La produzione infatti si occupa dell'ideazione dello strumento, della ricerca degli ingranaggi, dell'assemblaggio di questi e del corretto funzionamento di tutto l'oggetto. Si comprende bene quindi che i problemi sono spesso e volentieri dietro l'angolo e un ritardo di anche solo una piccolissima rotella, può determinare lo stop dell'intero meccanismo. E quando parliamo di un film o un programma tv, il tempo... è davvero denaro!

Pazienza, velocità, capacità organizzative, creatività, visione a lungo termine, praticità, conoscenza del lavoro altrui, senso di responsabilità e gestione dell'ansia (degli altri e propria) sono le skills fondamentali che chi lavora in produzione deve avere.



Nell'epoca del digitale, sono molti gli strumenti di cui la produzione può servirsi. Avendo a che fare con tutti i reparti e con fornitori esterni, tutti gli strumenti che permettono una comunicazione efficace ed efficiente e la possibilità di controllare il funzionamento del lavoro altrui, sono molto più che di aiuto. Il DRIVE, è uno di questi. Condividere cartelle con i vari reparti, averle a disposizione h24 a portata di click, poterle visionare, confrontare e modificare in ogni momento, rende il controllo e la gestione delle fasi di lavorazione molto più agevole. Le stesse chat di gruppo e le mail sono, banalmente, degli strumenti fondamentali. Condividere tramite wapp una convocazione a mezzanotte, verificandone l'avvenuta ricezione o, semplicemente, poter inviare seduta stante una mail ad un fornitore, possono salvare un intero set. Altri strumenti fondamentali sono i motori di ricerca e i social. Capita spesso di dover reperire informazioni o persone all'ultimo minuto e, grazie a questi (che sia una tavola calda per il pranzo, un hotel per la troupe, un elettricista per il set del giorno successivo o il numero di telefono del Presidente del Cile) sono una vera risorsa... se saputi usare bene, con velocità e intelligenza.





STEP 3 - UFFICIO STAMPA E COMUNICAZIONE SOCIAL

Chi fa l'**ufficio stampa** è l'addetta/o stampa: il suo ruolo è gestire e veicolare il flusso di informazioni dei soggetti per cui lavora verso l'esterno, in particolare verso i mass media: giornali, radio, televisione, web. Gestisce anche la "reputazione" di una realtà: l'addetta/o stampa quindi dovrà monitorare anche il lavoro della/del social media manager, lavorando sempre a stretto contatto con questa figura, per dare una comunicazione uniforme all'esterno della realtà per cui si lavora. L'addetta/o stampa deve possedere diverse caratteristiche: deve sapere scrivere bene, avere ottime qualità relazionali e comunicative, capacità di essere multitasking, deve saper lavorare sotto pressione e in squadra e conoscere gli strumenti multimediali. Inoltre deve essere aggiornata/o sul panorama dei mass media e dei giornalisti che seguono l'ambito su cui sta lavorando: **i cosiddetti "contatti" sono il vero patrimonio dell'addetta/o stampa** e vanno a formare la mailing list, cioè l'elenco di persone a cui saranno inviate le comunicazioni, soprattutto tramite posta elettronica. Per arricchire la mailing list di nuovi contatti il/la addetta/o stampa deve alimentare continuamente una rete di relazioni pubbliche, in occasione di eventi e incontri, per aumentare il numero e la tipologia dei contatti. Questo è il primo passo di un mestiere che si affina di anno in anno: più anni si lavora come ufficio stampa, più contatti si avranno. Un mestiere che se da un lato mette sotto pressione dall'altro può essere molto divertente e ricco di soddisfazioni.





Il **social media manager** è una figura nata con l'avvento dei social network che ha il compito di creare una strategia social e di applicarla attraverso un piano editoriale. Il suo obiettivo è comunicare un prodotto, un servizio, un progetto, per aumentare la brand awareness (il valore percepito del "marchio" da parte del pubblico). Naturalmente deve essere in grado di leggere gli insight (i dati della pagina) per sfruttarli al massimo e poter, quindi, migliorare la sua strategia. Inoltre, deve sapere coinvolgere la propria community, ovvero tutte le persone che hanno manifestato (con il like) l'interesse a quel progetto. È un lavoro multitasking perché il social media manager è in grado di creare dei contenuti che siano interessanti: post emotivi, sondaggi, grafiche, piccoli video, sapendo, quindi utilizzare diversi programmi o tools. Non è un lavoro che si improvvisa ma ci vuole preparazione e attitudine: non bisogna solo capire gli obiettivi del cliente (attraverso delle analisi mirate) ma anche quali sono gli interessi principali del proprio pubblico di riferimento.



Per un progetto culturale e/o cinematografico tutto questo diventa ancora più interessante perché il social media manager si deve rivolgere a un pubblico che non deve acquistare un prodotto ma si deve innamorare di un'idea, di una storia. Nel caso di TUTTE A CASA abbiamo utilizzato massivamente i social anche per portare a buon fine la campagna di crowdfunding. Su questo punto è interessante scoprire come la creazione di una community social può fare davvero la differenza. Per diventare social media manager non basta essere dei social addicted. Scopriremo insieme quali sono i passaggi essenziali per lavorare con i social network in modo professionale e sveleremo piccoli trucchi del mestiere, ma senza fare magie!

**UN'ORGANIZZAZIONE
PRECISA
ED EFFICACE MESSA
AL SERVIZIO
DELLE COMPETENZE
INDIVIDUALI**

"Il cinema post-covid cambierà sostanzialmente. Questa pandemia ha di certo intaccato la dimensione sociale del cinema, il valore della condivisione dell'esperienza in sala. La fruizione è oggi tutta affidata alle piattaforme, all'on-demand, ma il cinema ha bisogno di comunità, di socialità, di scambio. Il sistema produttivo espanso del progetto "Tutte a casa" ribadisce il valore della partecipazione, dell'orizzontalità, il valore delle comunità organizzate dal basso. Da questa esperienza è nato un film, un collettivo, una comunità di donne desiderose di raccontare e raccontarsi!"



STEP 4 - REGIA E POST PRODUZIONE

Un film documentario non è un film di finzione, ma un film che documenta la realtà dal punto di vista soggettivo dell'autore.

Non essendoci una sceneggiatura, spesso nel film documentario lo scrittore e il regista sono la stessa persona. Il documentario non è una riproduzione fedele della realtà, ma una sua interpretazione, poiché per costruire il film il regista opera delle scelte narrative ed espressive:

- un particolare stile
- determinate tecniche di ripresa
- i tipi di inquadratura
- la scelta di utilizzare o no una voce fuori campo oppure interviste e testimonianze o materiali d'archivio
- le scelte di montaggio (video e sonoro)

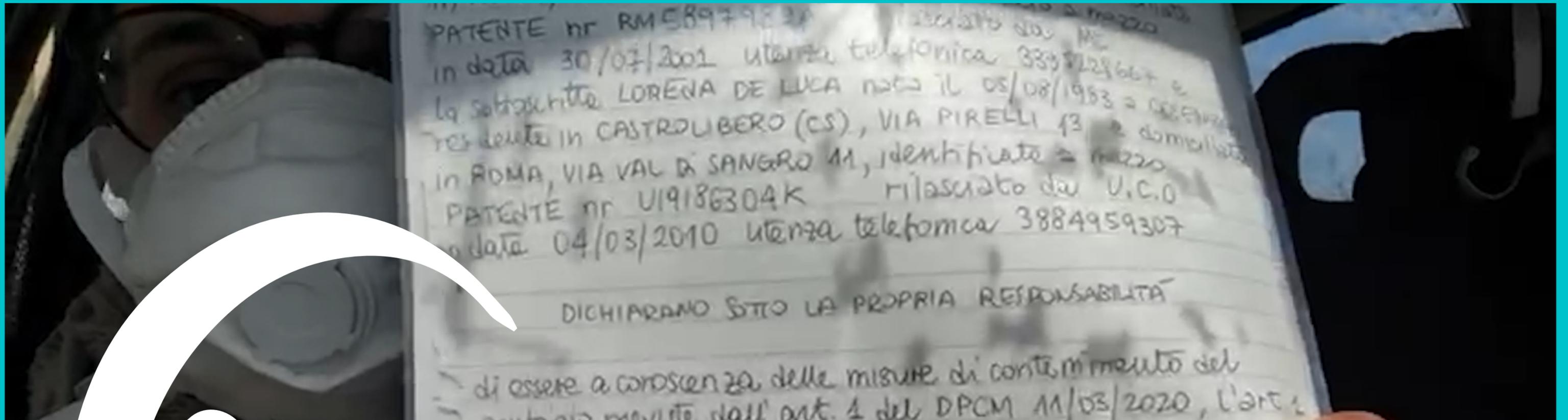
Insomma, il film sarà la sua restituzione di quella realtà. In un film documentario non ci sono attori professionisti, ciò nonostante il regista deve interagire e lavorare con gli interpreti del documentario, guidarli, consapevole (e, anzi, auspicando) che durante le riprese potranno esserci dei cambiamenti, proprio perché non si sta seguendo una sceneggiatura, e che soltanto al montaggio si potrà davvero “vedere” il film.



Il documentario partecipato è un film in cui vari filmmaker portano i loro contributi su uno stesso tema. Oppure sono i protagonisti stessi del film che (con i mezzi che ormai sono a disposizione di tutti, per esempio un semplice smartphone), filmano la loro realtà e poi il loro filmato viene inserito nel montaggio nel film. In questo caso, il ruolo del regista sarà prima di tutto quello di dare indicazioni tecniche affinché la qualità dei filmati sia omogenea.

Per esempio:

- posizionare lo smartphone in orizzontale
- fare attenzione che l'audio sia pulito (senza rumori o musiche di sottofondo)
- fare attenzione alla luce per non avere un filmato buio



**ECCO LE INDICAZIONI DI REGIA CHE ABBIAMO
INSERITO NELLA NOSTRA CALL**

INDICAZIONI TECNICHE

- video girati in **orizzontale**
- puoi girare con **smartphone, iPad, reflex, videocamera**
- fai attenzione all'audio
- mettiti a favore della luce
- ad ogni persona ripresa fai firmare la liberatoria
- riprendi sia gli spazi esterni che gli interni della tua quarantena
- lunghezza massima 5 min

COME CONTRIBUIRE?

- Dei **video diari** che documentino il trascorrere dei giorni e i mutamenti della situazione, lavorativa e personale;
- Dei **video descrittivi** degli spazi e delle attività quotidiane
- **Segnalando questa iniziativa** a chi si trova in prima linea

Seguendo la sua idea, il regista guiderà i protagonisti attraverso consigli mirati. Per esempio, se il regista ha bisogno di scene in esterni, suggerirà dove e come girarle, lasciando però liberi gli interpreti; oppure, se il regista ha bisogno che si parli di un determinato argomento, suggerirà agli interpreti l'argomento, senza però influenzarli nel tipo di esposizione dello stesso. Infine, il regista è presente nella fase di montaggio, poiché conosce perfettamente la storia in ogni sua sfumatura e può fornire indicazioni utili in fase di post-produzione.



Tutte a casa è un documentario che mette insieme i materiali video girati in prima persona da donne molto diverse, creando contrasti, assonanze e rimandi. Si accostano confessioni personali, momenti di osservazione del quotidiano e soggettive rocambolesche. In un mosaico di vite e di volti, il montaggio sincopato tiene uniti i tasselli scomposti dalla crisi, allo stesso tempo aprendosi alla discontinuità e simultaneità che caratterizzano il linguaggio della comunicazione online. Il collettivo Tutte a casa, immerso tra le protagoniste del film, vuole anche testimoniare come la convergenza del digitale e gli inserti tecnologici (messaggi di testo su whatsapp e facebook, sequenze in full screen, rallentamenti a segnare la difficoltà di connessione, stop inattesi, chat di zoom, ecc) possono funzionare da strumento creativo e partecipativo per la narrazione documentaristica.



Questa è stata la nostra esperienza, ora, tocca a voi!

**ESPLORA IL
MONDO!**

Continuate a seguirci e sostenete il nostro progetto

CONTATTI

Keep in touch:

www.tutteacasa.com

tutteacasa@gmail.com

DIREZIONE ARTISTICA

Cristina D'Eredità

cristinaderedita@gmail.com / +39.3495636427

PRODUZIONE

Giovanna Canè

poc.giovanna.cane@gmail.com / +393479607060



All Rights Reserved