

laurea magistrale
Design della Comunicazione

relatore
Dina Riccò

correlatore
Gian Luca Balzerano

A.A. 2020/2021

941977 - **Lorenzo Maffei**

IL CINEMA IN MANO

Proposta per un'esperienza
multimediale interattiva su smartphone



POLITECNICO
MILANO 1863

SCUOLA DEL DESIGN

laurea magistrale
Design della Comunicazione

relatore
Dina Riccò

correlatore
Gian Luca Balzerano

A.A. 2020/2021

941977 - **Lorenzo Maffei**

IL CINEMA IN MANO

**Proposta per un'esperienza
multimediale interattiva su smartphone**



**POLITECNICO
MILANO 1863**

SCUOLA DEL DESIGN

*A Davide,
che ci ha insegnato
ad affrontare la vita*

Indice

pag. 1 Abstract

pag. 5 Premessa

1.

Prospettive del cinema in un mondo di smartphone

pag. 9

- pag. 11* 1.1 Streaming, smartphone e screen culture 2.0
- pag. 14* 1.2 Cambiamenti percettivi nel processo traduttivo
- pag. 21* 1.3 Potenzialità linguistiche dei video su smartphone

2.

La grafica nel cinema e il dominio di un nuovo pubblico

pag. 25

- pag. 25* 2.1 Il Design che crea l'immaginario
- pag. 29* 2.2 Herald e Hero Props
- pag. 34* 2.3 Un'esperienza "on the go"
- pag. 37* 2.4 Nuovi tempi individualizzati
- pag. 39* 2.5 Abitudini di interazione

3.

Alla ricerca di storie multimediali

pag. 45

- pag. 45* 3.1 Verso altri modelli di fruizione
- pag. 49* 3.2 L'esempio dei videogames
- pag. 54* 3.3 Casi studio
 - pag. 54* 3.3.1 Far Away From Far Away
 - pag. 57* 3.3.2 Tales of Wedding Rings
 - pag. 60* 3.3.3 #WarGames
 - pag. 62* 3.3.4 Motto
 - pag. 66* 3.3.5 Honda. The Other Side
 - pag. 68* 3.3.6 Bob. Bag of Beliefs
- pag. 70* 3.4 Casi studio secondari
 - pag. 70* 3.4.1 Netflix
 - pag. 72* 3.4.2 Amazon X-Ray
 - pag. 73* 3.4.3 The Witness/es
- pag. 75* 3.5 Stimoli all'interno della narrazione audiovisiva

4.

Le serie tv come campo di applicazione

pag. 77

pag. 77

pag. 78

pag. 83

pag. 85

pag. 89

4.1 I racconti seriali

4.2 L'esperienza di Quibi e Blackpills

4.3 Stili di coinvolgimento

4.4 Le storie da scoprire

4.5 In vista di una narrazione multimediale

5.

Bind. La proposta di progetto

pag. 91

pag. 91

pag. 93

pag. 95

pag. 95

pag. 95

pag. 98

pag. 100

pag. 101

pag. 103

pag. 109

pag. 113

pag. 115

5.1 Qualche nota

5.2 Studio del brand

5.3 Sezioni del servizio

5.4 Struttura del player video

5.4.1 Layout e icone

5.4.2 Riproduzione, pausa e navigazione

5.5 Lo spettatore protagonista del montaggio

5.5.1 Montaggio narrativo (establishing shots)

5.5.2 Editing parallelo (cross-cutting)

5.6 Approfondimento esplorativo dei materiali grafici

5.6.1 Tipologia e accesso al materiale

5.6.2 Dinamiche di interruzione

6.

Il format all'interno di un contesto espositivo

pag. 119

pag. 119

pag. 122

pag. 125

pag. 125

pag. 127

pag. 129

pag. 129

pag. 130

6.1 Il Museo come luogo esperienziale

6.2 Qualche caso

6.3 Una nuova proposta

6.3.1 Finalità ricercate

6.3.2 Disponibilità di risorse

6.4 Cineteca di Milano

6.4.1 Perché il MIC

6.4.2 La realtà aumentata al MIC

<i>pag. 133</i>	6.5 Nella Mano di King Kong
<i>pag. 133</i>	6.5.1 La mostra oggi
<i>pag. 134</i>	6.5.2 Lavorazione sui materiali
<i>pag. 138</i>	6.5.3 Nuovi touchpoints
<i>pag. 145</i>	6.6 Il King Kong di Rambaldi su smartphone
<i>pag. 145</i>	6.6.1 Montaggio narrativo
<i>pag. 149</i>	6.6.2 I due Kong
<i>pag. 152</i>	6.6.3 Dall'archivio all'esplorazione multimediale
<i>pag. 158</i>	6.7 Altre occasioni di utilizzo
<i>pag. 160</i>	6.8 Note per l'implementazione del progetto

7.

Conclusioni

pag. 163

pag. 163

7.1 Approfondimenti futuri

pag. 165

7.2 Considerazioni conclusive

8.

Elenco delle fonti

pag. 169

pag. 169

8.1 Bibliografia

pag. 172

8.2 Sitografia

pag. 180

8.3 Videografia

pag. 183

9. Indice delle figure

pag. 191

10. Ringraziamenti

Abstract ^{ita}

La tesi si propone di studiare le possibilità di un format multimediale interattivo per contenuti audiovisivi da fruire tramite smartphone. Il progetto nasce dalla volontà di intervenire nel processo di visione per aumentare il grado di immersività dell'utente, permettendo la fruizione di un prodotto maggiormente interattivo, con video e contenuti strutturati verticalmente a più livelli.

La fase di ricerca è stata mossa dall'intento di comprendere gli sviluppi futuri del cinema e dell'audiovisivo, considerando i cambiamenti che sono avvenuti nello spettatore post-cinematografico e nel cinema su smartphone, tra distrazione e interazione, con uno sguardo sulle potenzialità linguistiche di questo strumento.

Attraverso la presentazione di alcuni casi studio si cerca di evidenziare soluzioni e modalità di approccio al video per smartphone e allo storytelling inte-

rattivo, sfruttando i risultati come base per la creazione di una nostra proposta di format multimediale. La costruzione del modello viene fatta attraverso la progettazione di una serie di moduli interattivi sul montaggio e sull'esplorazione di documenti e oggetti scenici, esplicitando il flusso dell'utente all'interno di ogni sezione.

Per testare le potenzialità del format multimediale si procede poi ad una sua rimodulazione come sezione interattiva all'interno di una mostra organizzata dalla Cineteca di Milano. Recuperando i materiali di archivio sul lavoro dell'effettista Carlo Rambaldi, si sono sviluppate una serie di micro-contenuti in aggiunta alla mostra, progettando punti di accesso e tipologie di impiego del format. L'approccio e il metodo mostrati da questa tesi vogliono offrire anche uno sguardo più ampio sulle possibilità di riprogettazione dell'audiovisivo in ambito smartphone. Sempre di più i linguaggi

progettati dovranno adattarsi all'evoluzione del pubblico ed ai cambiamenti nelle abitudini in rapporto con la tecnologia, andando a costruire un bacino di immagini in movimento che crescono con gli spettatori e diventano sempre più concrete e tangibili anche nel digitale.

Abstract ^{eng}

The thesis aims to study the possibilities of an interactive multimedia format for audiovisual contents, enjoyed via smartphones. The project is born from the desire to increase the degree of immersiveness of the user in the process of vision, allowing the use of a more interactive product, with contents and videos structured vertically through several levels.

The research was driven by the intent to understand the future developments of cinema and audiovisual world, considering the changes that have occurred in the post-cinematic viewer and in the smartphone-cinema, between distraction and interaction, with a specific look at the linguistic potential of this mobile device.

Through the presentation of case studies, we try to highlight solutions and methods of approach to smartphone-videos and interactive storytelling, using these results as the basis for the

creation of our multimedia format proposal. The model's construction consists of a series of interactive modules based on the editing and exploration of documents and props. We explain the user flow within each section.

Then, to try out the potential of the multimedia format, it is remodeled as an interactive section within an exhibition organized by the Cineteca di Milano. Retrieving archival materials of the work by visual effects artist Carlo Rambaldi, we develop a series of micro-contents for the exhibition, designing new access points and new ways to use the format. The approach and method presented in this thesis also want to offer a broader look at the possibilities of redesigning audiovisual narrations for smartphones. The designed languages will increasingly have to adapt to the evolution of the audience and to the changes in habits in relation to technology, building a pool of moving images that grow with

the spectators and become more and more concrete and tangible even in the digital world.

Premessa

Lo smartphone ha rivoluzionato la società globale in meno di un decennio. Ha trasformato la cultura, la vita sociale, il nostro approccio alla tecnologia. Questo strumento ha portato all'interiorizzazione di nuove modalità di visione e acquisizione di immagini. Da anni ormai si parla di come esso sia stato anche una delle cause della morte del cinema, di come abbia spostato l'attenzione delle nuove generazioni dalla sala al piccolo schermo. Alcuni registi pensano che lo smartphone renda impossibile l'esperienza di un film, ma forse il cinema va considerato anche al di fuori di sé stesso e delle sue pratiche istituzionalizzate.

L'interesse del Design della Comunicazione sul tema nasce anche dall'idea del design come traduzione. La trasposizione di prodotti audiovisivi dal grande schermo allo smartphone non può essere definita da un semplice passaggio da uno spazio fisico ad un catalogo digitale, è compito dei pro-

gettisti indagare cosa accade in questo passaggio, e quali sono le opportunità che questo strumento offre ad una nuova tipologia di spettatore che da tempo ha instaurato con lo smartphone un rapporto intimo e personale.

Come si può declinare diversamente il linguaggio narrativo del cinema mantenendo la sua natura di contenuto audiovisivo? Quali modi esistono di combinare le nuove pratiche di visione degli utenti con il mondo della produzione video-cinematografica? In questa tesi andremo a compiere un percorso che ci porterà dal mondo del cinema e del video su smartphone, all'interno di alcuni interessanti esempi di storytelling multimediale, per poi elaborare una nostra personale proposta di progetto. Intendiamo sfruttare questo contesto per attuare una sperimentazione progettuale a partire dal confronto con le implicazioni di una narrazione interattiva mobile e con le potenzialità di questo strumento di

fruizione/condivisione di immagini, riservando una parte del progetto alla realizzazione di un modello interattivo in collaborazione con la Cineteca di Milano e con la mostra sull'effettista italiano Carlo Rambaldi ed il suo King Kong del 1976.

Questo lavoro di tesi è nato da un forte interesse per il design grafico applicato al cinema, e si è strutturato nel tempo cercando di allargare gli orizzonti digitali dell'audiovisivo in uno spazio in cui i dettagli e le peculiarità delle narrazioni filmiche e delle scenografie guadagnano una nuova importanza, rafforzando nello spettatore l'idea di un immaginario filmico a tutto tondo. Abbiamo volutamente progettato un percorso esperienziale che non necessita di strumentazione complessa, perché voleva essere nostra cura riuscire a riflettere su una serie di interazioni modulabili ed applicabili a contesti di utilizzo fluidi che possono evolvere nel tempo.

1. Prospettive del Cinema in un mondo di Smartphone

Il 27 giugno 2007 Steve Jobs si trovava al Moscone Center di San Francisco ad annunciare la commercializzazione del primo iPhone Apple, un prodotto che avrebbe di lì a poco rivoluzionato non solo il mondo della telefonia mobile ma l'intera società mondiale. La stessa sera, sempre su quel palco, Jobs mostrò al pubblico la facilità con cui un utente iPhone avrebbe potuto guardare una puntata di un programma tv riprodotta sullo schermo touch del nuovo dispositivo Apple. Il programma tv in questione era *The Office*.

“So I push videos and I’ve got a video podcast loaded on, and a music video. And I’ve got a TV show and a movie, and I’d just like to show you the TV show here. This is an episode from The Office. All videos we look at in landscape.” (Protectstar Inc., 2013)

Queste le esatte parole usate da Jobs quella sera. A distanza di 14 anni, la maggior parte di noi dispone del proprio smartphone con una naturalezza ed una manualità che lo fa sembrare uno



Fig. 1.1

strumento da sempre esistito all'interno delle nostre vite. Con la forte presa di posizione nel settore dello streaming online da parte delle piattaforme come Netflix, Amazon Prime Video, Hulu e molte altre, metà degli utenti millennial di questi servizi guardano film o serie tv utilizzando principalmente il proprio smartphone. Nonostante questo, tutti noi, ancora oggi, continuiamo a definire le narrazioni audiovisive seriali con il termine "serie tv" (in inglese Tv Series o Tv Shows), anche se la tv, per molti, non è più il luogo digitale "frequentato" quando si parla di cinema, ancora di più quando si parla di audiovisivo in generale.

Marshall McLuhan, professore, sociologo e filosofo della metà del 1900, è ormai divenuto una figura con cui è impossibile non confrontarsi se si lavora in ambito design. Il lavoro di McLuhan è legato principalmente allo studio della comunicazione all'interno della società e tra i singoli individui. La sua frase più famosa "the medium is the message", che va un po' a riassumere il suo pensiero, pone l'attenzione sull'influenza che gli stessi strumenti che utilizziamo per comunicare hanno sul messaggio trasmesso, affermando che il mezzo utilizzato per comunicare è esso stesso parte della comunicazione. Il medium è quindi un elemento non neutrale perché suscita negli utenti-interlocutori determinati comportamenti.

Perché ci scomodiamo a citare il lavoro di McLuhan? Durante questa prima parte di ricerca siamo andati ad indagare il contesto di fruizione video oggi, con un occhio dedicato alle dinamiche di utilizzo di dispositivi mobile per la riproduzione di contenuti. In questo senso ci siamo chiesti se negli ultimi anni lo smartphone abbia contribuito ad un cambiamento nelle modalità di fruizione del cinema e, se sì, in che modo. Per questo motivo è stato naturale cominciare a riflettere sulle implicazioni che uno strumento come lo smartphone possa aver avuto nella ridefinizione

delle abitudini di esperienza audiovisiva degli utenti. Gli smartphone hanno modificato le nostre abitudini di visio-

*First we build the **tools**, then they build **us**.*

(Marshall McLuhan)

Fig. 1.2



ne, ma lo hanno fatto soprattutto per la loro natura di strumenti dotati di determinate caratteristiche tecnologiche e di interazione. Sono pochi i casi in cui è stata attuata una vera e propria "traduzione" (utilizziamo questa parola

Fig. 1.1 - Steve Jobs durante la presentazione del primo iPhone da l Moscone Center a San Francisco nel 2007 (fonte: applefacts)

Fig. 1.2 - Una ragazza in metro a NYC (fonte: Subiyanto/Pexels)

1.1

Streaming, smartphone e Screen Culture 2.0

La nostra riflessione sul tema del cinema per smartphone non sarebbe stata possibile se non grazie al recente consolidamento della TV on demand e delle piattaforme/servizi di streaming online. Netflix, Amazon Prime, Disney+, Mubi e tutte le altre aziende che condividono questo settore di mercato, sono state un fattore principale nella ridefinizione delle abitudini di consumo degli utenti negli ultimi anni. Nel 2019 un'analisi condotta da Toluna (azienda che si occupa di ricerca e analytics) afferma che la maggior parte dei giovani guarda contenuti on demand ogni giorno e che il 66% dei contenuti vengono visti dai giovani sul proprio smartphone. Oltre a questo dato, bisogna anche considerare la grande quantità di micro-contenuti e clip video presentate e fruite sui social media, che rivestono il ruolo delle principali applicazioni smartphone su cui la maggior parte degli utenti spende il proprio tempo. Lo smartphone, essendo uno strumento di dimensioni ridotte, ci ha permesso di accedere ai contenuti audiovisivi in qualsiasi momento, ovunque ci si trovi. Da un punto di vista antropologico esso è diventato uno strumento così riccamente complesso da diventare il luogo dove il nostro "io digitale" prende forma e va a combinarsi con la nostra persona fisica, a volte trascinandoci in situazioni in cui la nostra attenzione si focalizza sui contenuti presentati a

schermo attuando un quasi completo isolamento percettivo rispetto al mondo esterno e alle persone che abbiamo vicino. Il professore Daniel Miller, che ha recentemente condotto uno studio riguardo le pratiche globali di utilizzo dello smartphone, afferma:

"The smartphone is no longer just a device that we use, it's become the place where we live [...] The flip side of that for human relationships is that at any point, whether over a meal, a meeting or other shared activity, a person we're with can just disappear, having 'gone home' to their smartphone." (Miller, 2014)

In metro, per strada, al bar, i nostri occhi vengono costantemente bombardati da immagini e video e il nostro smartphone non smette mai di proporci nuovi contenuti, che siano l'ultimo video di YouTube del nostro canale preferito o l'ennesima clip di TikTok presente nella sezione per te della piattaforma social.

Nonostante ormai si sia consolidato un contesto sociale improntato sul mondo digitale mobile, la produzione di contenuti audiovisivi professionali (si intende il progetto di contenuti legati al mondo del cinema, della pubblicità, di mostre ecc.) non ha ancora preso una direzione chiara su quali siano le migliori modalità per strutturare contenuti audiovisivi "mobile first". Vi sono esempi di realtà che hanno investito tempo e risorse nella definizione di piattaforme, servizi o progetti che si adattassero alle modalità di riproduzione su smartphone. In questi progetti sono state aggiunte sezioni interattive, realtà virtuali e momenti di dialogo tra smartphone e contesto fisico, ma la strada da percorrere per la creazione di un vero e proprio format non è ancora chiara e, da un punto di vista del Design della Comunicazione, questo è sicuramente un ambito interessante per attuare un lavoro di ricerca e ridefinizione dell'esperienza utente. Oggi, quando si parla di video su mobile, si discute di un argomento che ha guadagnato rilevanza in ogni

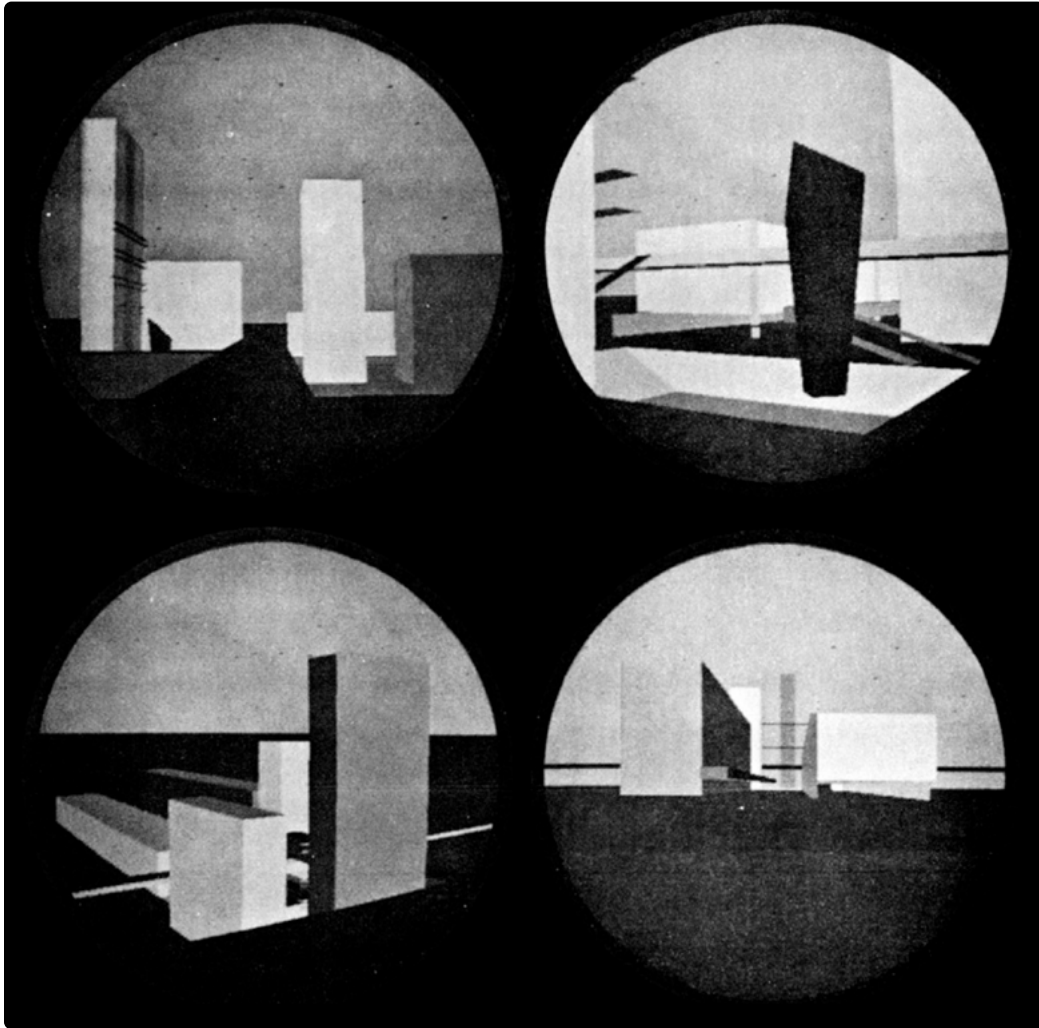


Fig. 1.3 - Frame dal film "City-Scape" di Peter Kamnitzer (1968)

momento della vita dei giovani. Per Millennials e Gen Z guardare video sul proprio smartphone è spesso l'ultima cosa che si fa prima di andare a dormire e la prima cosa da fare appena svegli la mattina. Secondo una ricerca condotta dall'azienda proprietaria di Snapchat, nel 2020 i video più visti sono generalmente contenuti di intrattenimento e Millennials e Gen Z affermano che i contenuti di breve durata ("short-form contents") sono tra i più apprezzati perché si adattano bene alla loro giornata e alla loro agenda (Snapchat Business, National Research Group, 2020).

Già nel 1989 Gene Youngblood nel suo saggio *Cinema and the Code* (1989) affermava:

"Have the syntactical and linguistic possibilities of the digital image been identified and elaborated in practice? We think not - at least, not very often. We rarely find them in the work that is otherwise admired in the name of the medium." (Youngblood, 1989, p. 27)

Nell'89 Youngblood si riferiva principalmente alle immagini digitali nate da un'elaborazione computerizzata, affrontava il mondo emergente dei computer per riflettere sulle potenzialità di questi nuovi strumenti tecnologici anche da un punto di vista del progetto audiovisivo, ma la sua stessa riflessione può essere riletta oggi in un'ottica mobile. La "Screen Culture", una forma moderna di cultura visiva che Richard Butsch (professore di sociologia e studi cinematografici e dei media), nel suo libro *Screen Culture: A Global History*, utilizza per definire l'insieme dei media che trattano principalmente di immagini, diventa "Screen Culture 2.0" nel momento in cui il termine viene utilizzato per indicare un nuovo tipo di contesto nel quale i mezzi di comunicazione moderni si sostituiscono a quelli classici attuando una modifica nelle abitudini di visione degli utenti. Ovviamente il device principale di questa nuova idea di cultura dello schermo è proprio lo smartphone.

Quindi, considerando queste riflessioni, quale problema nasce nel momento in cui lo smartphone diventa il device primario utilizzato per vedere film, video e contenuti audiovisivi? Si potrebbe tranquillamente affermare che non ci siano problemi, che in realtà quello che a cui ci troviamo di fronte è solo il trasferimento di un contenuto che viene ridotto e riprodotto su una nuova tipologia di schermo di minori dimensioni rispetto al device per cui il contenuto era stato pensato. Ma come designer della comunicazione è necessario chiedersi: questo contenuto, che stiamo riproducendo sullo schermo del nostro iPhone, è stato realmente progettato (o ri-progettato) per essere visto utilizzando questo device? Le caratteristiche del contenuto sfruttano le potenzialità dello strumento per garantire allo spettatore un'esperienza il più possibile completa per quanto riguarda aspetti di usabilità, percezione, interazione? È a partire da quesiti come questo che nasce il lavoro di tesi. Affronteremo il tema di progetto attraverso la definizione di un format audiovisivo per smartphone che sfrutti le specifiche del mobile in un modo diverso e più adatto al contesto.

1.2

Cambiamenti percettivi nella traduzione tra dispositivi

Szita e Rooney, nel loro recente saggio *The Effects of Smartphone Spectatorship on Attention, Arousal, Engagement, and Comprehension* pubblicato sulla rivista online *i-Perception*, affrontano il tema dell'esperienza audiovisiva su smartphone confrontandola con l'esperienza del cinema e dell'home video. Le differenze che emergono da questa osservazione vengono da loro suddivise in due diverse categorie: le differenze che riguardano le caratteristiche del device, e le differenze

ne tattile.

Per quanto riguarda l'ambiente che circonda l'utente durante la visione, la riflessione di Szita e Rooney mette in luce le peculiarità di un ambiente che è solitamente uno spazio aperto dove: "unrelated activities and stimuli can occur in parallel to spectatorship, providing possible distractions from viewing" (Szita & Rooney, 2021, p. 2). Il fatto che lo smartphone sia uno strumento piccolo e facilmente trasportabile fa sì che esso venga usato, nella maggior parte dei casi, in contesti pubblici o in ambienti dove, oltre all'utente, sono presenti altri elementi che possono ricoprire il ruolo di "distrattori".

È indubbio che una sala cinematografica, progettata specificatamente per una determinata esperienza di visione, sia più adatta ad accogliere un alto numero di spettatori permettendo loro di focalizzare l'attenzione sul grande schermo, unico elemento chiaramente visibile (una volta spente le luci tutto ciò che è presente in sala viene "nascolato" dal buio). Molti sono gli studi sul tema che affermano che gli schermi di

The peculiarity of smartphone spectatorship lies in its pervasiveness.

(Szita & Rooney, 2021)

relative all'ambiente in cui l'utente è immerso. Con le prime si evidenziano due fatti fondamentali: 1) lo schermo utilizzato è di dimensioni considerevolmente minori rispetto al supporto utilizzato per la visione al cinema, 2) tra lo spettatore ed il device è presente una connessione fisica, questo permette procedimenti di modifica della posizione del supporto e di interazio-

grande formato producano nello spettatore un livello più alto di presenza emotiva e partecipazione, rendendo le opere cinematografiche maggiormente immersive. Esistono però delle situazioni in cui questa tendenza non viene a presentarsi in modo così netto. Lo schermo dello smartphone è sì più piccolo (l'attenzione dello spettatore per determinati elementi cambia con il

Fig. 1.4 - Platea in sala al TFF 2019
(fonte: Giulia Ramazzina)



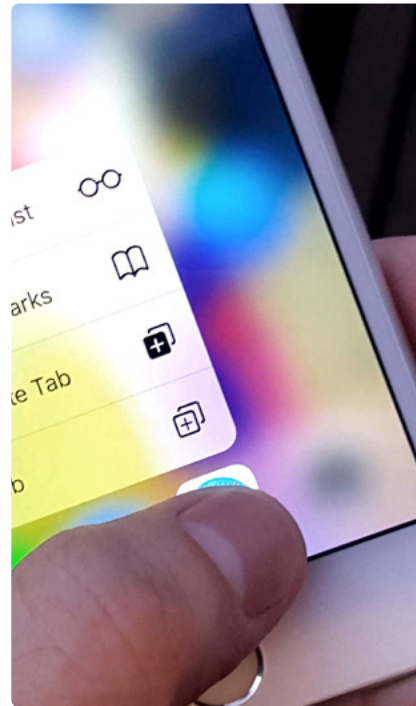
variare della dimensione del supporto di riproduzione), ma le ridotte dimensioni permettono un utilizzo e una visione che ha caratteristiche di tipo propriocettivo. All'utente è permesso di aggiustare l'angolo di visione a proprio piacimento modificando distanza e inclinazione del device e instaurando con esso anche un rapporto di tipo tattile, descrivendo momenti di interazione con lo schermo.

“Haptic control in smartphone spectatorship implies a novel type of interactivity that, instead of being limited to predefined instances, is based on a viewer’s personal preferences and reactions to distractions in any moment.” (Szita, 2020)

Altri ricercatori impegnati in questo ambito si sono interrogati su come le interazioni vadano ad influire su una più piena comprensione della narrazione e sul livello di partecipazione dell'utente. Le opinioni sono a volte contrastanti, alcune si schierano a favore delle narrazioni visive interattive su mobile, affermando che queste modalità riescono ad aumentare l'engagement dello spettatore, mentre altri pareri sono contrari e prediligono un tipo di fruizione più classica che vede l'utente come spettatore passivo. Si crede che la presenza di questa situazione duplice sia dovuta soprattutto al fatto che tutti i fattori di cui stiamo parlando vengano influenzati dalla tipologia di contenuto presentato. Non tutti i generi si prestano ad un processo di traduzione che ne cambia le modalità di interazione.

Quali sono i principali cambiamenti percettivi che intercorrono quando un contenuto viene visto su uno schermo mobile di 5.6 pollici rispetto ad essere visto al cinema o in tv? In primis, la minore pervasività del supporto determina la più alta facilità di incorrere in distrazioni dovute all'ambiente circostante. Il nostro occhio, dovendo focalizzarsi su un'area di visione molto più piccola, può venir richiamato all'attenzione da qualche elemento

Fig. 1.5 - Dettaglio del touchscreen di uno smartphone Apple (fonte: DoctorApple)



esterno, che entra nella nostra visione periferica attirando il nostro sguardo. Alcuni elementi presentati nel corso della narrazione (props, fotografie, documenti ecc.), facenti parte dell'universo narrativo del film (o in generale di un tipo diverso di contenuto cinematografico), diventano spesso sfuggenti quando inquadrati in un'area visiva piccola come lo schermo del cellulare. Il lasso di tempo che i registi

dedicano a questi items è solitamente limitato ad un veloce sguardo e, mentre il telo cinematografico permette allo spettatore di visionare l'elemento in dimensioni maggiori, su smartphone questo sguardo di dettaglio diventa più difficoltoso. Inoltre, considerando l'esperienza nel suo complesso, la visione su smartphone permette un rapporto molto più personale con il contenuto audiovisivo. La percezione della narrazione è basata anche sulle preferenze personali dell'utente, che attua alcuni aggiustamenti su luminosità, livello sonoro, sottotitolazione, inclinazione dello schermo.



Fig. 1.6 - "Where There's Smoke". Dettaglio dell'installazione interattiva del Columbia Digital Storytelling Lab al Tribeca Film Festival del 2019 (fonte: Digital Storytelling Lab)

**Each new medicine
and extends the
possibilities of the
image, subsuming
syntaxes of previous
without negating**

um modifies
e linguistic
the moving
ing the
vious media
g them.

Gene Youngblood

Cinema and the Code . 1989

CAPITOLO 1



Fig. 1.7 - Immagini dall'esperienza interattiva "Frankenstein A.I." al Sundance Film Festival, sezione Nuove Frontiere (fonte: IndieWire)

1.3

Potenzialità linguistiche dei video su smartphone

Secondo Peter Weibel, artista austriaco e teorico dei nuovi media, nello sviluppo di un macchinario tecnologico ogni elemento progettato può essere visto come un'implementazione fisica di una strategia mentale. Questo sta a significare che nello sviluppo di un device alcuni concetti logici vengono tradotti in tools digitali con i quali l'utente impara ad interfacciarsi. Lo smartphone, che raccoglie una moltitudine di logiche strumentali specifiche, avrà perciò possibilità sintattiche e linguistiche differenti da quelle di altre tipologie di schermo, ad esempio quello di un personal computer o di una smart tv. Il codice, la lingua del mondo digitale, è ciò che secondo Youngblood ha permesso di rivelare il potenziale di tutte quelle strategie formali dell'audiovisivo che nei media classici erano presenti ma fortemente limitate (cfr. Youngblood, 1989). Il digitale ha trasformato il modo di fare cinema, ma ne ha rivoluzionato anche il linguaggio?

Il fatto è questo: la strategia di trasportare un film (pensato e prodotto per il cinema) all'interno di uno strumento di riproduzione come lo smartphone, evitando di attuare alcuna modifica formale, non permette automaticamente di sfruttare il potenziale del nuovo supporto di riproduzione perché, in questo modo, esso svolge un

ruolo passivo, presentando a schermo un contenuto che, in un certo senso, rimane "statico". Come in ogni processo di design, considerare i limiti e le potenzialità del supporto su cui il nostro output andrà a "vivere" è necessario al progettista per sviluppare una proposta che sia plausibile (che possa funzionare in modo adeguato sul supporto scelto) ma anche interessante e intrigante per quanto riguarda il modo in cui il contenuto interagisce con la piattaforma tramite la quale viene presentato.

“Ci sono tante nuove storie da raccontare grazie alle nuove tecnologie. Dobbiamo scoprire ciò che abbiamo da dire per via delle nuove tecnologie.” (Youngblood, 2013, pp. 213-214)

È anche vero che, parlando di cinema per smartphone, stiamo in un certo senso parlando del futuro del cinema. Come altri settori di intrattenimento, anche il cinema guarda al proprio futuro considerando il mobile come strumento chiave per una ridefinizione dell'esperienza di visione. Questa tendenza è chiaramente frutto dell'affermazione di alcune pratiche di consumo delle immagini che si è attuata nell'ultimo decennio. Come sostiene Arcagni nel suo saggio *Cinema futuro*, mentre i fratelli Lumiere si muovevano senza esperienze (o meglio, dovevano ricercarle in settori differenti da quello del cinema), il "cinema futuro" dovrà ricercare una propria strada personale confrontandosi con il cinema di oggi per differenziarsene. Ma oltre a questo dovrà soprattutto confrontarsi con linguaggi, modi, modelli esperienze ed estetiche che, fortemente radicate, sono divenute parte del nostro DNA cognitivo collettivo (cfr. Arcagni, 2021). Per questo motivo abbiamo deciso di porre l'accento su quali sono oggi le più diffuse esperienze di visione, soprattutto tra le nuove generazioni, e su come le abitudini social quotidiane abbiano influito nella creazione di un nuovo ecosistema di video-storie, clip e microfilmati.

Non è più solo una questione di dimensioni di visione, il lato interessante del progetto di un contenuto video per smartphone sta nelle dinamiche di in-

Un nuovo significato equivale ad un nuovo **mondo**. Un nuovo mondo è l'inizio di un nuovo **linguaggio**.

(Youngblood, 2013)

terazione intrinseche del mezzo. Mentre uno spettatore seduto in una sala può non far altro che stare in silenzio a guardare le immagini che si susseguono proiettate sopra l'enorme telo bianco, un utente che guarda un episodio di una serie tv utilizzando il proprio iPhone è in un rapporto totalmente diverso con il contenuto. Le possibilità che offre lo smartphone sono diverse da quelle della sala cinematografica, e per questo motivo, è necessaria una ridefinizione del contenuto, per far sì che questo si adatti al nuovo supporto e ne sfrutti tutte le funzionalità. Il contesto che ne risulterà sarà sicuramente più intimo e personale, e avrà anche bisogno di stimoli visivi e aptici simile a quelli a cui gli utenti sono stato abituati nel tempo.

Del resto, esistono già realtà che si occupano proprio di capire come le narrazioni evolvono e cambiano nell'incontro con nuove piattaforme e dispositivi. Lo stesso Arcagni (2021) ne cita alcuni tra cui il Columbia Digital Storytelling Lab della Columbia University, sempre alla ricerca di nuovi tipi di cinema che sfruttino in modo innovativo la realtà virtuale, la realtà aumentata, le nuove tecnologie e che si servano di esempi cinematografici immersivi per esplorare un territorio ancora poco definito, ma che nel prossimo futuro si pensa possa prendere sempre più piede anche in contesti a noi molto familiari.

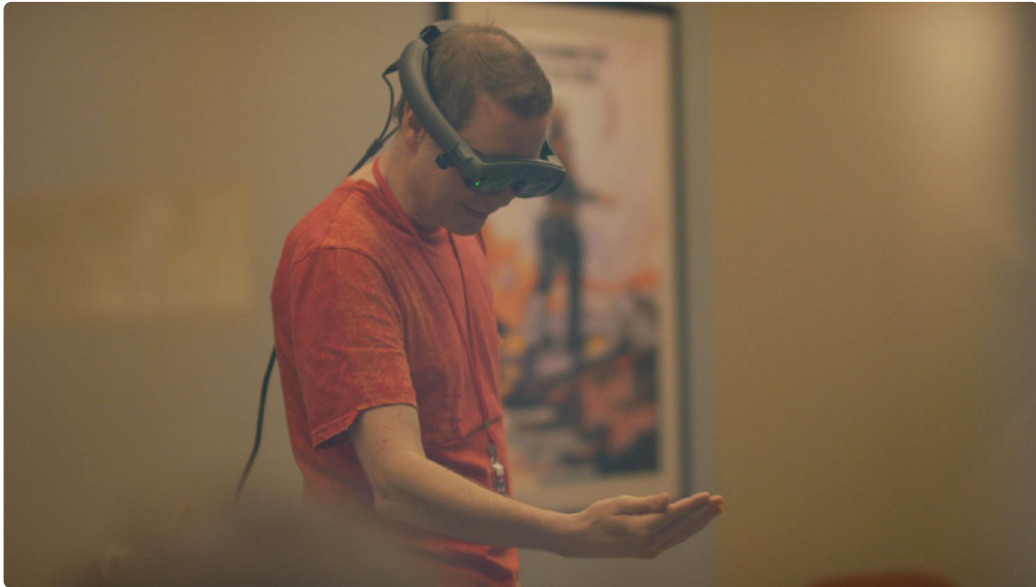


Fig. 1.8 - "Tónandi": Scatti da un'esperienza di esplorazione audiovisiva interattiva della traccia musicale del gruppo Sigur Rós. In collaborazione con Magic Leap Studios (fonte: Magic Leap)

2. La grafica nel cinema e il dominio di un nuovo pubblico

2.1

Il Design che crea l'immaginario

Nella produzione di un film collaborano professionisti provenienti da settori diversi tra loro. In questo contesto specifico quello che a noi preme considerare è il ruolo che il dipartimento artistico gioca nella costruzione dell'immaginario narrativo. Nel cinema il graphic design assume un compito diverso da quello con cui si è soliti considerarlo. Non parliamo della progettazione dei manifesti o delle sequenze dei crediti, piuttosto ci affacciamo al settore della scenografia e del set design. La dicitura inglese utilizzata per definire la figura professionale che sta a capo del dipartimento artistico è "production designer" (e art director, in altri casi). In italiano, quando andiamo a rivolgerci alla stessa fi-

gura chiave, si utilizza il termine "scenografo". Sotto al production designer stanno tutti i diversi gruppi di professionisti che si occupano di scenografie, oggetti di scena e vari artefatti grafici. Il grafico, in una produzione cinematografica o televisiva, è responsabile della creazione di tutti i pezzi delineati dalla sceneggiatura. Molte volte a queste figure viene richiesto di lavorare su artefatti d'epoca. Altre volte questi designer vengono chiamati a ricreare dei documenti che sono realmente esistiti, e, in altri momenti, sono invece impegnati in progetti di fantasia, con grafiche uniche, fantastiche o futuristiche, che vanno a rafforzare l'estetica di un universo cinematografico che non esiste nella realtà.

Ogni oggetto di scena su cui è presente un qualsivoglia tipo di lettering o di elemento grafico, anche fosse la più piccola cosa presente sul set, è considerato "a graphic" (un artefatto grafico di competenza del progettista)

(Atkins, 2020). Il mondo del graphic design per la creazione di film e serie tv è un settore che spesso viene considerato in secondo piano quando si fa riferimento al Design della Comunicazione. Questo accade perché molti dei dipartimenti interni alla produzione di un film rimangono nascosti dietro ad alcune figure chiave come il regista, il direttore della fotografia, l'art director, il produttore. Ma il lavoro del graphic designer nel cinema diventa una parte imprescindibile per un buon risultato della pellicola in termini di narrazione, coerenza e veridicità del contesto finzionale.

È doveroso fare un piccolo appunto su come l'attività professionale del grafico vada a configurarsi diversamente quando questa è inserita all'interno di una produzione per il grande schermo. Come accade in altre realtà specializzate sul progetto della comunicazione che operano su settori più strettamente commerciali (branding, pubblicità, produzione video, comunicazione social), anche il designer grafico per il cinema ha un suo modo specifico di lavorare. La maggior parte delle volte è chiamato a realizzare artefatti che riflettano un determinato periodo storico. Questo accade specialmente in tutti quei film o quelle serie tv biografiche o storiche, nelle quali la forza visiva del contesto filmico è frutto anche di una buona corrispondenza tra le testimonianze reali di riferimento e i nuovi documenti realizzati come parte della scenografia. Altre volte il designer fa capo ad un progetto nel quale è necessario creare degli artefatti che richiamano un'estetica di un tempo passato ma danno vita ad un nuovo contesto, frutto della mente del regista e degli sceneggiatori. Possono esserci anche altri casi in cui, all'interno del genere fantastico, sci-fi o di animazione, la scenografia racconta un mondo del tutto nuovo, con le proprie regole e i propri contesti grafico-visivi. In questi casi il progettista ha allora il compito di creare qual-



Fig. 2.1 - Oggetti di scena dal film "The Grand Budapest Hotel" di Wes Anderson, 2014 (fonte: Annie Atkins 2020)

cosa che, fino a quel momento, non è mai esistito (capeggiato, si intende, da altre figure professionali come l'art director, il production designer o il set decorator).

Ogni oggetto scenico ha un motivo per essere presente all'interno dell'inquadratura. In un film niente è lasciato al caso e, di conseguenza, nessuno degli artefatti grafici progettati è in scena senza un determinato scopo (che sia principale o secondario, a seconda di ciò che accade nella narrazione). Come Annie Atkins ha affermato più volte, in alcune interviste e all'interno del suo libro *Designing Graphic Props for Filmmaking*, "il graphic design anticipa l'azione scritta" (Atkins, 2020, p. 142) (all'interno della sceneggiatura). Nel cinema il design è a servizio della narrazione, ne sottolinea dei passaggi e ne rende veritiera la trama. Conferisce carattere ai personaggi, permette che accadano determinati eventi e crea dei retroscena della storia che, in realtà, non sono mai accaduti. Per tutti questi motivi il design grafico diventa uno degli elementi cardine di una pellicola e, per noi, uno degli aspetti da considerare nello sviluppo dell'idea di




Fig. 2.2 - La carta del Joker nel film "Il cavaliere oscuro" di Christopher Nolan, 2008 (fonte: Warner Bros Pictures)

We take care of the small things to help build a bigger picture.

(Atkins, 2020)


progetto. Diventa estremamente evidente il ruolo del progetto grafico nei film con registi che scelgono, seguendo un loro tipo di estetica, di riservare agli elementi grafici un'importanza particolare. Un regista fra tutti è Wes Anderson che è solito indugiare su dettagli grafici che sono parte della scena (quotidiani, fogli di appunti, mappe, fotografie). Uno dei film in cui questo atteggiamento è messo in risalto è *Grand Budapest Hotel* (2014),

This report is the property of the Zabriskian National Police Force. Any attempt to copy, deface, or interfere with this document in any way shall result in immediate arrest.



Police Report






36652 A
 OCT 23 2014
 AH
 Completed by
 MURDER
 844034



1. Name DEPUTY KOVACS	2. Nature of Incident MURDER	3. Name of Building, etc. KUNSTMUSEUM LUTZ
4. Date 7.15	5. Status UNKNOWN	6. Other notes NONE

Severe contusions to head and chest. Excessive loss of blood. Severing of all fingers on right hand. Fingers themselves not yet located and believed to have been deliberately removed (possibly by killer). Very little indication of struggle. Wrongful death. Body discovered in Egyptian wing deep below vaults. Kunstmuseum archives. Immediately transferred to Lutz morgue for full autopsy.

LEFT HAND

				
---	---	---	---	---

RIGHT HAND


				
---	--	--	--	--

Fig. 2.3 - Oggetto di scena dal film "The Grand Budapest Hotel" di Wes Anderson, 2014 (fonte: Annie Atkins 2020)

produzione in cui la stessa Atkins ha lavorato come lead graphic designer. Il Grand Budapest Hotel è situato nella terra immaginaria di Zubrowka, il che significa che Atkins ha dovuto creare da zero ogni singolo artefatto grafico presente nel film, seguendo una logica estetica che mette insieme lo stile di un periodo storico e la tendenza artistica di Anderson (fig. 2.1-2.3). Le inquadrature di Anderson spesso sono visioni di dettaglio di questi elementi scenici che diventano protagonisti della scena, ma il cinema di Anderson è un'eccezione, non sono molti i registi che riservano questa attenzione agli oggetti di scena.

“We’re not always designing for the cinema audience, sometimes it’s purely for the director and actors. [...] Film sets don’t look like film sets – they’re full of lights and people standing round in North Face jackets drinking coffee so everything we can do to make the experience more authentic for the actors, we do it.”
(Atkins, 2015)

Molte volte, dice la Atkins, non si progetta solo per il pubblico, ma anche per rendere più semplice il lavoro degli attori, che si trovano per le mani documenti così ben curato da sembrare pezzi reali. Sui giornali di Grand Budapest Hotel, per ogni articolo, Wes Anderson aveva personalmente scritto ogni singola storia, indipendentemente dal fatto che quelle storie si leggesero o no nelle riprese del film o che avessero o no a che fare con lo sviluppo della trama (cfr. Atkins, 2015). L'autenticità è tutto.

Allora perché, visto che il lavoro del graphic designer arriva fino alla progettazione di minuscoli particolari che difficilmente vengono inquadrati dalla camera, non trovare una modalità di presentare allo spettatore alcuni artefatti nella loro interezza e complessità, permettendone un'esplorazione più dettagliata e, quindi, una maggiore immersione nel mondo finzionale?

2.2

Herald e Hero Props

La lettera di Hogwarts per Harry Potter, le polaroid di Leonard Shelby nel film *Memento*, il biglietto da visita di Paul Allen in *American Psycho* (fig. 2.4-2.4), la carta di Joker in *Batman* (fig. 2.2) o il poster con Raquel Welch in *Le ali della libertà*. Tutti questi non sono solo oggetti scenici, sono oggetti fondamentali per le storie narrate in questi film. Più che semplici artefatti grafici, sono elementi che permettono ai personaggi di progredire nel racconto, dialogando, scontrandosi, agendo nei modi più disparati. Spesso non sono solo documenti cartacei, ma possono essere anche altre tipologie di oggetti. Tutti gli artefatti appartenenti alla tipologia appena citata prendono il nome di “hero props”. “Props” è la parola inglese per identificare un oggetto scenico, il termine “hero” sta a specificare che, in quel determinato caso, l'oggetto assume un livello di importanza maggiore nella pellicola, staccandosi dalla moltitudine di altri elementi della scenografia per diventare uno strumento che ha particolare effetto nello sviluppo della narrazione, in qualche modo ne determina lo svolgimento (cfr. Atkins, 2020).

Normalmente un “hero prop” è un oggetto che può essere tenuto in mano da un attore e che necessita di essere realizzato con una cura particolare in tutte le sue parti, perché è molto probabile che sarà oggetto di inquadrature di dettaglio e close-up. Il termine “hero prop” si lega anche ad un altro termine inglese legato, prima che al cinema, allo storytelling in generale: “the herald” (parola che in italiano significa messaggero, araldo). Atkins parla dell'herald come: “the message or messenger that kick-starts the action” (ivi p.8). Questo espediente narrativo può essere una cosa così come una persona (un telegramma



urgente, un messaggero che annuncia qualcosa al pubblico, un evento particolare), in generale agisce come un segnale chiaro che qualcosa nella storia sta per cambiare. In una storia possono certamente essere presenti più elementi di questo tipo, ma tutti rispetteranno alcune funzioni fondamentali: sono una promessa che qualcosa sta per accadere, fungono da invito all'azione per il protagonista, oppure forniscono al pubblico uno sguardo verso un mondo sconosciuto con cui presto il protagonista avrà a che fare (cfr. O'Donnell, 2019). Quando l'herald incontra il cinema prende il nome di "hero prop".

La riflessione sul tema ci ha portato a

ragionare sul ruolo che questi artefatti svolgono nella narrazione audiovisiva e su come i diversi registi scelgono di presentarli all'interno delle loro visioni. Ci siamo chiesti cosa succederebbe se questi elementi fossero l'elemento chiave per la definizione di un format che li utilizza come espedienti interattivi all'interno dell'esperienza di visione di un film o di una serie tv. Cosa accadrebbe se questi oggetti fossero visti con un punto di vista a metà tra il cinema e il videogioco e cominciasse ad essere considerati come elementi collezionabili durante la visione? Chiaramente questo ragionamento diventa complesso se si considera un pubblico

Fig. 2.4 - Frame dal film "American Psycho" di Mary Harron (fonte: Lionsgate Films)



seduto in una sala di un cinema, ma se il nostro pubblico è abituato a guardare la serie tv preferita sullo schermo del proprio iPhone, allora le possibilità che ci troviamo di fronte cambiano notevolmente.

René Barjavel, nella prima pagina del suo *Saggio sulle forme future del cinema* (Cinema totale, 2001), recita:

“Il Cinema è la sola arte il cui destino dipenda strettamente dalla tecnica. L'autore non può più, oggi, fare un film muto. Non potrà più, domani, fare un film in bianco e nero, dopodomani un film bidimensionale” (p. 35)

E se, oggi, quel tridimensionale a cui accenna Barjavel diventasse non realtà aumentata o virtuale, ma una realtà tridimensionale più immediata, interna al film, che riprende alcune tra le soluzioni più conosciute come quelle dei videogame o delle interazioni nei contenuti social?



Fig. 2.5 - Dettaglio della grafica del biglietto da visita del film *American Psycho* (fonte: Hoban Cards)

Everything we p
of a camera **is the**
reason. The gra
anticipates the
action.

out in front
here for a
graphic design
scripted

Annie Atkins

Designing Graphic Props for Filmmaking . 2020

2.3

Un'esperienza “on-the-go”

Secondo una ricerca condotta da Adobe sul consumo di contenuti video da parte delle giovani generazioni durante il 2021, più del 60 per cento degli utenti Gen Z usa Instagram e YouTube quotidianamente e quasi tutti posseggono uno smartphone, che viene utilizzato come strumento principale per guardare video (dagli utenti di TikTok, ai giocatori professionisti di videogame, fino alle star di YouTube) (Adobe Communications Team, 2021). Possiamo affermare che, nel corso dei prossimi anni, molti dei contenuti audiovisivi di cui un utente tipo farà esperienza quotidianamente saranno principalmente contenuti presentati su smartphone in un contesto social o all'interno di piattaforme di streaming. Questa tendenza è estremamente consolidata se consideriamo un target molto giovane; ma anche le abitudini di utenti in età più avanzata stanno cambiando radicalmente negli ultimi anni.

Il passaggio dalla tv allo smartphone ha decretato una forte decentralizzazione dell'esperienza. Rispetto ad una quindicina di anni fa, quando ancora i ragazzi si ritagliavano del tempo nel primo pomeriggio da passare davanti alla tv a vedere la puntata giornaliera del loro anime preferito, adesso ogni utente è libero di decidere per sé stesso cosa, quando e per quanto tempo guardare un prodotto disponibile onli-

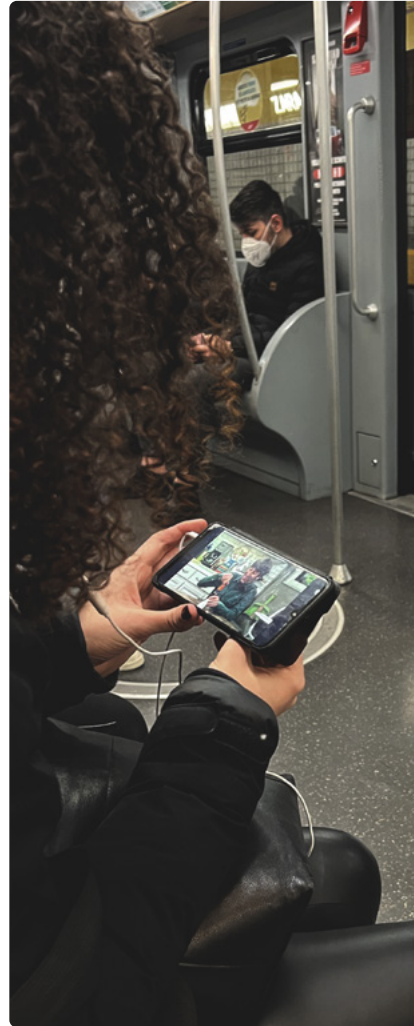


Fig. 2.6 - Ragazza in metro a Milano intenta a guardare l'episodio di una serie tv



Fig. 2.7 - Frame dallo Spot Apple "Fumble" per iPhone 12 (fonte: Apple)



Fig. 2.8

ne e sempre accessibile da remoto, dovunque ci si trovi. Ferguson, Greer e Sue Mintle durante una conferenza alla National Communication Association hanno indagato il ruolo che i device mobili rivestono nel cosiddetto fenomeno del binge watching. Secondo gli autori:

Fig. 2.8 - Alcuni frame ripresi dal film "Human Be-In" di Loren Sears, 1967 (fonte: Diggers Archives)

"the easiest explanation for why people binge view may simply be because they can. Access, affordability and opportunity provide viewers with the means to consume at their own rate. With easy access, binge viewing is a way for consumers to personalize viewing habits and take charge of their schedules." (Ferguson, Greer, & Mintle, 2018, p. 9)

Questa riflessione è vera anche al di là del tema del binge watching. La "portabilità" di questi nuovi prodotti cinematografici distribuiti non più su supporti fisici ma caricati come file digitali all'interno di piattaforme online ha portato ad una forte individualizzazione dell'esperienza del cinema (inteso come settore di intrattenimento).

Altri hanno più volte affrontato il tema dello smartphone considerandolo come un'estensione del nostro "io", un raccoglitore di tutte quelle informazioni che vanno a costituire la nostra identità digitale. La vita sui media digitali - e sui social media in primis - è diventata una parte significativa della vita di ognuno di noi, e questo è sfociato anche in una ridefinizione del comportamento degli utenti di fronte ad altri scenari quotidiani, sia lavorativi che di intrattenimento. "The uses and appropriations of media can be seen as fused with everything people do, everywhere people are, everyone people aspire to be." (Deuze in Miller, 2014, p. 219).

2.4 Nuovi tempi individualizzati

Non siamo qui per affermare che un nuovo orizzonte di fruizione video su mobile stia per sostituirsi integralmente al cinema in sala. Stiamo parlando di due strade che hanno assunto caratteristiche molto diverse e crediamo che le modalità classiche di visione di un film al cinema siano qualcosa che va al di là delle specifiche del supporto sul quale la pellicola viene proiettata. Il cinema è anche un luogo di aggregazione e di ritrovo, un posto nel quale condividere una passione e un'esperienza di visione collettiva.

Già negli anni '70 Loren Sears, regista di avanguardia, poneva l'attenzione su quanto fosse diverso vedere qualcosa proiettato su un telo o vederlo a schermo.

"La televisione ha più l'aspetto di una sorgente. È come se la luce arrivasse passando attraverso qualcosa" (Sears in Youngblood, 2013, p. 228)

Anche se Sears si riferiva allo schermo di un televisore, la sua riflessione è valida per tutte le tipologie di schermi che usiamo oggi. L'esperienza del nostro occhio è diversa, le dimensioni dell'area di visione sono diverse, la portabilità dello schermo dell'iPhone rende l'intrattenimento audiovisivo qualcosa che, in molti contesti, si allontana dal mondo originario del cinema. Ma chi ci dice che questi nuovi orizzonti di visione non possano esse-

re più considerati “cinema”? Forse il cinema è anche dentro a tutte queste nuove pratiche e, con un’attenzione rivolta ai nuovi supporti e alle nuove tipologie di pubblici, una ridefinizione del concetto di cinema su mobile è più che possibile.

Dopotutto il cinema non è più un’istituzione monolitica e può cominciare ad anche essere pensato anche come:

*“un’esperienza fatta di software, forme e pratiche che vagano per lo più nel macro-medium computer/Rete e prendono forma su differenti schermi”
(Arcagni, 2021, p. 16).*

La capacità di costruire nuovi modelli di fruizione va di pari passo con la costruzione di nuovi pubblici, Arcagni stesso spinge a considerare il cinema come meccanismo di produzione di immagini in movimento, rendendone più ampia l’area di competenza. Questi nuovi pubblici non sono più abituati a programmi televisivi che seguono la vecchia logica “prime time”, adesso sia la tv che il cinema seguono un sistema “my time” caratterizzato da una convergenza di mezzi e da servizi streaming multiplatforma e multiscreen, con contenuti on demand disponibili a tutti in ogni momento. Il tempo è diventato estremamente individualizzato, il tempo libero va sempre più a fondersi con il tempo dedicato al lavoro e il tempo personale diventa un tempo interstiziale (cfr. Youngblood, 2013, p. 347). L’intrattenimento viene frammentato in più momenti sparsi nel corso della giornata. Uno scenario del genere ha costituito un campo fertile per i contenuti “short-form” e le clip video di corta durata come quelle raccolte sui social (TikTok e Instagram Reels). Le capacità dello smartphone stanno in un certo senso “reinventando la televisione per il piccolo schermo in una <<creazione collettiva di nuove forme di esperienza televisiva>>” (Miller, 2014, p. 216).

Fig. 2.9 - Il contenuto con più “mi piace” su TikTok (fonte: Bellapoarch TikTok)

Oggi i progettisti della comunicazione audiovisiva devono fare i conti con nuovi tipi di spettatori, sempre pronti a recepire nuove informazioni perché costantemente accompagnati dal proprio schermo portatile, ma sempre meno abituati ad una comunicazione dai tempi dilatati. C’è però un aspetto interessante che scaturisce da questa predisposizione ad un utilizzo massivo degli smartphone: essendo strumenti che ci seguono ovunque andiamo, pronti ad essere utilizzati in ogni momento, sono divenuti parte integrante di ognuno di noi. Questo significa anche che i film e il cinema di fiction, creati con e per gli smartphone, sono esperienze che vengono percepite come qualcosa di più intimo e vicino agli spettatori. Fors’anche perché stiamo parlando di modalità che richiamano un vasto universo di contenuti generati dagli utenti (direttamente all’interno del proprio iPhone), ma anche perché il device stesso determina con il suo proprietario un rapporto molto più stretto e confidenziale di quello che avviene con una televisione o uno schermo di un cinema.

That's why fiction or reality both films **made with smartphones** feel very close to the audience.

(Isikman, 2018)

Fig. 2.9



2.5

Abitudini di interazione

Le *Instagram Stories* (fig. 2.10) fanno parte di funzionalità che è stata lanciata cinque anni fa dal team di Kevin Systrom (AD di Instagram). In questi anni i social, integrando di volta in volta nuove funzioni per la condivisione di contenuti tra utenti, hanno definito nuovi schemi comportamentali e di interazione. Questo universo digitale costituito da azioni, interazioni e raccolte digitali di immagini, video ed effetti, ha contribuito a formare negli utenti un'abitudine a ritrovarsi all'interno di contesti simili, seppur di volta in volta posti all'interno di applicazioni diverse. Questo ambiente digitale li vede al tempo stesso spettatori e creatori, pubblico e protagonista. Il modo in cui le *Stories* vengono presentate all'interno della piattaforma e le azioni che ogni utente compie durante questa "esplorazione" di contenuti sono qualcosa che già esisteva con Snapchat e che, allo stesso tempo, è stato ripreso da TikTok. Lo scorrimento verticale dei micro-video di TikTok è poi apparso nei reels di Instagram e YouTube, piattaforma nata molti anni prima dei social sopra citati, ha ripreso quella stessa funzionalità creando gli *Shorts* (che funzionano allo

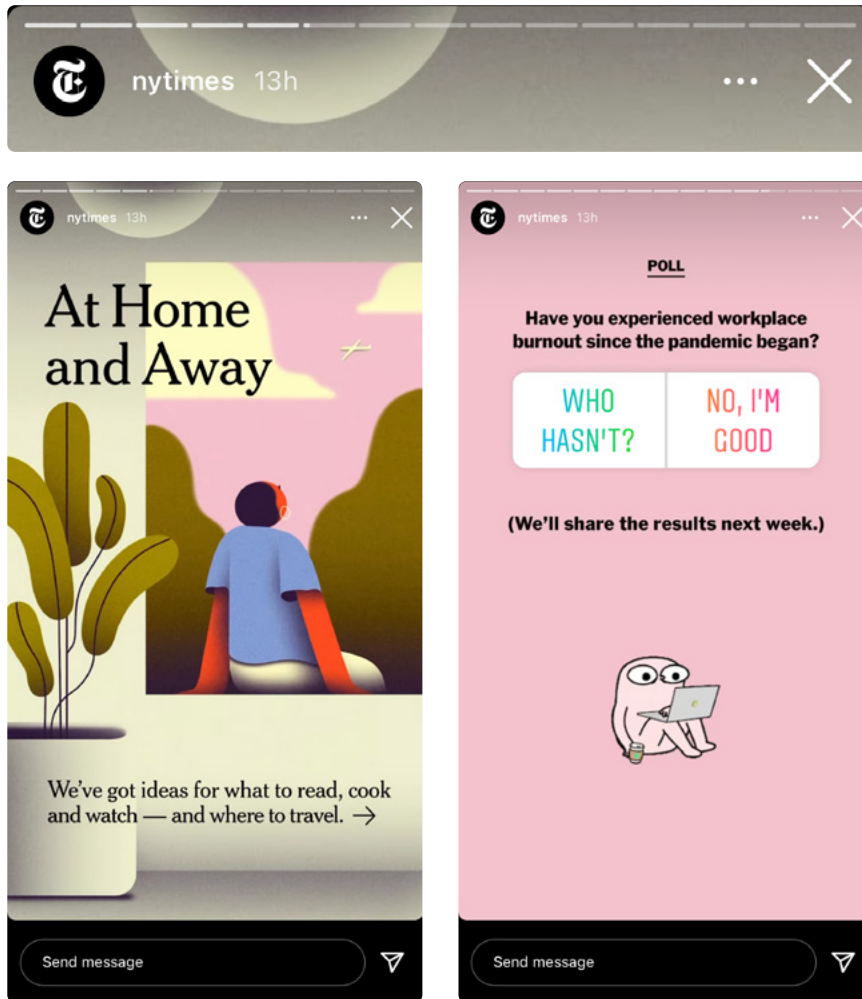


Fig. 2.10 - Instagram Stories caricate sulla piattaforma dall'account del New York Times e dettaglio dell'interfaccia di Instagram. (fonte: Instagram)

stesso). Si è andata creando una coesistenza di piattaforme che, seppur nate con identità diverse, vanno oggi a mischiarsi ed a omologarsi per quanto riguarda certi aspetti dell'interazione su schermo touch.

Il contesto sociale nel quale siamo immersi non è solo legato alla tecnologia, "ma è un cambiamento del nostro comportamento che sta causando tutto questo." (Youngblood, 2013, p. 230). Le ridotte dimensioni, ed il fatto di essere facilmente "afferrabile", fanno dello smartphone uno strumento comunicativo molto intimo, che spesso funge anche da ponte tra noi e ciò che ci sta di fronte. Quante volte abbiamo utilizzato la camera del telefono per riprendere momenti significativi della nostra vita: la foto al tramonto, il video fatto al cantante durante il concerto, la condivisione sui social di un'immagine che attesta che nel weekend eravamo a sciare.

A volte agiscono come filtro verso l'esterno ed altre volte agiscono come raccoglitori, sia di informazioni che riguardano noi stessi che di contenuti provenienti dall'ambiente circostante.

attraverso un'iperbole, così come la presenza di queste nuove funzioni di editing video (fig. 2.11-2.12-2.13) producano un'esperienza di "intensified play".

"Intensified play connects the intensification of contemporary cinematic techniques to the changing characteristics of play on mobile devices." (Bresnick, 2019, p. 2).

Non è possibile pensare di progettare un'esperienza di visione su mobile senza far fronte a quelli che sono oggi i comportamenti interiorizzati dagli utenti in ambito social. Per sviluppare una proposta che si adatti al contesto di riferimento è stato perciò necessario riconsiderare il cinema come tipologia di linguaggio comunicativo, ma anche appoggiarsi ad interazioni con cui l'utente ha familiarizzato e che permetto-

Smartphones are experienced as both part of the **self** and of the **external world**.

(Miller, 2014)

Il contesto d'uso a cui facciamo riferimento considera anche una sezione relativa non solo all'upload di fotografie e video sul proprio account social, ma anche l'utilizzo di filtri, decorazioni e miglioramenti da applicare ai propri contenuti (testi, gif, stickers, effetti e altro). Bresnick (2019) parla di TikTok come qualcosa che esprime il cinema

no di richiedere allo spettatore-giocatore il minore sforzo cognitivo.

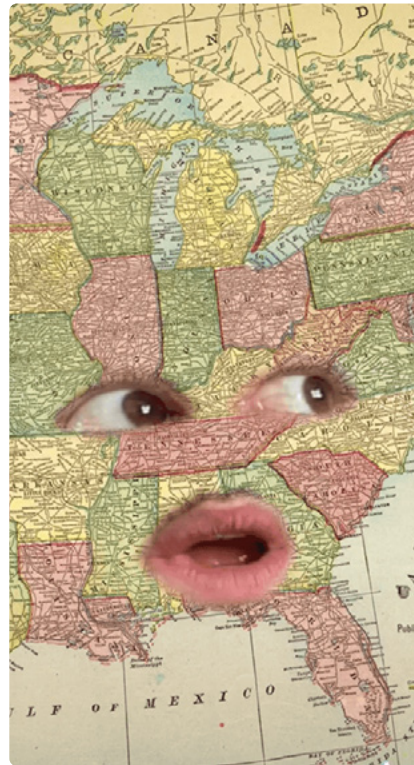
Come vedremo più avanti, si è scelto di riprendere alcuni gesti che gli utenti ripetono quotidianamente navigando all'interno dei contenuti social su Instagram e TikTok, per strutturare una proposta di progetto che parlasse la lingua dello smartphone e lo facesse

Fig. 2.11



Fig. 2.11, Fig. 2.12 - Esempio di effetti applicabili sulle clip video tramite l'editor di TikTok (fonte: TikTok)

Fig. 2.12



attraverso una gestualità alla quale lo spettatore è abituato da tempo e che sente come propria. Andando più nello specifico: abbiamo scelto di recuperare sia il tipo di interazione che troviamo nelle *Instagram Stories* (il tocco a schermo per passare da un contenuto al successivo, il tocco prolungato per mettere in pausa la riproduzione di contenuti) sia altri gesti delle dita a schermo, che ritroviamo in applicazioni diverse, come lo "swipe up" (scorrimento del dito dal basso verso l'alto).

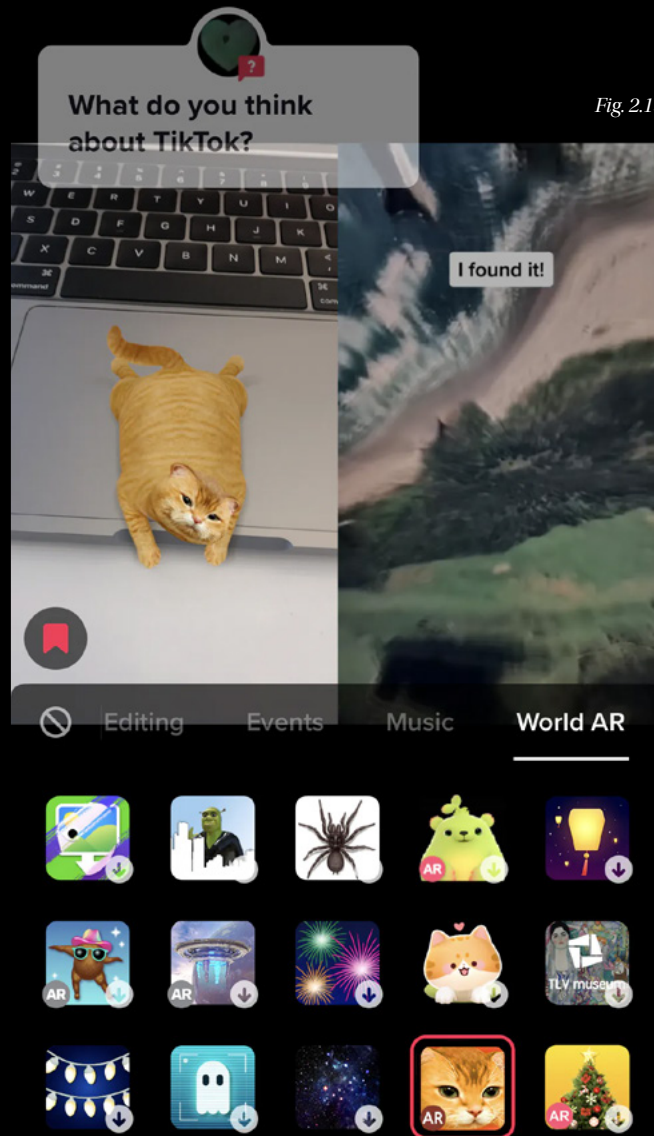


Fig. 2.13

Fig. 2.13 - Schermata dell'applicazione di TikTok durante la modifica di un video e utilizzo del menu effetti (fonte: TikTok)

3. Alla ricerca di storie multimediali

3.1 Verso altri modelli di fruizione

In questo capitolo andremo a presentare alcuni casi studio raccolti durante il lavoro di ricerca. Quasi tutti i progetti citati sono esempi di storytelling audiovideo interattivo, ma ognuno di loro ha caratteristiche peculiari che differiscono dagli altri. Visti nell'insieme, questi esempi ci garantiscono una visione il più possibile completa del panorama video interattivo oggi e, insieme ad altri casi studio secondari (che ci limiteremo a citare per questioni di sintesi), ci forniscono buoni riferimenti visivi e di funzionamento utili allo sviluppo della nostra proposta progettuale.

Già negli anni 50 del '900 John Whitney (fig. 3.1), animatore e collabo-

ratore di Saul Bass per i titoli del film *Vertigo* di Hitchcock, aveva chiaro che i sistemi di grafica al computer avrebbero portato ad infinite nuove prospettive in ambito video ludico. Nel 1966 venne assunto dalla IBM con il compito di sperimentare le potenzialità estetiche della grafica computerizzata. Whitney sentiva che l'arte fatta di grafiche in movimento create al computer nascondeva potenzialità non ancora esplorate. "Whitney è un uomo del domani nel mondo di oggi" (Youngblood, 2013, p. 162). Chissà cosa direbbe Whitney oggi, di fronte ad una moltitudine di artisti e designer che lavorano in un ambiente che non è più ristretto allo spazio digitale di un computer ma che si è espanso sui personal device e che ha ormai da tempo introdotto nuovi tipi di realtà che, invece di essere solo digitali, diventano realtà aumentate e virtuali.

**Il creatore di im
ha a sua dispos
un linguaggio g
completamente
che i nostri vide
arrivati fino a M**

**immagini
zione
grafico
e nuovo ora
eo-sensi sono
arte e oltre.**

Gene Youngblood

Expanded Cinema . 2013

Passando dalla sala allo smartphone, agli occhi e alle orecchie si aggiungono

“il tatto e la sensorialità completa, e tutto d’un tratto ci troviamo di fronte ad un nuovo possibile << sistema di cinema totalmente immersivo, interattivo e personale>>” (Arcagni, 2021, p. 45).

Le nuove esperienze di interazione con il mondo video-ludico affrontano contesti e metodologie anche molto differenti tra loro. Vengono prodotti cortometraggi con un angolo di ripresa di 360 gradi da vedere tramite l’uso di un visore, ambientazioni digitali popolate da intelligenze artificiali che evolvono nel tempo, film che mischiano contenuti dal passato e nuovi video prodotti dagli utenti, archivi digitali che ripropongono contenuti in formato digitale permettendo un tipo alternativo di esplorazione. Guardare a ciò che esiste, a ciò che già è stato sviluppato, è una pratica diffusa nel mondo del design. Immergersi con occhio critico all’interno delle pratiche presenti nell’ambito di interesse serve non solo a tastare il terreno in cerca delle soluzioni che sono già state attuate, ma anche per esplorare e rielaborare i percorsi progettuali di alcuni casi studio che si ritiene interessanti. Il percorso dei designer è un percorso di raffinazione, imparare da chi ci ha preceduto ci permette di capire come altri hanno scelto di agire e perché hanno avuto successo nel risolvere un problema, così come gli esempi negativi ci mettono di fronte ad errori che sono già stati commessi, aiutandoci a non farne di simili.

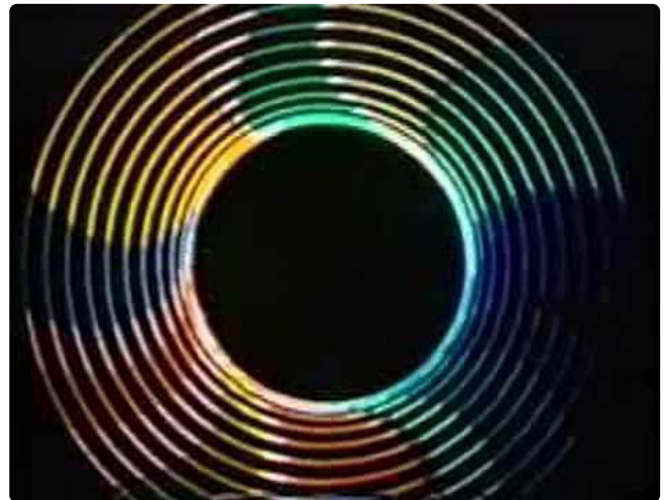


Fig. 3.1 - John Whitney al lavoro con il suo computer meccanico (fonte: Charles Eames)

Fig. 3.2 - Frame da una delle sperimentazioni di Whitney

3.2 L'esempio dei videogames

Affrontare il tema del cinema interattivo senza considerare il vasto mondo dei videogames non era possibile. Nel 2020, solo in Italia, il giro di affari sviluppato dai videogiochi ha superato i 2 miliardi di euro (con una crescita del 21,9%, una delle più alte d'Europa) (Wired, 2021). Da un punto di vista analitico-progettuale, i videogiochi sono chiari esempi di sistemi video interattivi in cui lo spettatore diventa parte attiva e partecipa ad un'esperienza di gioco (e di visione) che lo vede come protagonista. Egli decide in diretta le azioni che il personaggio dovrà compiere e si muove più o meno liberamente all'interno di una sceneggiatura opportunamente progettata per permettere un certo grado di libertà all'interno dell'ambientazione digitale. In questa sede non è nostro interesse scandagliare in profondità l'ambito dei videogames, ma ci è d'aiuto analizzare qualche sezione come ispirazione per il progetto.

Tra i diversi videogiochi presi in esame in questa fase di ricerca ce ne sono due che hanno attirato la nostra attenzione: *The Last of Us* e *Red Dead Redemption* (fig. 3.3). Entrambi facenti parte di due saghe di due episodi ciascuna, sono casi interessanti per l'attenzione che riservano ad alcuni dettagli all'interno della narrazione digitale. *The Last of Us II*, riprendendo una logica

che era già presente nel primo episodio, riserva una sezione di gioco alla raccolta di indizi e oggetti di corredo alla narrazione principale, questi oggetti vengono chiamati, in gergo da videogame, "collezionabili". I collezionabili in *The Last of Us II* vengono divisi in quattro categorie: artifacts, training manuals, trading cards e coins. Questi oggetti si trovano sparsi per i luoghi del gioco e vengono aggiunti all'archivio man mano che il giocatore ne trova di nuovi. Quando il giocatore trova uno di questi items può prenderlo in mano con il proprio avatar e vederlo da vici-

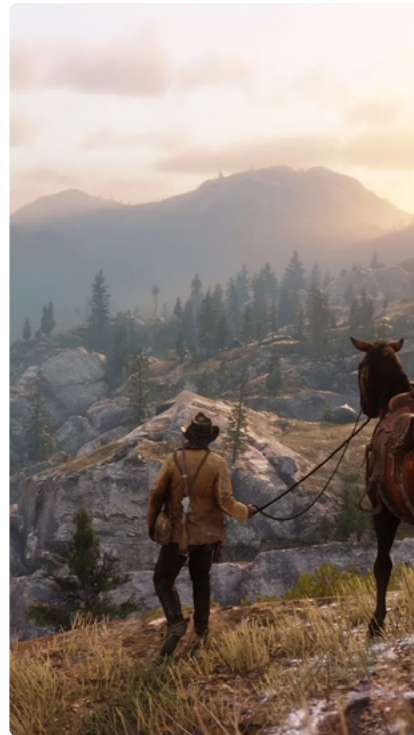


Fig. 3.3 - Immagine dal videogioco "Red Dead Redemption II" (fonte: Rockstar Games)

no, con la possibilità anche di ruotarlo, vederne i dettagli e leggerne il contenuto (se si tratta di un oggetto che presenta parti di testo). L'inquadratura in prima persona e il forte realismo dato dal rendering tridimensionale e dall'utilizzo di un'illuminazione realistica

3.5). Al giocatore è permesso di ruotare l'angolo di visione, capovolgere la figurina davanti-dietro oppure attuare uno zoom controllato sull'oggetto. Se, come in questo caso, l'oggetto presenta anche contenuti di tipo testuale, allora una ulteriore funzione permette

Fig. 3.4 - Dettaglio di una delle card in "The Last Of Us II" (fonte: Naughty Dog)



della scena rendono questo momento una parte del gioco molto immersiva. Il giocatore si sente ancora di più catapultato all'interno della realtà virtuale. Assieme a questo, la dinamica dei movimenti del personaggio (come prende l'oggetto, come lo tiene tra le mani) e la cura nel dettaglio delle grafiche e delle texture applicate ai modelli 3D fanno sì che l'esperienza di raccolta rafforzi la veridicità del contesto giocabile, immergendo l'utente in un mondo digitale estremamente convincente.

Andiamo nel dettaglio di uno degli artefatti raccolti in *TLOU II*. Questa figurina fa parte di una collezione di 48, nascoste all'interno del gioco. Il giocatore si imbatte in questo oggetto avvicinandosi ad una lavagnetta fermacarte. L'interfaccia del gioco informa l'utente che su quella lavagna è presente una figurina che può essere raccolta (a schermo appare il simbolo del tasto da premere per raccogliere l'oggetto, corredato da un pittogramma che informa sulla tipologia di oggetto a cui si fa riferimento, in questo caso una carta). Una volta raccolto l'oggetto è possibile esaminarlo più da vicino. L'avatar virtuale tiene la figurina in mano illuminandola con la torcia, piccoli movimenti della luce e della mano del protagonista simulano una situazione reale di lettura (fig. 3.4-

di vedere il testo presentato sulla card anche in sovraimpressione a schermo, con un font lineare neutro. L'utente può poi decidere di abbandonare questa visione di dettaglio e tornare al gioco in qualsiasi momento.

Come *The Last of Us II* anche *Red Dead Redemption II* riserva una eccezionale cura nella progettazione dell'interazione nell'ambientazione di gioco. Anche in *Red Dead Redemption II* ciò che più ci interessa sono le caratteristiche dei props interni al gioco. Allo stesso modo del primo esempio citato, qui è presente una larga categoria di oggetti grafici inseriti all'interno della narrazione (fig. 3.7). Questi oggetti a volte svolgono il ruolo di elementi scenici che rafforzano l'immaginario e, altre volte, sono veri e propri strumenti utilizzati dal giocatore con finalità di guida, consultazione o per eseguire determinate azioni in contesti specifici. In questo caso parliamo di elementi con un livello di importanza superiore rispetto ai collezionabili di *TLOU*. Nei giochi di ruolo questi possono essere mappe, manuali o altri strumenti di cui il nostro avatar viene dotato e che, alla bisogna, possono essere richiamati dall'utente durante la partita. In *RDR II* sono stati inseriti items simili a ciò che abbiamo citato in precedenza (set di carte, fogli, intagli in pietra),

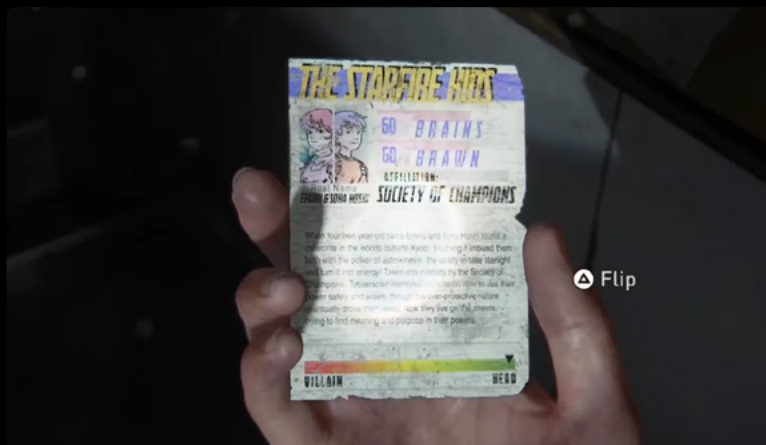
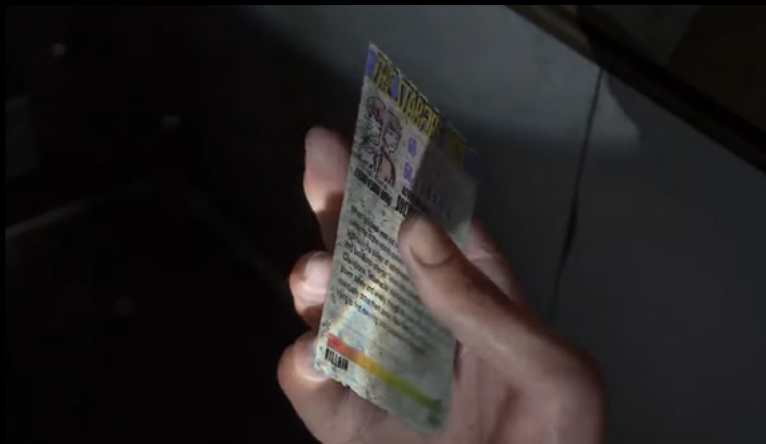


Fig. 3.5 - Momenti di raccolta dei "collezionabili" in "The Last Of Us II"
(fonte: Naughty Dog)

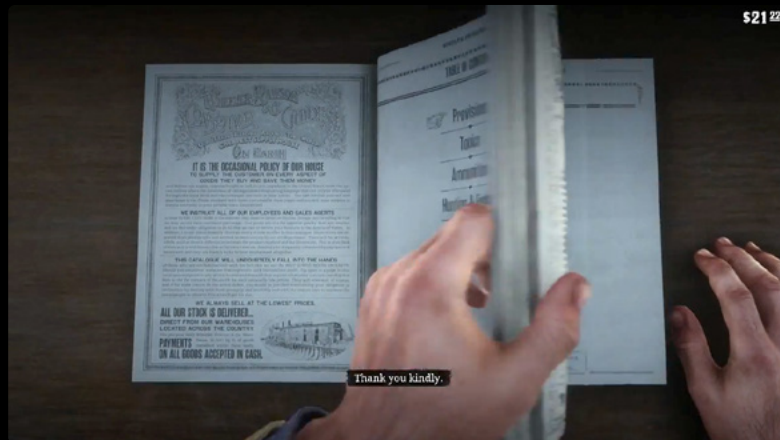
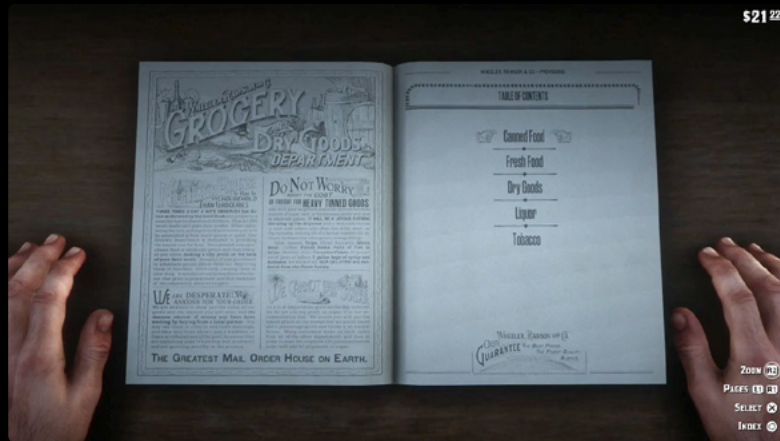


Fig. 3.6 - Menu della sezione "Emporio" di "Red Dead Redemption II" (fonte: Rockstar Games)



l'oggetto che vogliamo però affrontare in modo particolare è presentato nella sezione "shop". Nella ricostruzione scenica del videogioco è presente un emporio che il giocatore può visitare ed esplorare al fine di acquistare diverse tipologie di utensili, prodotti o oggetti. All'interno di questo segmento, il menù di scelta è realizzato come un vero e proprio catalogo cartaceo (fig. 3.6), un grande libro suddiviso in capitoli e in categorie di oggetti che il protagonista è chiamato a sfogliare. Anche in questo caso l'attenzione spesa nella progettazione di dettaglio delle grafiche, della resa visiva tridimensionale del catalogo e della tipologia di interazione che il personaggio ha con l'oggetto, sono ciò che rende quel momento una sequenza molto realistica. Il punto di vista permette al giocatore di avere una visione in prima persona e rende coinvolgente ed attraente anche una circostanza che solitamente capita che venga risolta con un semplice menù in sovrainpressione.

Fig. 3.7, Fig. 3.8 - Immagini riprese dall'interfaccia di gioco di "Red Dead Redemption II" (fonte: Rockstar Games)

Fig. 3.9 - Clip video iniziale del film interattivo "Far Away From Far Away" (fonte: Global Mechanic)



3.3

Casi studio

3.3.1 Far Away From Far Away

Far Away From Far Away è un'esperienza audiovisiva progettata specificatamente per smartphone, scritta da Michael Crummey, poeta e scrittore canadese. Il progetto, pensato per essere una storia digitale interattiva, nasce da una conversazione tra Crummey e l'imprenditrice Zita Cobb, originaria dell'isola di Fogo. La parte progettuale di questo audiovisivo è stata curata dallo studio canadese Global Mechanic, con sede a Vancouver. I due direttori creativi del progetto, Bruce Alcock e Jeremy Mendes, hanno specificato che il progetto non è stato considerato solo come un unicum, ma potrebbe essere utilizzato come un vero e proprio nuovo format metodologico per altri film o cortometraggi che hanno l'intento di presentare al mondo comunità poco conosciute e parti remote del Canada, in questo caso specifico.

Il progetto risulta estremamente stimolante perché prende l'avvio analizzando quali sono oggi le modalità di visione delle immagini in movimento, soprattutto da parte delle nuove generazioni sul mobile. Il punto focale di questa analisi è chiaramente il settore dei social network visuali (principalmente Instagram e TikTok). Con l'introduzione delle stories nel 2016, Instagram ha iniziato i propri utenti ad un cambiamento radicale nelle modalità e nei tempi di fruizione sia di immagini che di video. Dopo cinque

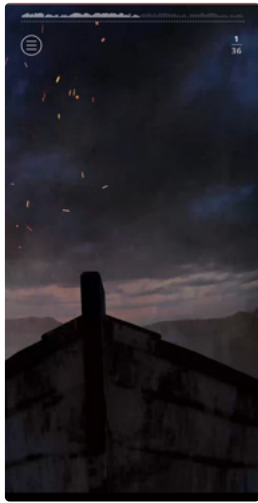


Fig. 3.10 - Interazione con doppio video in "Far Away From Far Away". Il tocco a schermo fa comparire il video sottostante (fonte: Global Mechanic)



anni, chiunque navighi in rete in un contesto di condivisione contenuti, è ormai abituato ad un ritmo visivo molto incalzante e variegato. Scorrendo tra le storie di Instagram siamo immersi in una dinamica simile a quello che potremmo definire un montaggio video

cominciato a ragionare su come sviluppare un film che parlasse il linguaggio dello smartphone, che fosse immediatamente comprensibile. I due direttori creativi volevano creare un artefatto che permettesse agli utenti di "tenere l'intera storia nella propria mano" (Alcock & Mendes, 2019), senza dover chiedere loro uno sforzo cognitivo troppo grande nell'imparare un nuovo tipo di interazione. In questo loro cortometraggio tutte le clip che potevano essere usate per una specifica sequenza narrativa vengono rese disponibili tutte nello stesso momento e lo spettatore viene lasciato libero di navigare tra una e l'altra, rendendolo così capace di definire in autonomia i tempi del montaggio. In un certo senso l'utente è spinto a giocare con i tagli, prendendo parte al processo creativo, mentre una traccia audio lineare genera continuità nella narrazione. Alcock stesso non usa il termine "film" per definire il progetto, ma parla di quella che per lui è come una "cosa viva" (*ibidem*), concepita in modo da risultare familiare proprio perché parla un linguaggio tipico dei meme, di Instagram, di Snapchat.

L'interfaccia che si presenta agli occhi dello spettatore è stata sviluppata prendendo come riferimento gli elementi presenti nella parte alta delle stories di Instagram. Tre diverse tipologie di linea istruiscono l'utente sulle diverse interazioni che è possibile attuare nella sequenza narrativa dove si viene immersi. Se la sequenza è fatta da diversi cut tra i quali l'utente può navigare (fig. 3.9), la linea spezzata ha la stessa dinamiche che si presenta quando un utente Instagram ha caricato sul proprio account più storie nell'arco di 24 ore. Quando invece la sequenza permette di esplorare un montaggio di due video in parallelo, un tap prolungato permette di scoprire un video che si trova su un secondo piano rispetto al video principale (come se si nascondesse "dietro" al primo) (fig. 3.8) e la linea di interfaccia è puntinata.

It speaks to everyday experience in a way that regular film can't.

(Alcock & Mendes, 2019)

in cui sono gli stessi utenti a decidere il ritmo delle clip, quando passare da una clip alla successiva o ripeterne la visione più di una volta. È stato a partire da questa idea che Alcock e Mendes hanno

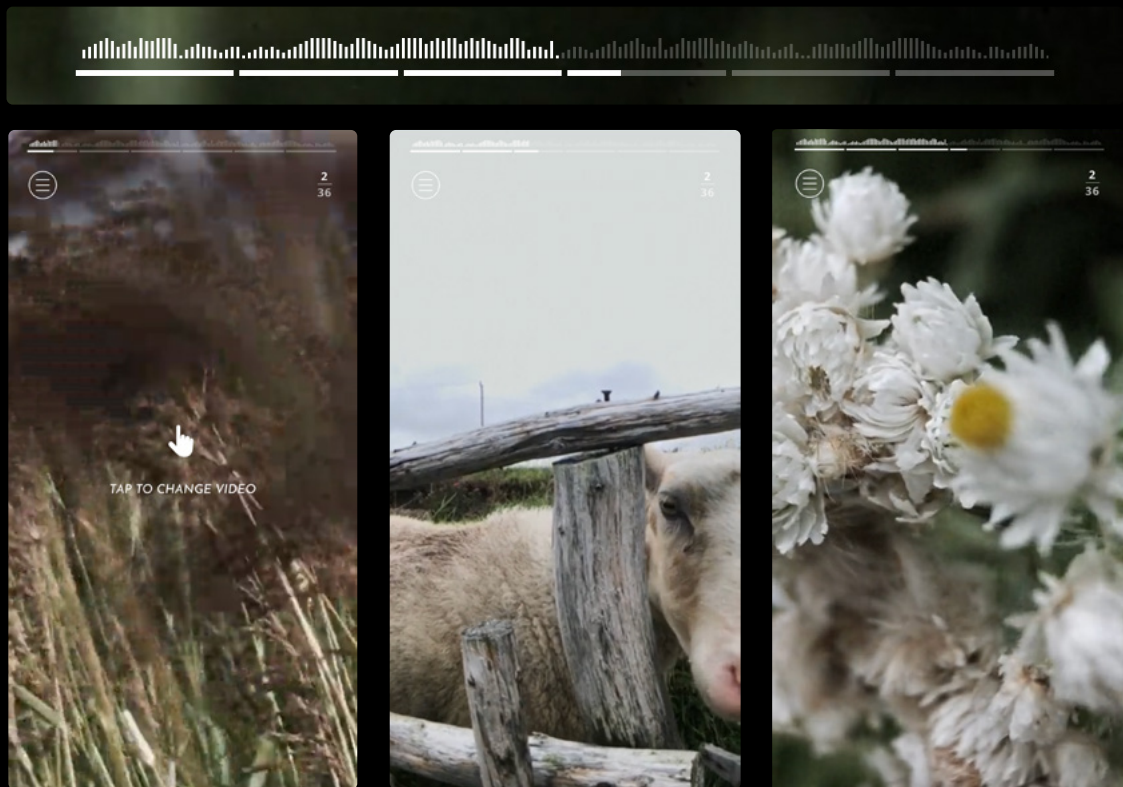


Fig. 3.11 - Sezione interattiva di "Far Away From Far Away" con clip in sequenza. In alto, dettaglio dell'interfaccia (fonte: Global Mechanic)

Stiamo perciò parlando di due modalità di interazione: 1) il tocco che fa navigare attraverso diverse clip poste in sequenza una dopo l'altra; 2) il tocco prolungato che serve a rivelare un video nascosto in secondo piano. La semplicità di queste due azioni permette di dar vita ad un contenuto immediatamente comprensibile per ogni utente. Gli elementi iconici presentati dall'interfaccia sono molto familiari e lo spettatore sente di essere all'interno di un'esperienza che già conosce. Il progetto di interazione si sposa coerentemente con il tema della memoria e del racconto del territorio. In alcuni momenti dell'esperienza traspare chiaramente un richiamo alla capsula del tempo, dove il passato incontra il presente tramite il montaggio e lo svelamento di clip nascoste. Il parallelismo è parte fondamentale di una struttura narrativa che racconta la trasformazione dell'isola di Fogo, mentre l'uso dell'audio permette una linearità di racconto che altrimenti sarebbe estremamente frammentata dall'interazione dell'utente. Il voice over in questo senso è fondamentale, serve a stabilire un ritmo audio alla narrazione ed è lo strumento che chiarifica tutti i passaggi del racconto.

Far Away From Far Away è un caso studio interessante anche perché non si limita a risolvere i vincoli imposti dal dispositivo, ma crea una narrazione audiovisiva che fa riflettere sul nostro rapporto con lo smartphone, creando qualcosa che parla la lingua di coloro che quello strumento lo usano ogni giorno. Il progetto ha però alcune parti non risolte in modo estremamente brillante. Da un punto di vista registico/fotografico, il cortometraggio risulta poco caratterizzato e le scelte di inquadratura e di trattamento spesso risultano un po' impersonali. Alcuni segmenti rischiano di sembrare troppo ripetitivi, forse tutto il progetto avrebbe avuto bisogno di una figura che si fosse occupata del lato esclusivamente cinematografico.

3.3.2 Tales of the Wedding Rings

Tales of Wedding Rings nasce inizialmente come fumetto manga edito da Square Enix, pubblicato per la prima volta nel 2014 (nel 2019 in Italia). Il progetto a cui facciamo riferimento è invece stato sviluppato qualche anno fa e riprende il fumetto originario



per creare una nuova esperienza immersiva crossmediale a partire dalla storia originale. La narrazione resta pressoché invariata, ma le modalità di presentazione della stessa cambiano, sfruttando il mondo del 3D, dei visori e della realtà virtuale. Il manga tradizionale bidimensionale viene fedelmente riprodotto in VR con la volontà di creare un nuovo tipo di intrattenimento

Fig. 3.12 - Frame dalla versione VR di "Tales of the Wedding Rings" (fonte: Square Enix)

che mischia il fumetto con l'ambiente immersivo dei visori.

Kaei Sou, project leader di Square Enix per questo progetto, afferma come uno degli obiettivi principali è stato quello di far sentire l'utente realmente immerso nel mondo della storia, mantenendo il più possibile l'aspetto estetico che caratterizza i fumetti manga (cfr. Square Enix, 2018). Egli ha anche affermato che il processo di progettazione è stato qualcosa di più simile a ciò che viene fatto in contesti esperienziali più

close-up, ma anche spazi a 360 gradi in cui l'utente viene immerso. La presenza dell'utente all'interno del mondo della storia è confermata anche grazie al movimento che gli elementi compongono quando l'utente si muove nello spazio virtuale. Al di là delle sequenze sviluppate in 360, anche quando sono visibili solo parti della storia rappresentate all'interno di uno o più frame (il contesto esterno è primo di dettagli, lo sfondo è di colore nero) queste si muovono come se fossero quadri fisici che fluttuano in uno spazio digitale.

Un montaggio alternativo a quello lineare cinematografico.

(Arcagni, 2021)

complessi rispetto a quello che accade nel mondo dei fumetti. Square Enix si trovava di fronte a qualcosa che non era più confinato al cartaceo, ma si stava trasformando in un luogo virtuale dove allo spettatore viene concesso di prender parte ad un'esperienza molto diversa dal solito.

Tales of Wedding Rings è un caso studio singolare perché ripensa non solo l'esperienza di fruizione di un racconto ma, di conseguenza all'utilizzo del VR, da vita ad un output in forma audiovisiva, dove sono presenti animazioni, montaggio e sottotitolazioni. Al posto del montaggio tradizionale, in questa narrazione lo spettatore si trova di fronte ad un contesto multi-frame che riprende in modo chiaro e funzionale le cornici di un fumetto (fig. 3.10-3.11). La camera entra ed esce da queste "live Windows" (come le chiama Square Enix) che nel corso dell'esperienza cambiano, aumentano, si ingrandiscono e reagiscono al movimento dell'utente nello spazio 3D. Come in un film, sono presenti movimenti di camera,

All'interno dell'area inquadrata vengono inserite cornici di testo e baloon che, oltre ad essere elementi fondamentali in un'estetica da fumetto, sono accuratamente inseriti all'interno del mondo tridimensionale e vengono anch'essi facilmente percepiti come sezioni con una loro fisicità e matericità. Essi svolgono, in più, anche una funzione di sottotitolazione della storia, diventando un modo innovativo ma coerente di inserire le traduzioni di ciò che viene enunciato dai personaggi, aggiungendo perfino tensione emotiva a determinate sequenze. È da precisare che nelle scene con ambientazioni in cui l'utente può muoversi ruotando su se stesso a 360 gradi, lo spettatore si possa sentire libero di muovere l'inquadratura anche su punti che non rivestono particolare importanza nella narrazione, lo sviluppo dell'azione è pensata in modo molto chiaro, così da indirizzare facilmente lo sguardo del giocatore nel punto di interesse della storia. Questa è una caratteristica fondamentale negli spazi tridimensionali, dove la troppa libertà rischia di inficia-



Fig. 3.13 - Frame dalle versione VR di "Tales of the Wedding Rings" (fonte: Square Enix)

re sull'attenzione riguardo a ciò che accade nella trama.

3.3.3 #WarGames

#*WarGames* è una web serie interattiva in sei episodi creata da Sam Barlow, videogame designer. Barlow è conosciuto soprattutto per uno dei giochi prodotti nel giugno del 2015 *Her Story*, un film-gioco interattivo costituito da una serie di interrogatori fittizi svolti dalla polizia nel 1994 ad una ragazza di nome Hannah. L'interfaccia del videogame ha l'estetica di un vecchio pc della fine degli anni '90 (fig. 3.12) e le videointerviste sono corredate da file di testo istituzionali e false prove raccolte dalle forze dell'ordine. Il ruolo del giocatore è quello di ricercare indizi all'interno di questo database e usare i contenuti a cui ha accesso per risolvere il caso di un uomo scomparso, il marito della protagonista. *Her Story* è un caso molto interessante perché riesce ad inserirsi a metà tra il cinema e il videogame, strutturando un'esperienza che immerge completamente lo spettatore in un contesto fittizio ma estremamente realistico. Il realismo è dato anche dalla presenza di una moltitudine di elementi di cornice, i particolari rafforzano l'immaginario del gioco e la piattaforma in stile retrò diventa qualcosa che lo spettatore è curioso di esplorare.

Tornando invece a #*WarGames*, esso è necessariamente figlio del gioco appena citato ma, da un determinato punto di vista, ne prende le distanze ragionando su un contesto filmico diverso. Sviluppato per la piattaforma di streaming online Eko, #*WarGames* è una rivisitazione dell'omonimo film del 1983. La storia è quella di tre giovani hacker che si avventurano nel mondo dell'attivismo online. Questa serie si sviluppa principalmente come dialogo a distanza tra questi tre personaggi, che agiscono e discutono interagendo l'uno con l'altro tramite chiamate e videochiamate. È singolare, in questo

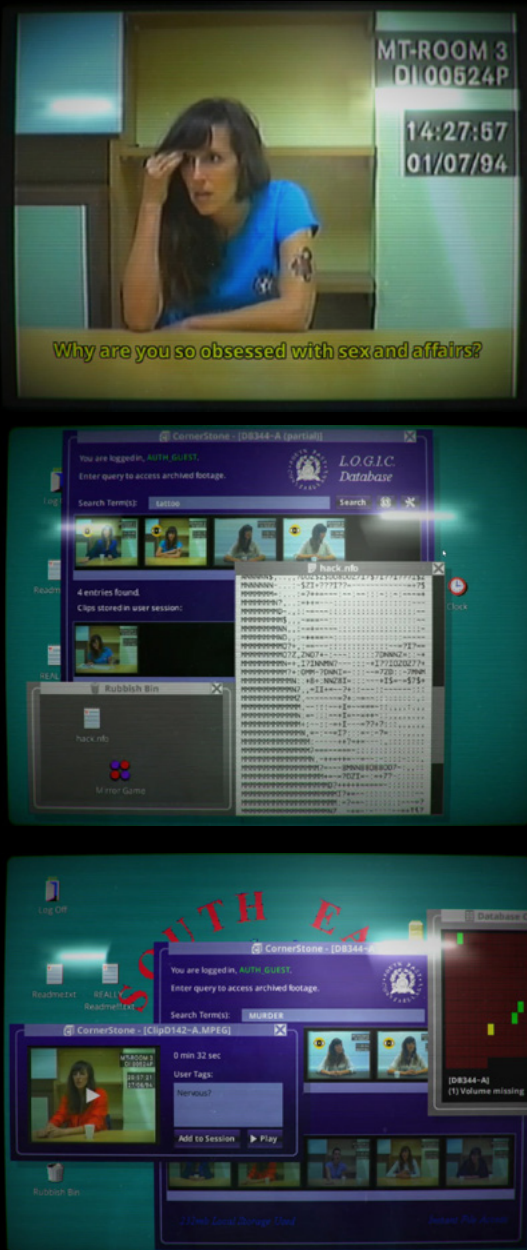


Fig. 3.14 - Tre schermate riprese dall'interfaccia di gioco di "Her Story" (fonte: Steam)

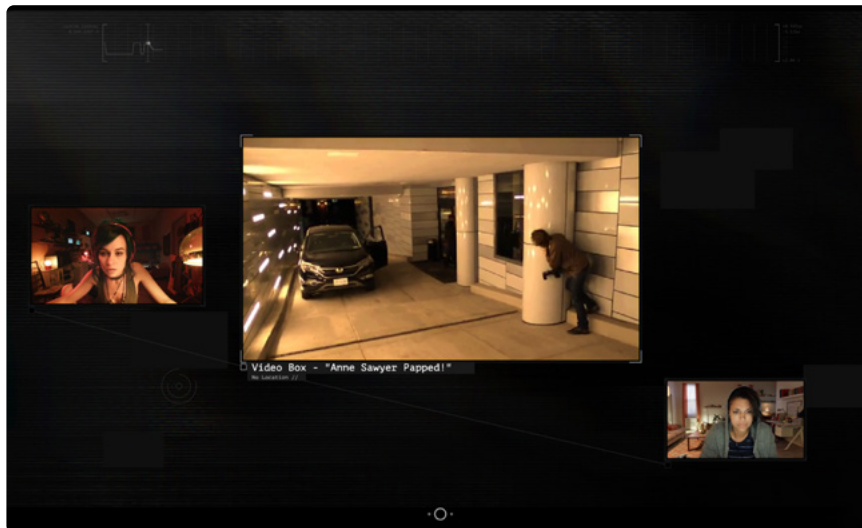
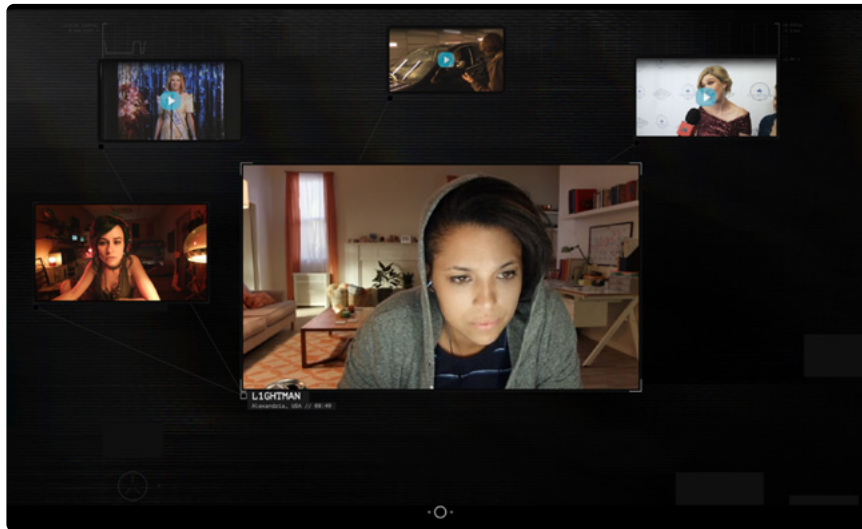


Fig. 3.15 - Schermate riprese dalla versione desktop della serie interattiva "#WarGames". Momenti di interazione con diverse clip video (fonte: Eko)

senso, la dinamica di interazione dello spettatore che, in ogni momento della vicenda, può scegliere su quale dei video presenti spostare l'attenzione, richiamando in primo piano sullo schermo una clip invece che l'altra (fig. 3.13-3.15). L'idea di Barlow è stata anche quella di trasformare l'attenzione dello spettatore in una meccanica di gioco; infatti, le scelte di visione che vengono attuate durante lo svolgersi della vicenda hanno un impatto sullo sviluppo della narrazione. Questo è rimasto un punto critico del progetto perché, come afferma anche Andrew Webster su *The Verge* "it never feels like you have much of an impact [...] Nothing obvious happens when you do move shift your attention, other than the windows rearranging; the feeds through each window will still play no matter what order they're in. But the game says that it "adapts to you," using your attention as a way to guide the story. The main effect, according to the show's creators, is that your choices can alter Kelly's personality" (Webster, 2018)

"I giochi hanno cercato di creare dialoghi interattivi per molto tempo, ed è ancora qualcosa che non abbiamo ancora perfezionato." (Barlow in Webster, 2018)

#WarGames è un esempio stimolante per come riesce a sviluppare sequenze ed episodi in cui l'interazione è sempre concessa (seppur limitata come tipologia di azione), ed è, allo stesso tempo, un'azione coerente con il contenuto della storia che si sviluppa tramite il mondo digitale di videochiamate, navigazione online, video di sorveglianza. Il punto di vista diventa qualcosa di condiviso tra spettatore e protagonista, perché entrambi hanno costante accesso alle stesse risorse e, in questo modo, l'utente si sente parte della conversazione. Ma la piattaforma Eko, e questa serie in particolare, hanno alcune criticità. Uno degli aspetti più problematici risulta dal fatto che l'utente non è informato da nessun tipo di feedback su cosa gli è concesso

fare e cosa no. Cliccando sulle cornici video presenti a schermo è possibile selezionare una di queste da porre in primo piano, però non è permessa la stessa azione scorrendo il dito sull'interfaccia. Lo spettatore non può andare avanti e indietro nella narrazione,



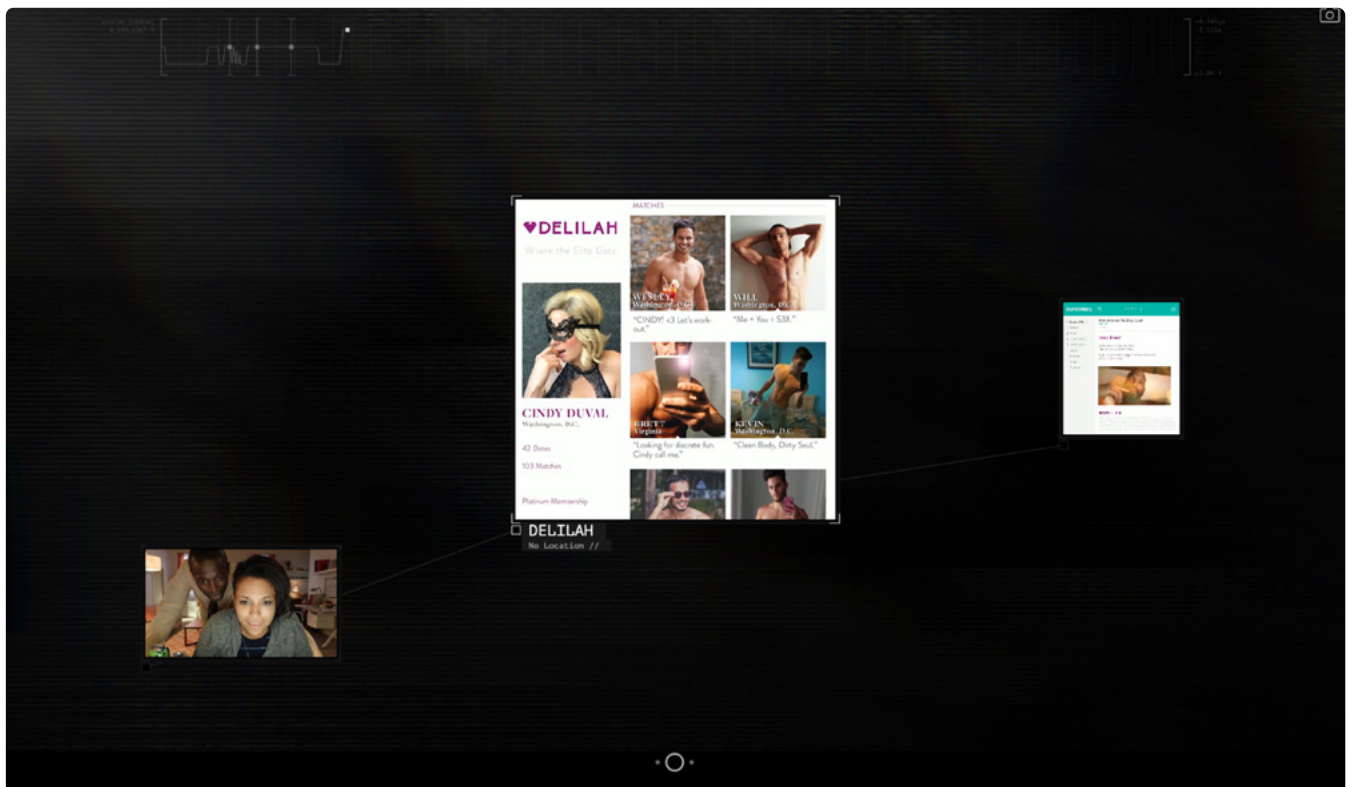
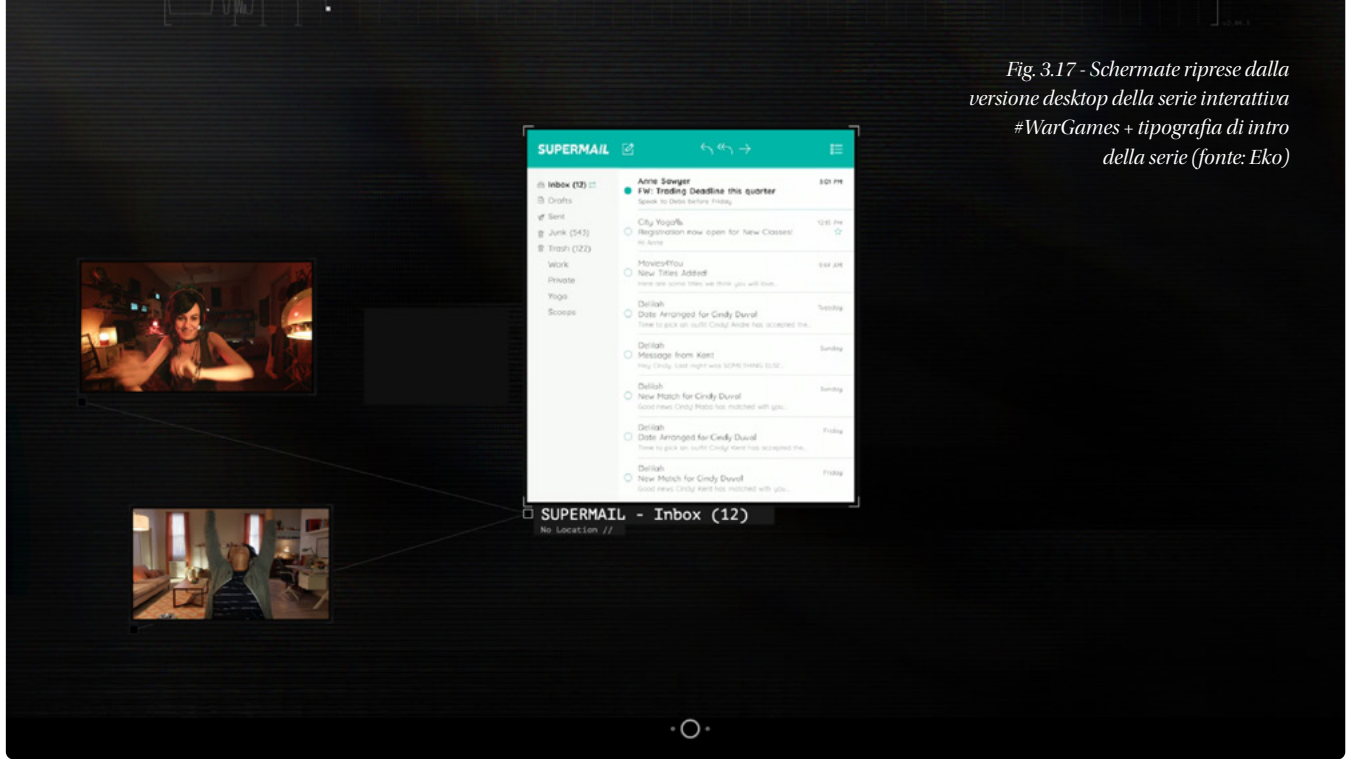
Fig. 3.16 - Avviso di interazione in "*#WarGames*" (fonte: Eko)

perché gli unici controlli presenti permettono esclusivamente la riproduzione e la pausa del video. Oltre a questa idea di sistema chiuso, durante la riproduzione, se non si attua nessuna scelta cliccando su una delle finestre disponibili, si viene ripetutamente richiamati all'interazione tramite una finestra di dialogo che costringe ad interagire con gli elementi a schermo (fig. 3.14). Questo non è un espediente ben riuscito, perché limita la libertà dell'utente spingendolo a fare azioni che forse potrebbero non essere necessarie.

3.3.4 Motto

Motto è una micro-avventura interattiva progettata specificatamente per mobile. Si tratta di una narrazione video, senza tracce sonore o musicali, composta da tanti video generati dagli utenti. Prodotto da AATOAA e dal National Film Board of Canada (così come il prima citato *Far Away From Far Away*), vuole raccontare la storia di uno spirito di nome Settembre e lo fa creando un cortometraggio suddiviso a capitoli che si pone a metà tra il documentario e la finzione (Mal, 2020). L'esperienza è un vasto insieme di immagini, video e testi che trasportano l'utente in un viaggio variegato e frammentato. È presente anche un narratore, che si rivolge direttamente

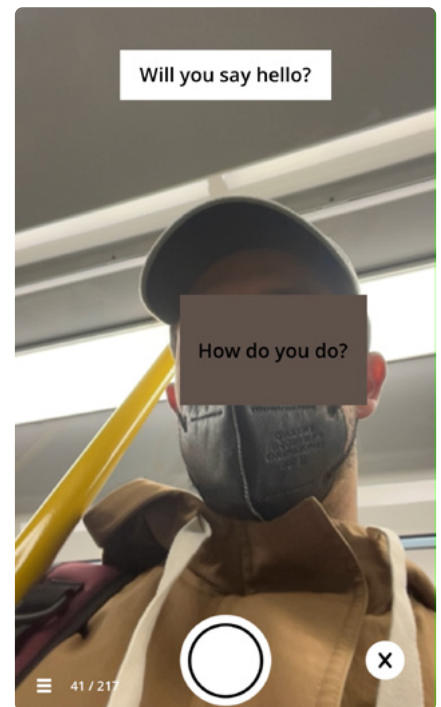
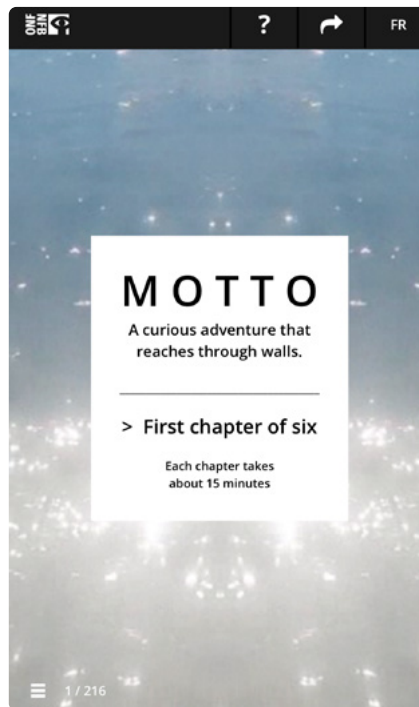
Fig. 3.17 - Schermate riprese dalla versione desktop della serie interattiva #WarGames + tipografia di intro della serie (fonte: Eko)



allo spettatore tramite delle frasi e delle domande scritte a schermo. Prendendo parte a *Motto* ci viene richiesto, durante lo svolgersi dell'esperienza, di scattare fotografie o registrare piccoli video coerenti a ciò che ci è stato presentato fino a quel momento. Lo spettatore è quindi chiamato a compiere piccole azioni e a registrarle (come chiudere o aprire una porta). Questi gesti sono pensati in relazione alla narrazione e alle altre clip già presenti nel montaggio.

Il dialogo tra *Motto* e l'utente è uno scambio abbastanza costante, le parti testuali sono semplici e puntuali e molta parte del ritmo visivo del prodotto è definita dallo spettatore stesso che (come su Instagram) tocca la parte destra dello schermo per passare alla sequenza successiva (la parte sinistra per tornare alla precedente). La grande raccolta di video generati dagli utenti ha in sé stessa una forte idea di comunità viva, di condivisione e, allo stesso tempo, parla una lingua fortemente intima ed emotiva. In un certo senso *Motto* diventa narrazione di un universo affascinante quanto familiare, portando in primo piano le modalità con cui le persone guardano il mondo, anche attraverso il proprio smartphone.

Unico appunto a questo progetto sta nella, inevitabile, bassa qualità dei contenuti video presentati. Pescare all'interno di contenuti generati in momenti quotidiani da persone comuni, purtroppo, non permette nessun controllo sulla resa registica del prodotto finito. Questo è allo stesso tempo anche la forza di *Motto*, la cui estetica si caratterizza anche come insieme di punti di vista estremamente personali. *Motto* richiede a qualsiasi utente di partecipare attivamente al processo di creazione della storia, chiamandolo a creare e registrare i propri contenuti (seguendo di volta in volta alcune semplici linee guida su cosa riprendere). Si può scegliere di saltare questi momenti di interazione, ma senza la completa partecipazione dello spettatore anche l'esperienza



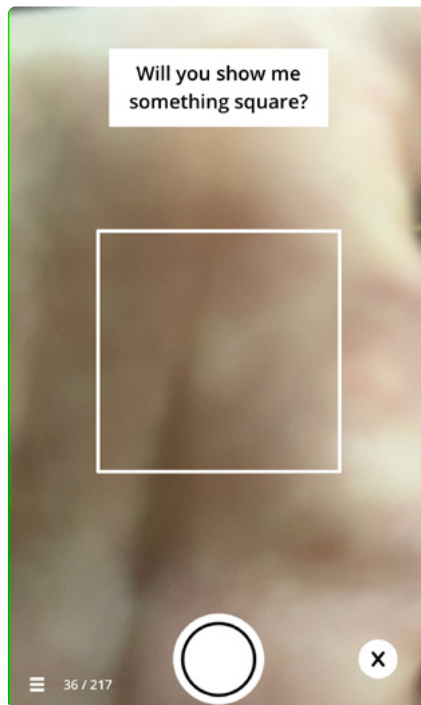
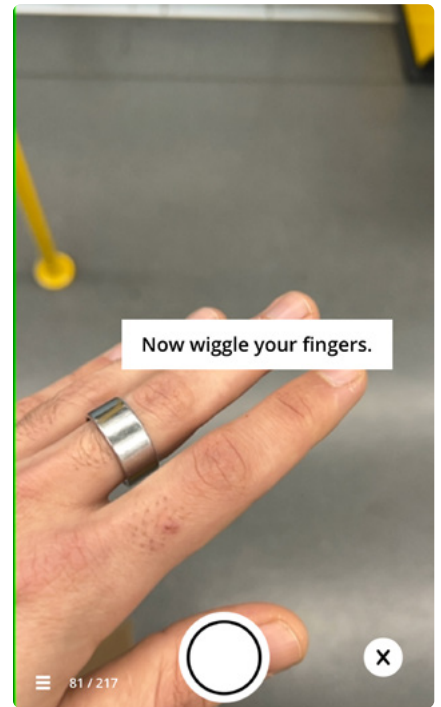
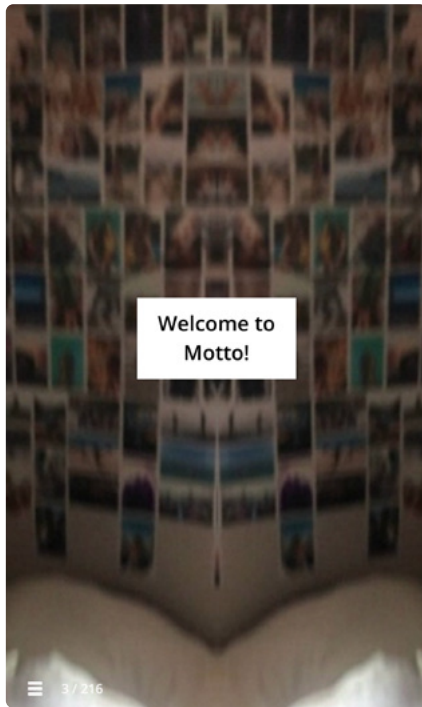


Fig. 3.18 - Serie di schermate dell'esperienza interattiva "Motto" (fonte: National Film Board)

nel suo complesso ne risente considerevolmente.

3.3.5 Honda. The Other Side

Lo studio Wieden + Kennedy di Londra ha sviluppato questo progetto per Honda nel 2014, con lo scopo di presentare e raccontare le due facce di questa auto, sia family car che auto ad alte prestazioni. Il progetto è stato prodotto a fini commerciali, l'output prende la forma di un film interattivo. La dinamica è semplice, allo spettatore viene data la possibilità di alternare la visione tra due storie parallele, una su una scuola di periferia e una relativa ad un furto d'arte. "La campagna è stata la campagna interattiva più premiata del 2015" (Wieden+Kennedy, 2014).

Lo studio, in collaborazione con il regista Daniel Wolfe, ha messo insieme due storie che sono state girate con lo stesso protagonista e con inquadrature pressoché identiche, una con ambientazione diurna con un padre che guida l'auto per andare a prendere i figli a scuola e l'altra ambientata di notte con il personaggio che sfreccia in strada dopo una rapina. Il video, presentato attraverso la piattaforma online di YouTube, presentava nella parte bassa dell'inquadratura un tasto "R" (Race Mode) che era realmente in dotazione alla nuova Honda Type R, ma che, nel video, funzionava come tasto toggle per passare da una storia all'altra. Di default la storia presentata era quella con ambientazione diurna, tenendo premuto il pulsante R la narrazione cambiava e lo spettatore si trovava di fronte ad una stessa inquadratura che si abbinava perfettamente a quella precedente ma raccontava una storia diversa. L'utente aveva quindi la possibilità, per tutta la durata del video, passare da una visione all'altra a proprio piacimento.

Il fatto che questo spot fosse disponibile su YouTube lo rendeva accessibile da ogni dispositivo. La semplicità di interazione (l'utente interagiva con un uni-



co gesto, il click sul tasto "R") rendeva l'esperienza veramente semplice e, allo stesso tempo, estremamente intrigante e "giocabile". Ma la capacità di coinvolgimento di questo esempio audiovisivo è stata data soprattutto dalla capacità di riuscire a creare per ogni scena una doppia inquadratura perfettamente simmetrica, in cui tutto (gli oggetti di scena, i movimenti di camera, i personaggi) era stato pensato per consentire un costante ponte visivo tra la prima e la seconda narrazione, costantemente sincronizzate.

ALLA RICERCA DI STORIE MULTIMEDIALI



*Fig. 3.19 - Serie di frame del video
interattivo di Honda
(fonte: Wieden + Kennedy)*



3.3.6 Bob. Bag Of Beliefs

Bob è un progetto di Ian Cheng, artista americano specializzato nel settore degli ecosistemi virtuali e delle simulazioni dal vivo. Il progetto, il cui acronimo sta per “Bag Of Beliefs”,

“è la prima di una nuova serie di forme di vita artificiali, che prende la forma di un contorto serpente chimerico.” (Cheng, 2019).

L’idea di Cheng è stata quella di creare un ecosistema virtuale in cui porre un agente individuale (Bob) che reagisce agli imprevisti evolvendo nel corso della sua esistenza virtuale. Bob prende vita all’interno di uno spazio esperienziale in cui i visitatori trasmettono stimoli alla creatura digitale utilizzando il proprio smartphone. Tramite l’iPhone gli utenti possono possedere e guidare una parte del corpo di Bob e vedere il risultato delle loro azioni in tempo reale su un grande schermo. È interessante ciò che dice Cheng riguardo alle modalità con cui l’utente interagisce, sul proprio device, con la parte di corpo che sta guidando. Sullo smartphone viene visualizzata una doppia schermata: a destra una piccola faccia che rappresenta la parte di corpo di cui si è in possesso, e sulla sinistra una vista in prima persona di quello che vede la sotto-parte di Bob muovendosi all’interno dell’ambiente tridimensionale (fig. 3.18). Per Cheng c’è un’analogia tra questo e quello che succede durante una videochiamata: sullo schermo viene presentata una rappresentazione della persona con cui stai parlando (un’immagine digitale), ma questa non viene percepita come una rappresentazione, viene vista come se fosse un’interfaccia, un collegamento reale con una persona in un altro luogo lontano. Allo stesso modo con Bob c’è la volontà di ricreare, attraverso l’interazione mobile, questa forte connessione.

In questa installazione le intelligenze artificiali sono progettate per reagi-



re al contesto, in questo modo si va a costituire una performance generativa che crea qualcosa di nuovo in ogni momento, non ripetendo mai situazioni viste in precedenza. Stiamo parlando di un output video che vede coesistere nello stesso contesto una struttura di base (una vera e propria sceneggiatura) e una parte di programmazione che, man mano che il contesto evolve, prende strade diverse (allontanandosi dal controllo di chi ha definito le basi dell’esperienza). Un’opera che cambia autonomamente nel tempo e garantisce così una relazione più personale con l’utente, perché quello a cui un primo spettatore sta assistendo non sarà mai la stessa situazione a cui assisterà un secondo spettatore tempo dopo.

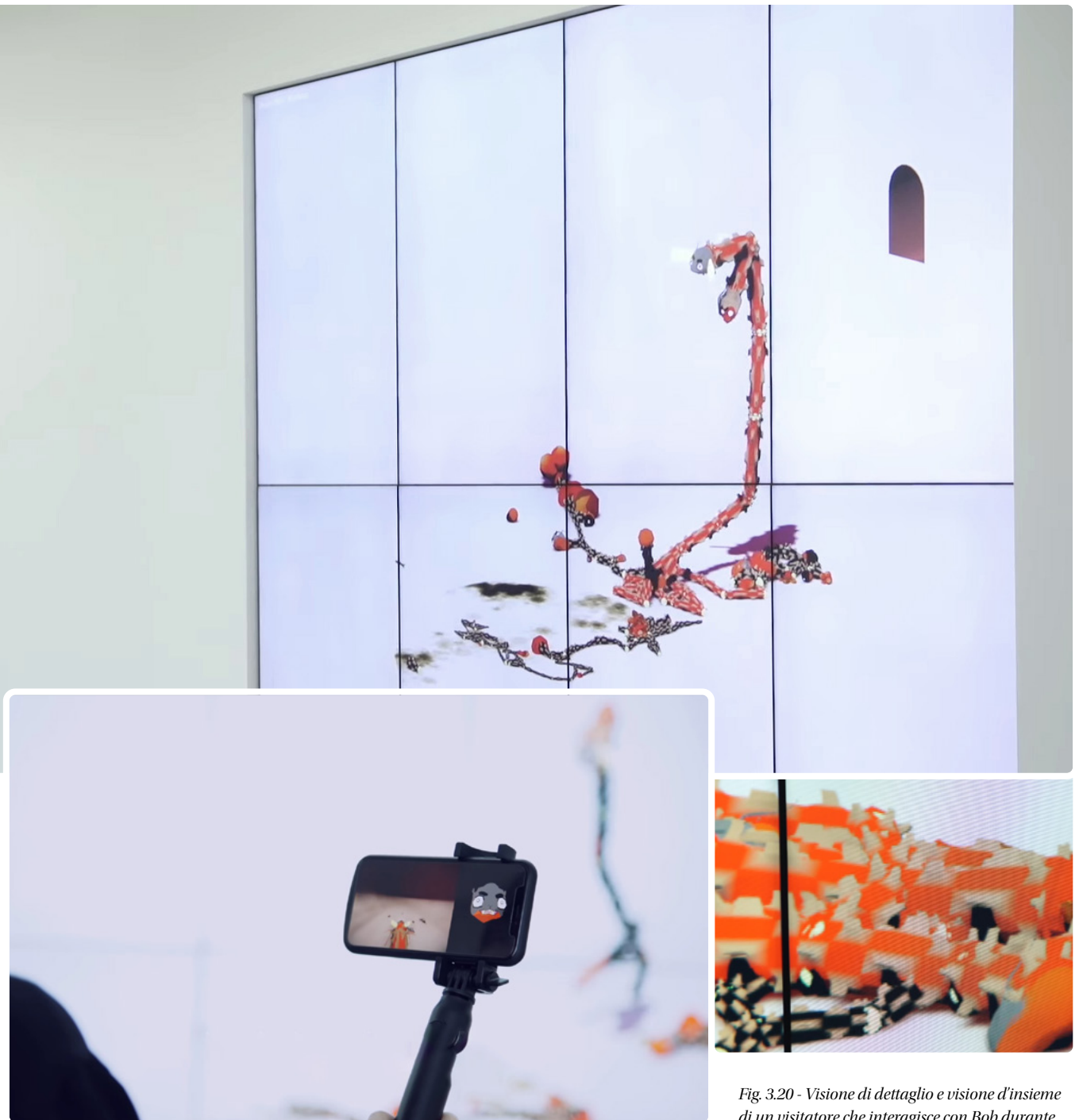


Fig. 3.20 - Visione di dettaglio e visione d'insieme di un visitatore che interagisce con Bob durante la Biennale di Venezia 2019 (fonte: Serpentine Galleries)

La forte non-linearità di questo caso studio si allontana in maniera netta da tutto ciò che riguarda le narrazioni cinematografiche. Però Bob rimane un esempio molto interessante di come lo smartphone possa facilmente trasformarsi in uno strumento di supporto ad un'esperienza più complessa e di come la partecipazione degli utenti ad una storia sia motivo di arricchimento della storia stessa. Quella di Cheng è un'installazione collettiva in cui più alto è il numero di utenti che vi prendono parte, più complesso e interessante sarà l'output finale.

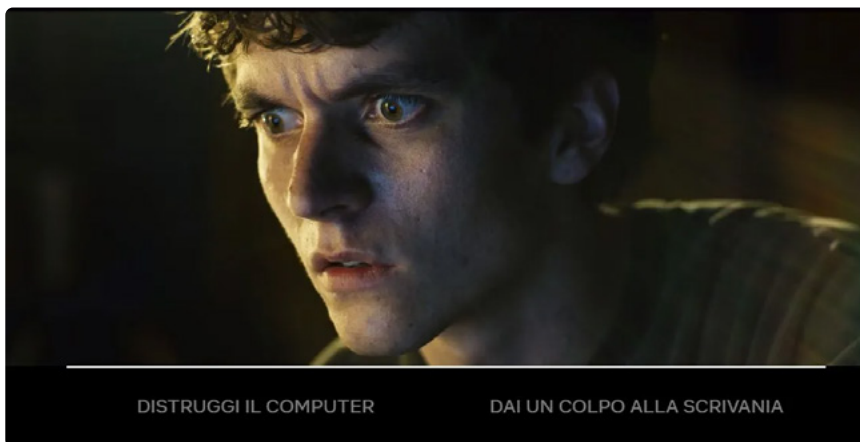
3.4

Casi studio secondari

3.4.1 Netflix

Netflix è stata una delle prime grandi piattaforme di streaming a presentare contenuti audiovisivi interattivi su più device. Tra questi il caso che ha fatto sicuramente più scalpore è stato il primo film interattivo *Black Mirror: Bandersnatch*, che ha debuttato nel 2018. Il film era stato girato in modo da garantire svolgimenti alternativi nella trama. Lo spettatore era chiamato a prendere decisioni al posto del protagonista e queste scelte definivano l'evolversi della narrazione su una strada rispetto che sull'altra. L'interazione era in realtà limitata ad un susseguirsi di doppie scelte (fig. 3.19) che, man mano, presentavano alcuni svolgimenti della trama (scartandone altri), come una struttura ad albero nella quale sono presenti molte biforcazioni. *Bandersnatch* è stato un esempio notevole in

Fig. 3.21 - Momento di scelta dell'utente in "Black Mirror Bandersnatch" (fonte: Netflix)





dere assieme al protagonista. Una serie che, come gli altri contenuti Netflix, può funzionare su dispositivi diversi. Ai bambini è concesso di controllare la storia utilizzando il telecomando del televisore, oppure attraverso il touchscreen di un tablet (fig. 3.20) o uno smartphone (perfino attraverso l'utilizzo di un controller). Così come per *Bandersnatch*, l'utente ha un tempo di 15-20 secondi per effettuare la scelta, dopodiché l'episodio effettua automaticamente una selezione. *Puss in Book*, nonostante consideri un target diverso da quello che possiamo prefissarci per la nostra tipologia di progetto, è un interessante passo in avanti considerando che molti dei video per bambini normalmente simulano scelte del genere senza in realtà garantire una reale interazione con la trama.

Fig. 3.22 - Dettaglio e vista zenitale del momento di scelta in "Puss in Book," versione su tablet (fonte: Netflix)

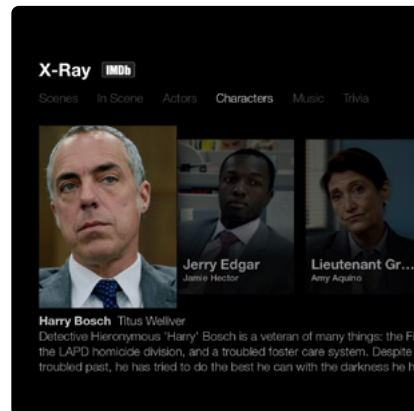
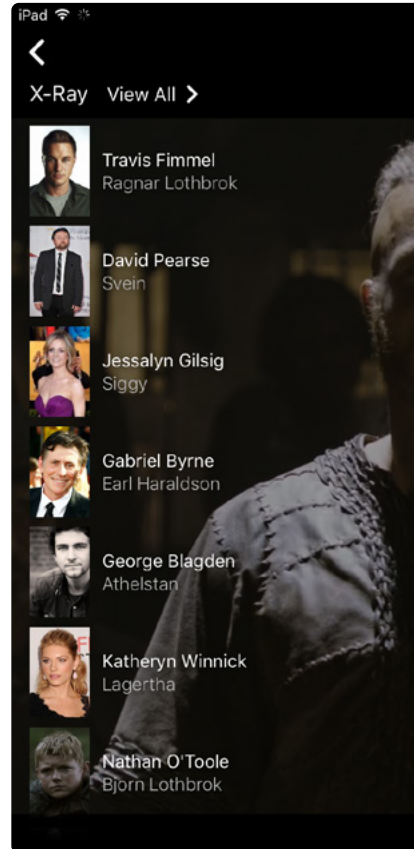
un percorso di sperimentazione sulla costruzione di narrazioni complesse, ma ha anche dato vita ad un format che lascia lo spettatore all'interno di un ruolo principalmente passivo, nonostante voglia strizzare l'occhio al tema dell'interazione.

Sempre riguardo Netflix ci premeva citare un esempio a target più giovane. *Puss in Book* è una serie interattiva spin-off della serie Netflix *Le avventure del gatto con gli stivali*. In questa storia il Gatto con gli stivali trova un libro che funge da strumento per far scegliere ai giovani spettatori le decisioni da pren-

3.4.2 Amazon X-Ray

Amazon Prime è stato il primo servizio di contenuti video in streaming ad inserire una funzione che permettesse all'utente di avere maggiori informazioni sul contenuto che sta guardando, accedendo alla sezione X-Ray direttamente dal menù contestuale del video. X-Ray raccoglie contenuti di corredo al film o alla serie a cui fa riferimento, proponendo allo spettatore curiosità, biografie degli attori, contenuti bonus, informazioni sulle musiche. La funzione è presente sia da tv che su mobile ed è facilmente accessibile tramite un tasto presente a schermo quando il video è in pausa. In principio all'utente vengono presentati i nomi degli attori presenti in scena, ma entrando all'interno della sezione dedicata ci si trova di fronte ad un'ulteriore suddivisione in categorie di contenuti (fig. 3.21). X-Ray è un'opzione aggiuntiva molto intrigante anche se, per adesso, non è stata sfruttata al meglio da Amazon. Al di là della presentazione del cast, non sono molti i film/serie tv che hanno un gran numero di contenuti bonus. Nonostante X-Ray venga presentato come una funzione che rende interattivi i contenuti disponibili sul catalogo, in realtà risulta essere più vicino ad uno strumento di ricerca di informazioni aggiuntive (cast, musiche, acquisti). È comunque un caso singolare di come inserire all'interno di un'esperienza di visione un'ulteriore sezione che immerga lo spettatore all'interno di alcuni micro-contenuti secondari collegati a ciò che si sta vedendo.

Fig. 3.23 - Particolari dell'interfaccia di Amazon X-Ray con presentazione del cast (fonte: Amazon)



3.4.3 The Witness/es

Per completare questa parte di ricerca relativa ai riferimenti progettuali raccolti volevamo citare altri due casi. Entrambe queste esperienze interattive prendono in esame lo stesso genere narrativo giallo/crime. Non a caso i nomi dei due progetti sono pressoché identici.

The Witness è un film in realtà aumentata prodotto in Germania dalla NBC Universal nel 2011. Il film è stato definito come: “a smartphone-centered fusion of a traditional thriller and an interactive ARG” (Pavlus, 2011). Gli spettatori online potevano partecipare ad una selezione, ai vincitori veniva data l’occasione di partecipare ad una versione del film in realtà aumentata. Chi partecipava a questa esperienza veniva assegnato ad un ruolo ed accompagnato in una serie di set (gli stessi nei quali il film era stato girato). Ogni spettatore era chiamato ad utilizzare il proprio smartphone come strumento per vedere frammenti scelti del film che venivano inseriti nella scena fisica (fig. 3.22). L’esperienza era molto avvincente, ma la storia che ne scaturiva era molto semplice e poco dettagliata se considerata in rapporto ad altri esperimenti transmediali più complessi. Il film in realtà aumentata funzionava con un unico “giocatore” alla volta, il che rendeva l’esperienza molto intima e personale, ma non adatta ad essere replicata parallelamente con più partecipanti.

The Witnesses, invece, ragiona attraverso una logica opposta rispetto al caso precedente. Una miniserie investigativa a episodi sviluppata per essere esplorata tramite laptop. Già dal primo momento l’utente viene catapultato in una rappresentazione a 360 di una sala, nella quale sono presenti tre dei personaggi della storia, due persone assassinate e alcuni indizi sparsi qua e là nella stanza. Gli indizi devono essere raccolti ed esaminati affinché lo spettatore possa proseguire e vedere il primo



episodio della serie. Di questo caso abbiamo in particolare apprezzato la resa tridimensionale dei singoli indizi raccolti. Questi, sia oggetti (chiave, rossetto) che documenti (cartolina, disegno, fotografia), possono essere ruotati su sé stessi, garantendo una visione completa e di dettaglio (fig. 3.23). Il leggero movimento ondeggiante che viene dato all’inquadratura quando l’utente è fisso e non muove il punto di vista, seppur essendo un particolare secondario, serve a rendere la scena “viva” anche quando non accade niente, e fa sì che lo spettatore si senta presente all’interno di un’ambientazione che è puramente bidimensionale.



Fig. 3.24 - Frame dal film interattivo “The Witness” e utilizzo dello smartphone in realtà aumentata da parte del giocatore (fonte: YouTube)

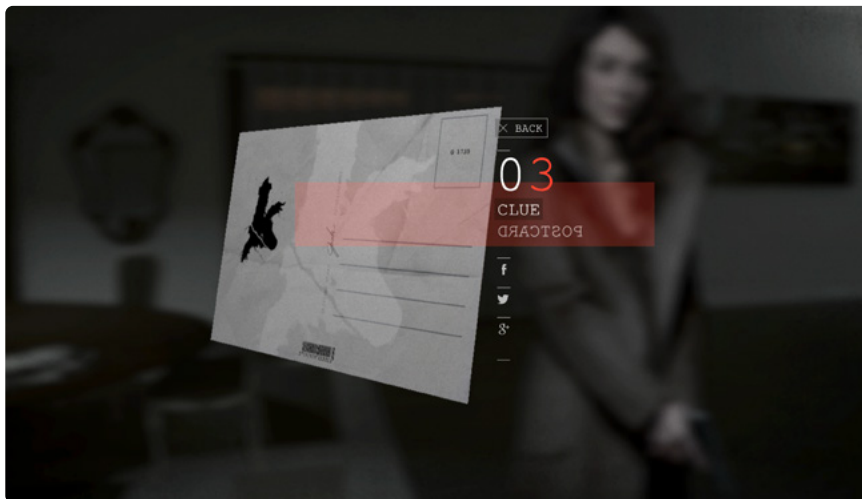


Fig. 3.25 - Modelli tridimensionale di uno degli indizi presenti in "The Witnesses" (fonte: The Witnesses)

3.5

Stimoli all'interno della narrazione

A seguito delle nostre riflessioni riguardo la progettazione grafica nel cinema (cap. 2) e l'approfondimento di alcuni dei modelli di fruizione audiovisiva che più ci hanno colpito nella fase di ricerca dei casi studio, ci sembrava utile fare un appunto su quali secondo noi possono essere gli elementi che, presenti all'interno di un prodotto cinematografico, possano essere trasformati in stimoli di interazione per lo spettatore. Il confronto tra ciò che abbiamo raccolto in questo capitolo e le aree di competenza di un art director all'interno di una produzione cinematografica ha portato alla definizione di più tipologie di artefatti che possono essere "estrapolati" dall'immagine in movimento. Questo procedimento ha lo scopo di rafforzare l'importanza che questi oggetti rivestono all'interno del mondo della narrazione, conferendo loro un volume (seppur digitale) e rendendoli un "qualcosa" con un proprio livello di individualità e di dettaglio.

Nel capitolo sul "cinema cibernetico" e sui computer film, Youngblood afferma che "La simbiosi tra essere umano e computer è arrivata al punto che la macchina istruisce il proprio utente, indicandogli quali sono le possibilità per una maggiore interazione.", ma non solo, egli parla anche del computer come uno strumento che

"espande l'intelligenza dell'essere umano proprio come il telescopio estende le sue capacità visive" (Youngblood, 2013, p. 141).

Le parole di Youngblood possono parlarci non solo del computer inteso come hardware, ma anche del computer come strumento computazionale che genera immagini digitali e interattive. In questo caso allora le riflessioni raccolte in *Expanded Cinema* sono applicabili anche ad una nuova era del settore audiovisivo, quella degli smartphone. Per questo motivo, nel prossimo capitolo, descriveremo un'idea di progetto che si basa anche sulla presenza di contenuti esplorabili all'interno di una sezione della narrazione cinematografica.

4. Le serie tv come campo di applicazione

4.1

I racconti seriali

Fino a questo punto abbiamo utilizzato il termine “cinema” proprio per la sua accezione generalista, che ci ha permesso di raccogliere sotto un’unica parola più manifestazioni della settimana arte: dal classico lungometraggio da sala ai singoli episodi di una serie televisiva. È giunto però il momento di definire un campo più ristretto che ci permetta di ragionare in maniera puntuale su quali siano i problemi e le caratteristiche attraverso le quali strutturare una proposta progettuale. Inseguendoci, come premesso già in precedenza, nell’ambito della progettazione audiovisiva per dispositivi mobili (in particolare per smartphone) è stata una conseguenza naturale interrogarsi sui modi di fruizione che questi dispositivi determinano nella persona.

Come è stato discusso nel secondo

capitolo di questo testo, gli utenti che dispongono quotidianamente di contenuti video su smartphone sono stati abituati, attraverso un veloce processo di evoluzione che ha riguardato i social network e le comunità che li popolano, a prediligere contenuti di corta durata, micro-contenuti o micro-narrazioni. Non è un caso quindi se due delle aziende nate con la volontà di produrre cinema per smartphone abbiamo puntato sullo sviluppo non di film, ma di serie a episodi.

Già nel 2015 la metà dei Millennials guardava Netflix sul proprio cellulare o tablet (Danova, 2015). I racconti cinematografici seriali sono un tipo di contenuto che piace alle nuove generazioni perché, essendo frammentato, si comporta come un contenuto fluido, capace di inserirsi facilmente in una nuova concezione di tempo individualizzato. Gli episodi di durata ridotta prendono posto nella giornata dell’utente non solo ad un orario sera-

le (come accade con gli show televisivi) ma anche in momenti di pausa, sui mezzi pubblici, in vari contesti quotidiani. In contemporanea esistono ancora esperienze di visione di maggiore durata (basti pensare a tutti quei casi di binge-watching durante il quale si sceglie di guardare tutti gli episodi di una serie tv per intero, fruendone come se fosse un unico film), ma il maggior punto di interesse in questo ragionamento sta nella libertà del rapporto che si instaura tra lo spettatore e l'opera cinematografica. Mentre un unico lungometraggio vincola necessariamente lo spettatore ad una singola modalità di visione che non ammette pause o visioni frammentate, la serie tv libera l'utente permettendogli di scegliere quando e come vedere un determinato episodio, se vederne più di uno, se riguardare un episodio passato. In più, è come se l'essenza discontinua di una serie comunicasse al suo pubblico che sono permesse ulteriori interruzioni. La narrazione è già stata suddivisa in parti e lo spettatore si sente libero di sospendere la visione quando gli è più comodo.

4.2

L'esperienza di Quibi e Blackpills

Sia Quibi che Blackpills sono servizi di streaming fondati attorno al 2017 con l'intento di produrre contenuti cinematografici premium per giovani adulti, con un'attenzione specifica alla fruizione mobile. Mentre Quibi, il cui lancio è avvenuto il 6 aprile 2020, è stato costretto a chiudere il servizio dopo pochi mesi, Blackpills continua ancora oggi a produrre nuovi contenuti, ma ha ritirato dagli app store la piattaforma di streaming di cui era proprietaria.

Quibi era stata fondata nell'agosto del 2018 da Jeffrey Katzenberg, produttore cinematografico statunitense, e si proponeva come un nuovo servizio di contenuti on demand per smartphone. "Il nome Quibi arriva dall'unione delle parole <<Quick Bites>> (bocconi veloci), un'indicazione di quello che il suo servizio avrebbe offerto: video molto brevi da vedere sullo smartphone, in mezzo alle molte altre cose che si fanno in una giornata." (Il Post, 2020). Nessuno dei contenuti presenti sulla piattaforma superava i 10 minuti di durata e Quibi aveva lavorato per sviluppare una nuova tecnica di ripresa che permettesse di avere un prodotto audiovisivo adattabile in automatico sia ad una fruizione orizzontale che verticale (fig. 4.2). Nonostante la vita breve del servizio, uno degli aspetti più interessanti su cui i fondatori di Quibi si erano soffermati è stato lo sviluppo di contenuti pensati per essere visti



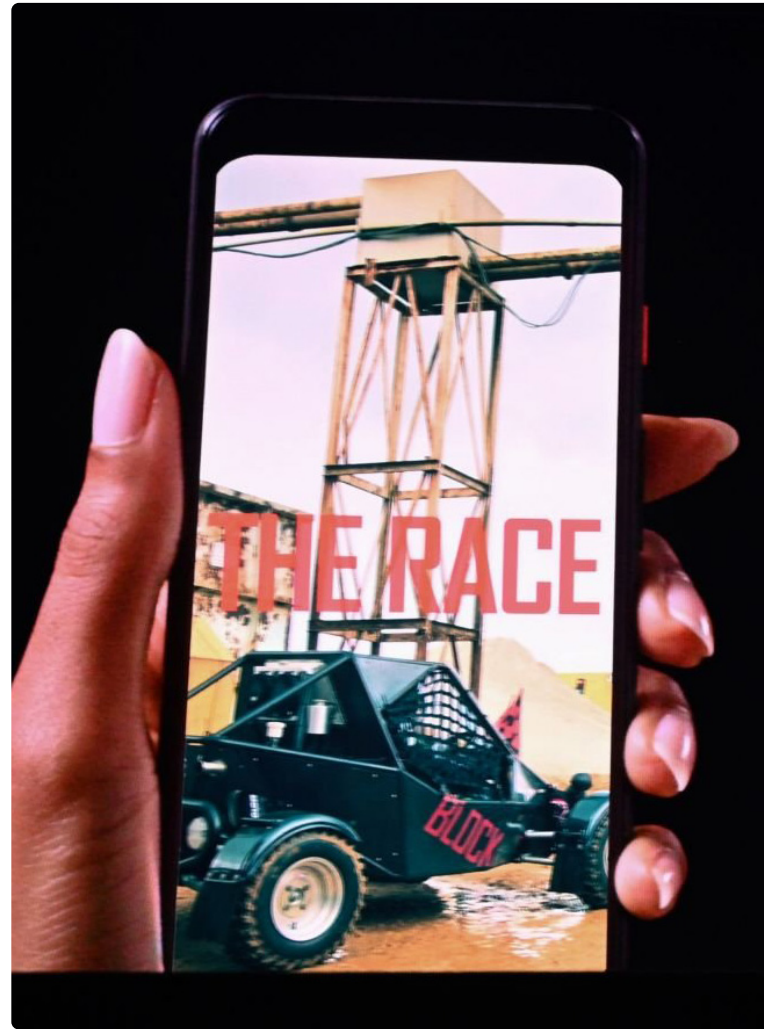
Fig. 4.1 - Immagine promozionale per il lancio di Quibi (fonte: Wired)

con interruzioni frequenti, adatti ad una visione frammentata. Questo è un punto molto importante: Katzenberg e Withman (CEO dell'azienda) avevano capito che le modalità di fruizione di un video su smartphone sono ben diverse da quelle a cui il cinema ci ha abituato, sono invece simili a quelle dei social network.

“Quibi propone film che possono essere spezzati in diverse parti e che è possibile vedere sia in formato verticale che orizzontale (i contenuti sono girati contemporaneamente nei due formati, e poi combinati assieme).” (Arcagni, 2021, p. 83).

Cosa è successo a Quibi e al suo nuovo modo di raccontare storie? Probabilmente l'azienda ha scelto il momento sbagliato per offrire un servizio a pagamento che risultava fin troppo simile a ciò che veniva già offerto dai social. In molti hanno affermato che il fallimento di Quibi sia dovuto alla presenza di forti concorrenti come Netflix e Amazon. Altri affermano che l'errore della startup è stato di proporre micro-contenuti esclusivamente su smartphone cercando di inserirsi, con un servizio a pagamento, in una dinamica di fruizione dove erano già presenti contenuti gratuiti da vedere (su Instagram o TikTok ad esempio). Chiaramente, assieme a tutto questo, la situazione pandemica globale del Covid-19 non ha fatto che peggiorare la situazione, portando Katzenberg e Withman a chiudere il servizio.

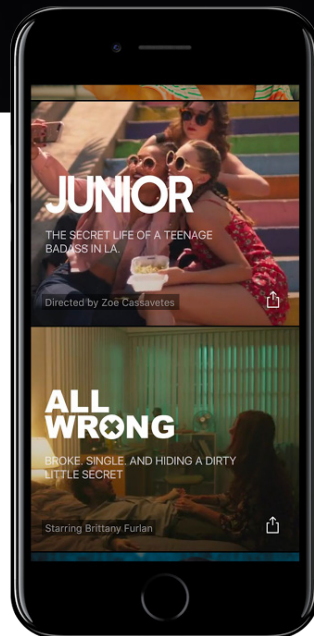
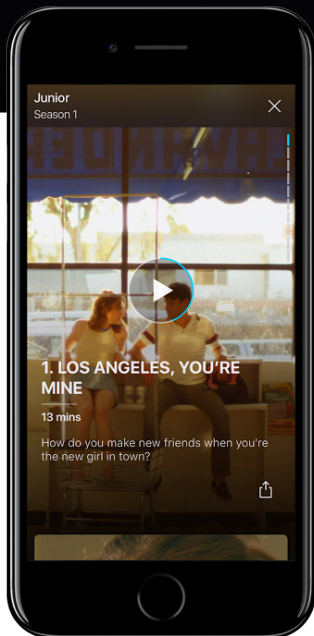
Anche Blackpills è stato un esempio interessante di streaming service rivolto ai millennials, e in generale a tutti gli utenti “mobile first”. Anche la società fondata da Daniel Marhely e Patrick Holzman ha iniziato nel 2017 con un proprio servizio di streaming ed un'app di proprietà, ma dopo un paio di anni si è accorta di non riuscire realmente a competere con i grandi del mercato ed ha deciso di trasformarsi diventando esclusivamente una casa di produzione. Blackpills puntava sulla produzione/distribuzione di contenu-



ti che non durassero più di 15 minuti a episodio.

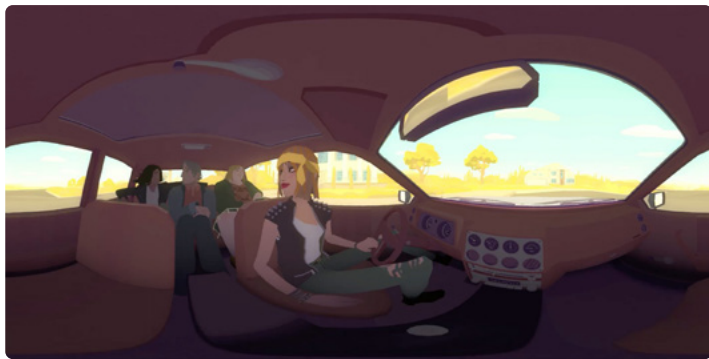
Quello che è interessante di questi due casi studio è che, entrambi, sono stati costretti ad accantonare l'idea iniziale di creare una propria piattaforma di streaming a pagamento, surclassati dalla forte concorrenza dei big. È facile notare come entrambe le società avessero capito che non basta traslare un contenuto dalla tv allo smartphone senza attuare una sua rielaborazione. Quando si progettano contenuti mobile first, è necessario capire come si comportano gli utenti finali, qual è il loro rapporto con il dispositivo e quali

Fig. 4.2 - Keynote di lancio di Quibi nel 2020 e presentazione della funzione di rotazione schermo (fonte: Getty Images)
Fig. 4.3 - Schermate del catalogo dell'applicazione Blackpills (fonte: Variety)



sono le loro abitudini di visione e interazione. Si può affermare che Quibi e Blackpills abbiano sicuramente aperto lo sguardo verso un possibile futuro del cinema e delle serie, ma il campo può e deve essere ancora esplorato in modo più esaustivo, non considerando solo la durata dei contenuti o il layout verticale/orizzontale, ma anche le potenzialità espressive di un device che nasce come strumento fortemente interattivo.

Google Spotlight Stories è un'altra applicazione, figlia di Google, nata con l'intento di presentare progetti di storytelling per la realtà virtuale. "Il



cinema del futuro? Non ha più inquadratura. O meglio: ne ha tante, quelle che preferite. Un mondo che prende vita attorno allo spettatore, grazie ad un sistema di ripresa a 360 gradi. Si può muovere lo sguardo usando come finestra lo schermo dello smartphone: punti il telefono sul protagonista, poi lo muovi per osservare un passante o ancora per guardare una macchina che sta transitando in quel momento. Ogni angolazione è possibile orientando il telefono in alto, in basso, a destra e a sinistra. E per ciascun punto di vista scelto, c'è un diverso fuoricampo. Lo potete chiamare cinema 2.0, cinema interattivo, smart cinema. Di fatto stravolge la grammatica di un'arte nata centovent'anni fa e che ora regala allo spettatore quel che fino a ieri era una prerogativa del regista e del suo operatore. L'ennesima disintermediazione." (Google, 2022).

Anche Arcagni (2021), citando *Spotlight Stories*, lo definisce uno "scorcio di futuro" che non ha premiato. La visione a 360 gradi, l'eliminazione totale di un'inquadratura (e quindi l'eliminazione dello sguardo del regista) è una delle strade possibili, ma forse non è una soluzione che parla il linguaggio del cinema. L'inquadratura è uno degli elementi chiave di un'opera cinematografica, senza uno sguardo ben preciso l'attenzione si perde, esplorando in modo autonomo un'ambientazione che può portare a dettagli irrilevanti per la narrazione. Lo spettatore dovrà essere immerso in un'esperienza che gli garantisca un certo grado di libertà, ma che al tempo stesso lo guidi attraverso la storia e i contenuti, facendo in modo che non si senta perso in un'ambientazione che permette molteplici punti di vista.

Sulla linea degli esempi appena citati abbiamo ritenuto adatto, da un punto di vista progettuale, prendere in considerazione in modo particolare l'ambito cinematografico dei racconti audiovisivi seriali. Questa scelta ci permette di strutturare una proposta che

Fig. 4.4

tiene conto delle abitudini degli utenti smartphone, considerando i tempi e i modi di fruizione a cui essi sono più abituati. L'ambito delle serie tv consente di disporre di una narrazione che, per sua natura, è già frammentata, è caratterizzata da momenti di narrazione e di evoluzione, e da momenti di sospensione. Il genere della serie tv risponde anche a più problematiche progettuali. Oltre ad essere una tipologia che meglio si avvicina alle modalità di fruizione "on the go" tipiche dei dispositivi mobili, essa è anche adatta ad essere rielaborata attraverso un'implementazione interattiva. Uno spettatore

Fig. 4.4 - Sequenza di immagini panoramiche alla base del video a 360 gradi "Pearl" realizzato da Google Spotlight Stories (fonte: Google Spotlight Stories)

Il cinema futuro? Non ha più inquadratura.

(Google, 2022)

di una serie tv sarà più abituato ad un ritmo narrativo intervallato da interruzioni e riprese, e questa caratteristica risulta fondamentale nel momento in cui si va a definire un format audiovisivo che concede un'interazione all'utente, permettendo, in alcuni punti, una modifica dei tempi narrativi (perché dipendenti dall'influenza dell'utente stesso).

4.3

Stili di coinvolgimento

Le narrazioni interattive, anche nel settore audiovisivo, sono un tema affrontato più volte negli anni. Professionisti del settore gaming e intrattenimento hanno cominciato, ormai da qualche tempo, ad esplorare le possibilità di tecnologie sviluppate inizialmente per un loro utilizzo nell'ambito videoludico, adottando però uno sguardo rivolto al mondo del cinema. A molti sembra naturale che questi due mondi, cinema e videogames, siano in un certo senso destinati a fondersi col tempo e, di conseguenza, a unificare anche pubblici differenti, sempre più abituati a fruire di contenuti digitali che racchiudono un certo grado di interazione. Gli strumenti dei videogiochi offrono nuove strade nel modo in cui gli spettatori vengono coinvolti in un'esperienza interattiva, ma, allo stesso tempo, sollecitano una reinterpretazione delle strutture degli audiovisivi e delle dinamiche di fruizione degli stessi. Quello bisogna comprendere è il modo con cui questo accade, quali sono le principali caratteristiche di uno storytelling interattivo, quanta libertà può avere lo spettatore una volta catapultato in un'esperienza di questo tipo.

Andrew Stern, designer e innovatore nel settore dello storytelling e dei personaggi conversazionali, afferma che, se l'interazione permette una scelta tra strade narrative alternative, i produttori dovranno fare i conti con una quantità di output da realizzare che



chiaramente supera le storie a trama unica e lineare (cfr. Stern, s.d). Anche se è importante ragionare su ognuno di questi aspetti, nel nostro caso la scelta tra alternative di trama non sarà possibile. Dal saggio *Achieving the Illusion of Agency* di Fendt, Harrison, Ware et al. “Experiments in this field have shown that the actual entertainment experience of a fake interactive story does not differ from the experience of real interaction. In other words: when users feel that they have some kind of agency, they enjoy this experience, whether the agency is real or not.” (Fendt in Vosmeer & Schouten, 2014). Per quanto riguarda lo storytelling interattivo,

“il senso di partecipare a una storia o a una scena può essere tanto importante quanto la possibilità effettiva di influenzare l’andamento della storia” (Tanenbaum in Vosmeer & Schouten, 2014).

Diventa allora necessario ragionare su quali possono essere gli stili di coinvolgimento che caratterizzano i diversi pubblici di film, videogiochi e media di intrattenimento. In questo senso ci viene in aiuto un saggio redatto nel 2018, che affronta proprio il tema del cinema interattivo interrogandosi su questioni relative al coinvolgimento e alla partecipazione dello spettatore nella storia. I due autori affrontano il tema evidenziando due stili di coinvolgimento, de-

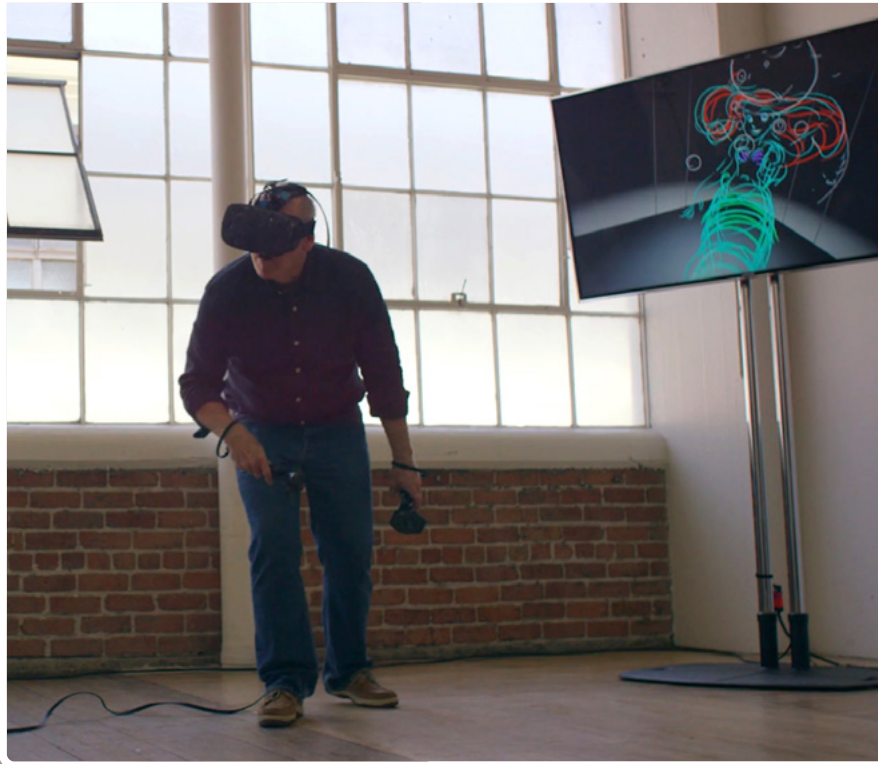


Fig. 4.5 - Douglas Trumbull nel video di FoST "The Future of Cinema" (fonte: Vimeo)

Fig. 4.6 - Il disegnatore Glean Keane intento a realizzare un dipinto in ambiente digitale (fonte: FoST)

finendoli con i due termini "lean back" e "lean forward" (Vosmeer & Schouten, 2014). Il primo, lean back, viene utilizzato per parlare di tutti quegli audiovisivi durante i quali l'utente non ha nessun controllo ed è "invitato a sedersi e guardare lo svolgersi della narrazione" senza interagire con il testo. "Lean forward" viene invece utilizzato quando ci si riferisce a quei media nei quali lo spettatore non è più solo passivo, ma è "capace di interagire e controllare il flusso di informazioni" (ibidem). Spesso nei videogame classici questi due modi sono entrambi presenti e possono alternarsi. Nella struttura narrativa di un gioco di ruolo è normale che ci siano momenti in cui il giocatore compie delle azioni e partecipa attivamente alla scena, e momenti in cui esso è invece chiamato a osservare passivamente l'evolversi della narrazione. "While in recent games the visual differences between the parts of interactive gameplay and the cutscenes have become increasingly less distinct, the merging of these two types of se-

quences is still mostly linear, and the differences between active and passive user engagement remain intact." (Vosmeer & Schouten, 2014, p. 142).

I più recenti videogame si rivelano essere dei casi studio interessanti non solo per le modalità in cui permettono al giocatore di esplorare gli elementi della storia (oggetti, mappe, artefatti), come abbiamo visto in precedenza con *Red Dead Redemption* e *The Last Of Us*, ma anche per come la loro struttura narrativa/interattiva permetta una coesistenza di momenti di "lean back" e "lean forward", che vanno ad alternarsi in modo fluido e lineare pur restando riconoscibili.

4.4

Le storie da scoprire

Durante la stesura della parte di ricerca è stato necessario esplorare il mondo del cinema e delle serie tv anche considerando la loro suddivisione generi cinematografici. Il genere costituisce una convenzione con lo scopo di classificare le diverse opere in base ad alcuni temi o caratteristiche ricorrenti. I generi definiscono orizzonti narrativi che determinano particolari aspettative nello spettatore. La nostra analisi si è riproposta di capire quali potessero essere le tipologie di opere cinematografiche che più risultassero adatte ad essere "tradotte" in un'esperienza interattiva. Dopo una visione ad ampio raggio sulle principali classificazioni di genere ci si è accorti questo non era utile a restringere il campo di applicazione. Alcune delle caratteristiche che sembravano essere stimolanti da un punto di vista interattivo si posizionavano a cavallo tra più generi. Abbiamo perciò adottato una diversa prospettiva che considerasse non tanto la divisione in generi quanto gli elementi distintivi delle tipologie di narrazione.

Marie-Laure Ryan, nel saggio *Interactive Narrative, Plot Types, and Interpersonal Relations* (2018), parla delle narrazioni interattive descrivendo tre tipologie di trama: la trama epica, quella drammatica e quella epistemica. Le prime due tipologie svolgono per noi un ruolo secondario, considerando il fatto che si rifanno a tutti quei tipi di narrazione basate sulle avventure di un personaggio in un mondo ostile (epic plot) e sull'evoluzione di una rete di relazioni umane (dramatic plot). Il modello che invece ci viene in aiuto per definire più puntualmente il settore applicativo della nostra idea di progetto è quello della trama epistemica (epistemic plot).

“In the nineteenth century, a third kind of narrative made its appearance: the epistemic narrative, driven by the desire to know. Its standard representative is the mystery story.” (Ryan, 2008, p. 2).

La trama epistemica ha a che fare con il mondo delle storie di mistero e di detection. Essa è risultata la tipologia più adatta al progetto perché racchiude in sé caratteristiche che possono essere trasportate in un'esperienza audiovisiva interattiva senza incappare in grandi stravolgimenti nella struttura della narrazione. È normale che alcuni generi cinematografici si prestino di più ad essere tradotti in forma interattiva, dal momento che racchiudono aspetti che sono più facilmente compatibili con i tipi di azione che avvengono in un classico videogioco: “moving across the world, picking objects, examining them for clues, finding documents...” (ibidem). Un'opera cinematografica che si basa su mistero e investigazione si presta molto di più a creare momen-

ti di curiosità nello spettatore, il quale viene spinto a ricercare indizi e visionare artefatti interni alla storia.

Proprio su questa tipologia di racconto cinematografico abbiamo basato una prima parte di progettazione del format audiovisivo multimediale. La trama epistemica, come definita in precedenza, ci è servita per racchiudere dentro ad un singolo termine l'idea di una storia “da scoprire”, una trama che l'utente senta la voglia di andare ad esplorare non solo in modo orizzontale (come già accade nell'evoluzione di una serie tv, puntata dopo puntata) ma anche in verticale, addentrandosi nei dettagli e sempre più in profondità, navigando tra i contenuti interni al mondo in cui la storia è ambientata. Tra le altre motivazioni c'è anche il fatto che, come afferma Andrew Stern (2008), ogni storia interattiva deve dar vita ad un sistema che contiene una grande quantità di contenuti. E quale migliore genere cinematografico se non quello poliziesco, dove non mancano i documenti, gli indizi che accertano l'evidenza di un crimine, le foto segnaletiche e i messaggi compromettenti ritrovato sul cellulare della vittima?

Fig. 4.7 - Fotografia dalla serie tv investigativa “Sherlock” prodotta da BBC Wales (fonte: Wallhere)



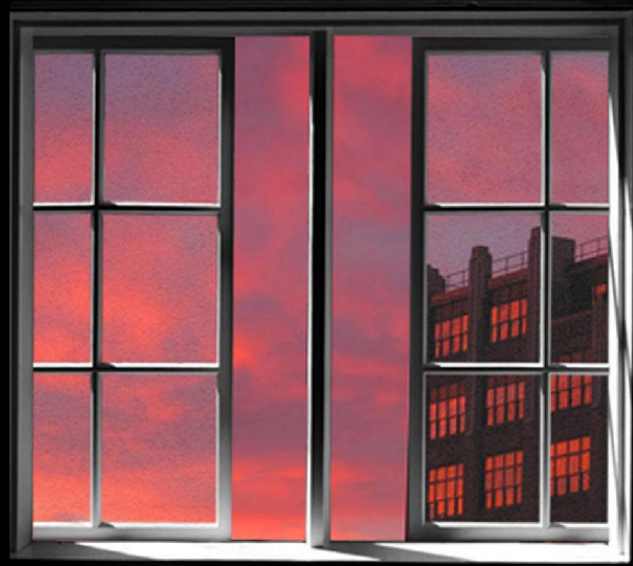


Fig. 4.8 - Immagine dalla copertina del documentario interattivo "Highrise - Out my window" (fonte: National Film Board)

4.5

In vista di una narrazione multimediale

Serviamoci quindi di tutto quello che abbiamo affrontato fin ora e utilizziamo questa ultima parte di capitolo per tirare le fila su quali sono i punti fermi della proposta di una serie tv interattiva. In primis, il genere. Abbiamo affermato che la progettazione del format si

smartphone, la serie tv riprenderà le caratteristiche raccolte dai casi studio strutturandosi in episodi di corta durata, così da dare vita ad un contenuto capace di inserirsi nelle abitudini di visione già presenti fra i più giovani.

A conclusione di questo capitolo ci tenevamo a citare una riflessione di Arcagni in *Cinema Futuro* (2021). Giornalista e docente all'Università di Palermo, Arcagni, nel capitolo (*Dè tour* del suo libro, riserva un paragrafo per parlare del termine "osceno". Osceno, in quel caso, prende il significato di "ciò che rimane fuori dalla scena, fuori dallo sguardo" (Arcagni, 2021, p. 54). Tutto ciò che oltrepassa i confini della scena. Nel nostro caso, anche tutto ciò che è presente nella scena ma che viene visto di sfuggita, oggetti scenici ai quali non viene riservata una particolare inquadratura e sui quali il regista decide di non soffermare l'attenzione

Lo spettatore di domani sarà sempre più dentro alle immagini.

(Arcagni, 2021)

concentrerà inizialmente sullo sviluppo di un linguaggio di interazione applicato ad una serie di detection, che permette di avere come riferimento un contesto cinematografico che meglio si presta all'esperienza ipotizzata. La nostra serie dovrà contenere e racchiudere una buona quantità di elementi (oggetti, materiale grafico, artefatti di scena) curati nel dettaglio che, allo stesso tempo, siano parte integrante della storia narrata e non siano esclusivamente elementi scenografici che non rivestono nessuna importanza nello sviluppo della trama. Oltre a questo, come naturale conseguenza ai modi di fruizione dell'audiovisivo su

della camera. Come si parla di oggetti è possibile anche parlare di brevi sequenze video secondarie che, se presentate in corrispondenza con altre parti del montaggio, possono essere un ulteriore strumento per garantire allo spettatore una visione più ampia del contesto in cui si svolge la vicenda.

5. Bind. La proposta di progetto

5.1

Qualche nota

La proposta di progetto si muove dall'idea di creare un linguaggio audiovisivo multimediale che risponda in modo adeguato alle esigenze degli spettatori "mobile". Per questo motivo, l'applicativo che presentiamo non propone un ribaltamento totale del modo in cui i film e i video vengono concepiti e realizzati, ma si inserisce tra le dinamiche esistenti di cinema in streaming e video social per definire una tipologia di fruizione "mobile first". La scelta di percorrere questa strada è dovuta, tra i vari fattori, anche dal fatto che permette di rispondere alla domanda di progetto evitando un ripensamento totale del settore audiovisivo, occupandosi invece di costruire una nuova forma di esperienza video-ludica che riesca a far confluire e cooperare tra loro linguaggi di per sé già esistenti e

facilmente riconoscibili ai potenziali spettatori, così da rendere l'esperienza di cinema interattivo qualcosa di naturale e spontaneo. Il progetto si propone di costruire un'esperienza multimediale interattiva per un contenuto audiovisivo seriale. Il risultato del lavoro vuole fungere da esempio per esporre le peculiarità del format progettato e le sue possibili applicazioni. Come vedremo nel capitolo successivo, il format sarà poi riarticolato all'interno di un'esperienza espositiva/museale nell'ottica di presentare le potenzialità del progetto anche in un ambito separato da quello del cinema. L'obiettivo di progetto sarà l'elaborazione di una serie di moduli che possano essere riadattati e utilizzati come matrice su altre narrazioni audiovisive e su nuovi contenuti, sia prodotti ad hoc che materiale di archivio. Nel nostro caso non ci stiamo proponendo di riprogettare l'intera esperienza utente di un servizio di streaming su smartphone, come può essere Netflix o Amazon Prime

Video. Ci si occuperà invece di elaborare i punti chiave dell'esperienza del contenuto audiovisivo multimediale, sviluppando una proposta di esperienza che permetta un'esplorazione in profondità all'interno della narrazione, dei contenuti e degli elementi della narrazione.

Durante una fase iniziale di ricerca ci siamo chiesti quali fossero le differenze sostanziali tra il guardare una serie

al giorno. Tra chi lo usa di più questo numero può salire fino al doppio. Oggi molti degli spettatori non sono più seduti in sala, a metri di distanza dall'immagine proiettata sul telo bianco del cinema, ma sono seduti in metro, in un parco o sul divano di casa propria: stanno aprendo Netflix dal cellulare per guardarsi l'ultima puntata della propria serie preferita su uno schermo che tengono in mano, e che ormai conoscono più di ogni altro strumento.

Guardare il futuro non è prevederlo ma orientare fasci di luce in altre direzioni.

(Arcagni, 2021)

in Tv o su smartphone. Sicuramente una delle differenze riguarda l'ambito percettivo: uno schermo da 6 pollici di un iPhone non potrà mai presentare la stessa quantità di dettagli che viene percepita con un televisore da 72 pollici. Ma, al pari di questo, un'ulteriore differenza riguarda il rapporto che abbiamo con lo strumento di riproduzione. Mentre il televisore è sempre stato uno strumento in un certo senso "lontano" da noi, percepito come qualcosa di esterno (molto più simile in questo senso al telo su cui viene proiettato un film al cinema), lo smartphone in poco tempo è diventato uno device molto personale, intimo. Se facciamo riferimento agli studi sulla prossemica e sulle distanze interpersonali dell'antropologo Edward T. Hall (1968), mentre il televisore occupa la sfera relativa alla distanza sociale (o "personal space"), con lo smartphone ricadiamo in un'area molto più intima ("intimate space"), perché ci riferiamo ad uno strumento di piccole dimensioni pensato per essere utilizzabile attraverso il movimento delle mani ed il tocco delle dita. Un utente medio tocca lo schermo del proprio smartphone 2.600 volte

Lo smartphone ci ha dato la possibilità di interagire, attraverso un tocco, con un'infinità di contenuti diversi. Nel cinema questo ha significato una svolta dal punto di vista della fruizione. Con il mobile, lo schermo che riproduce il video è anche lo strumento che utilizzo per scegliere, riprodurre e mettere in pausa i contenuti.

Lutz Becker: "Una nuova forma d'arte non è solo il prodotto delle nuove tecnologie, ma anche il prodotto di un nuovo pensiero, la scoperta di un nuovo ordine." (Youngblood, 2013, p. 208).

Quando Arcagni parla del futuro in ambito digitale non discute di un qualcosa che va previsto, che va anticipato, ma parla di un modo di vedere al presente e di orientare le nostre strade progettuali verso logiche nuove, verso direzioni inesplorate (cfr. Arcagni, 2021). Quindi abbiamo voluto provare a rimescolare le carte, a rielaborare linguaggi e dinamiche che abbiamo sottomano tutti i giorni per andare alla ricerca di qualcosa di nuovo che permetta uno sguardo al futuro, guardando principalmente al presente.



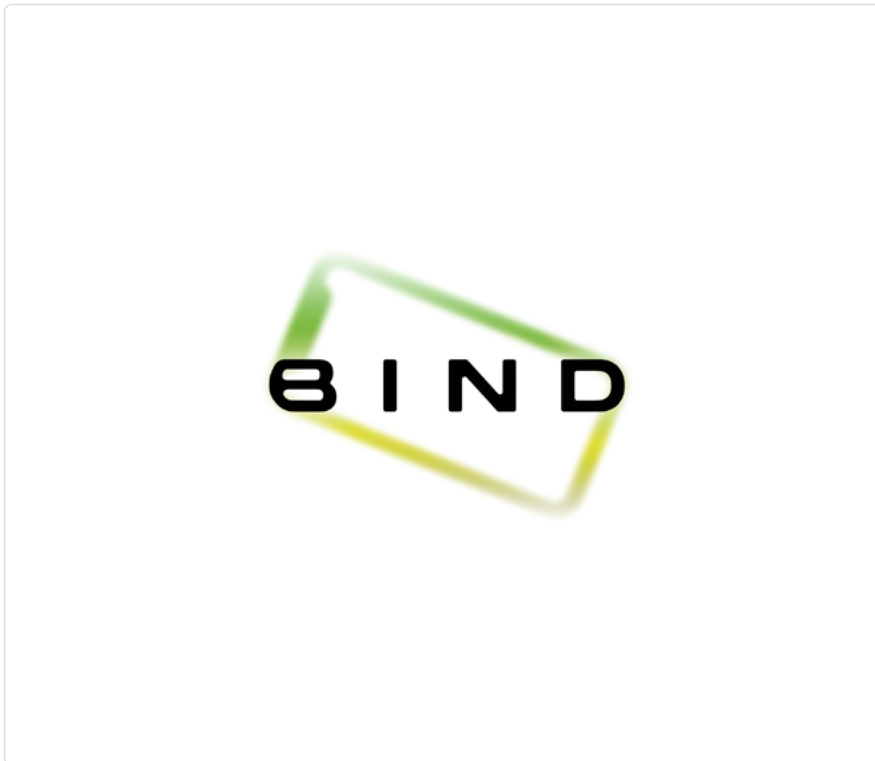
Fig. 5.1 - Versione in positivo e in negativo del marchio realizzato per il progetto

5.2

Studio del brand

Il nome scelto per l'applicativo progettato è *Bind*. Il termine deriva dal verbo inglese "to bind" che significa "legare", ma anche "rilegare, unire, connettere, formare qualcosa di compatto". Il significato è strettamente connesso agli scopi prefissati dal progetto, quelli di dar vita ad una piattaforma che combina sequenze di immagini in movimento, tracce audio, contenuti digitali e interazione dell'utente in un'unica esperienza di visione multimediale. Il legare/connettere documenti e artefatti a determinate sequenze audiovisive interattive è alla base dell'esperienza progettata, per questo motivo il termine scelto è fedele alle riflessioni attuate nella fase di realizzazione. La parola "Bind" è inoltre semplice, facile da ricordare, e ha una sonorità acuta che richiama alla mente il suono di qualcosa che si accende, come una fonte luminosa.

Il marchio progettato (fig. 5.1) combina la parte tipografica (il nome dell'applicativo) ad una parte pittogrammatica. La tipografia è il risultato di una rielaborazione del font Monument Extended Regular della fonderia Pangram Pangram, mentre il pittogramma rappresenta il profilo di uno smartphone. Il termine "Bind" è definito da confini di colore netti (bianco e nero), così da permettere uno stacco tra il colore della scritta e lo sfondo. Il pittogramma dello smartphone ha contorni sfumati che garantiscono al marchio un carattere digitale e riprendono l'idea di scher-



mo e di modello additivo della luce (RGB) sfruttando la gamma cromatica concessa dalle grafiche digitali. La sfumatura di colore permette di dare tridimensionalità al marchio perché fa sembrare il pittogramma fuori fuoco rispetto alla tipografia, e quindi su un piano diverso rispetto alle lettere. Il marchio è stato progettato per essere utilizzabile sia in positivo che in nega-

Riguardo la scelta della palette colori, si è scelto di sfruttare delle tonalità che garantissero una forte riconoscibilità e che, allo stesso tempo, prendessero le distanze dai colori già utilizzati in ambito mobile da piattaforme di streaming esistenti. I colori principali sono il verde e il giallo elettrici (fig. 5.2) (#89C253 e #DEE653 sono i codici colore principali, questi sono poi stati



Fig. 5.2 - Coppia di colori utilizzati nel progetto

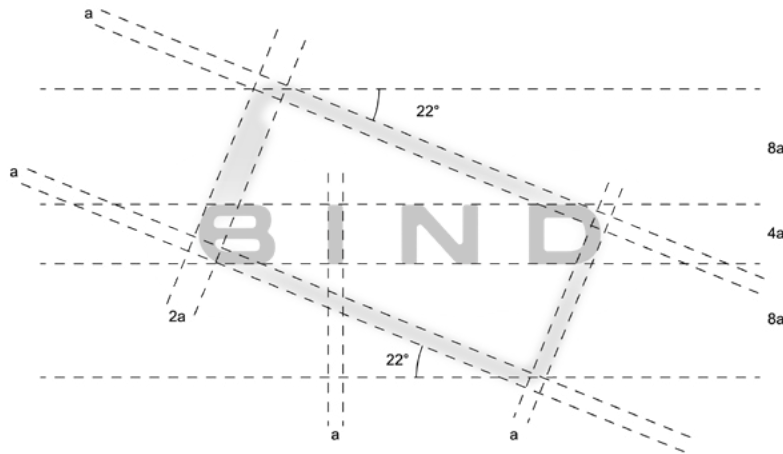


Fig. 5.3 - Costruzione del marchio

tivo ed è stato costruito considerando rapporti dimensionali che sono multipli di una dimensione di riferimento: la larghezza della lettera "i" (fig. 5.3). A partire da questa grandezza si possono ricostruire i diversi rapporti tra elementi grafici e marchio (ad esempio la dimensione del pittogramma e il suo posizionamento rispetto alla tipografia). La figura dello smartphone è inclinata di 22° rispetto ad una linea orizzontale, e questo le permette di essere usata come elemento per "racchiudere" la tipografia attraverso il confine di colore. Questa disposizione vuole richiamare all'idea di contenuti fruibili su mobile, e quindi compresi nell'ideale perimetro definito dal device.

modificati a seconda delle necessità di visibilità nelle applicazioni su sezioni diverse dell'applicativo) e, combinati assieme, vanno a costituire il gradiente utilizzato per le grafiche presenti nell'interfaccia e sul marchio. La scelta di utilizzare un gradiente con colori chiari negli elementi di interfaccia nasce dalla necessità di avere a disposizione una combinazione di colori che fosse facilmente percepibile una volta posta in sovrapposizione a tipologie di video diverse, così da rendere visibile la modalità di interazione consentita all'utente in un determinato momento dell'audiovisivo multimediale.

5.3

Sezioni del servizio

In questo contesto non è nostra intenzione riprogettare in toto un applicativo di contenuti audiovisivi in streaming. Nello specifico andremo a soffermarci principalmente sullo sviluppo di una nuova esperienza di fruizione di singoli micro-contenuti audiovisivi, tralasciando la parte di design relativa all'esperienza all'interno del catalogo e alle interazioni presenti durante la scelta e la ricerca di contenuti all'interno del servizio. Consideriamo che, se ci riferiamo alla visione di serie tv, la prima parte di esperienza del nostro utente tipo possa seguire un modello simile ai servizi di streaming già affermati (Netflix, Amazon Prime, ecc.). In questi esempi viene offerto un catalogo che raccoglie tutti i contenuti offerti sulla piattaforma, suddividendoli per tipologia, dando la possibilità di effettuare una ricerca per temi o tramite filtri e parole chiave. Nel nostro caso, così come accadeva anche con Quibi e Blackpills, ogni contenuto avrà le caratteristiche tipiche di una narrazione cinematografica seriale. Sotto al medesimo titolo potranno perciò essere raccolti più capitoli, e l'utente potrà riprendere la visione da dove è stata interrotta oppure navigare tra gli episodi di una serie. Una volta scelto cosa vedere, all'utente si aprirà una scheda dal quale sarà poi possibile accedere alla visione degli episodi multimediali.

5.4

Struttura del player video

5.4.1 Layout e icone

Abbiamo ritenuto necessario sviluppare la sezione relativa al player video facendo in modo di ricreare un ambiente dall'aspetto familiare, implementando l'interfaccia tramite l'aggiunta di elementi che potessero dialogare in modo coerente con una struttura visiva simile a quelle già presenti in altri player video esistenti. La nostra proposta di design ha come base un layout tipico delle applicazioni di riproduzione video su smartphone. L'interfaccia utente della fig. 5.4 viene visualizzata quando a schermo sono presenti tutti gli elementi di controllo del contenuto. La timeline e il codice di tempo vengono posizionati nella parte bassa dello schermo, così da lasciare libera la maggior parte del campo visivo, andando a disturbare il meno possibile l'immagine riprodotta. La parte alta dello schermo invece viene riservata ad informare sul nome del capitolo in riproduzione, mentre il tasto "x", posizionato in alto a destra, permette l'uscita dal player. Al centro troviamo il tasto play/pausa, affiancato dai tasti di navigazione veloce (avanti e indietro di 10 secondi).

Focus principale del progetto è stata la necessità di informare l'utente su quali delle sequenze video fossero possibili di interazione. Lo spettatore deve essere informato, durante la visione di un capitolo, di quando una sua interazione con lo schermo del dispositivo può andare a modificare ciò che viene presentato. È stata riservata un'area, all'interno dello spazio di visione, in cui andare a posizionare elementi grafico-iconici che fungono da significante per le diverse tipologie di interazione. Questi elementi non sono

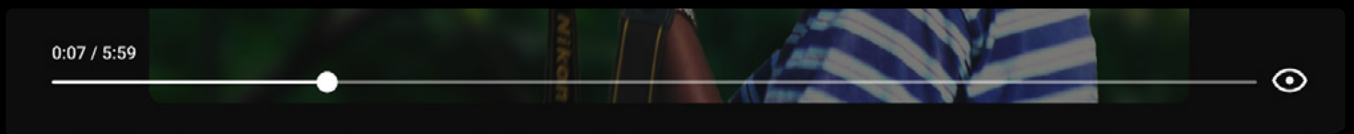
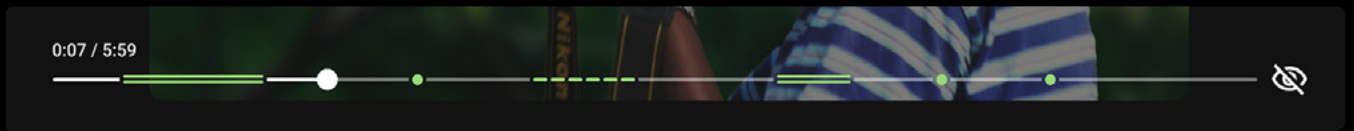
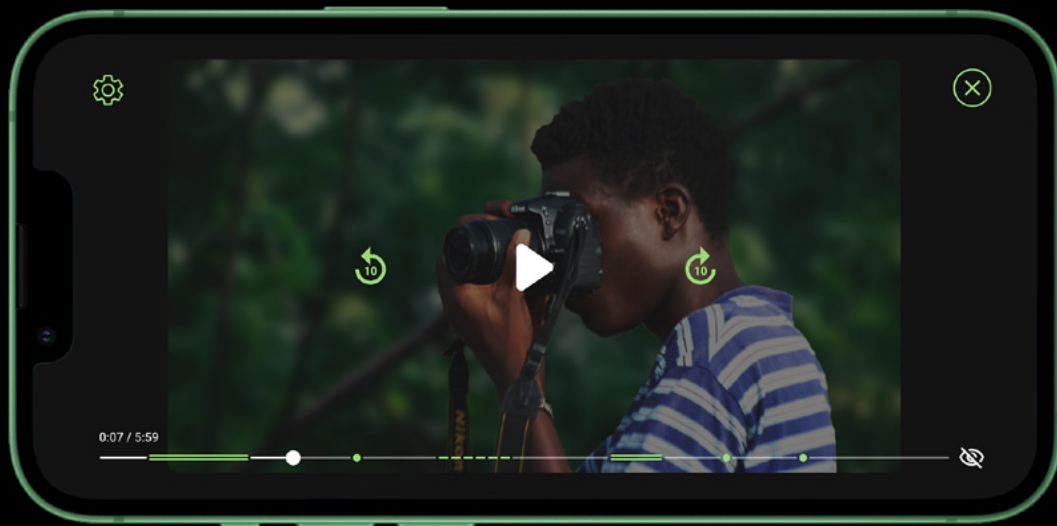


Fig. 5.4 - Player video e dettagli della timeline con e senza informazioni sulle sequenze interattive

presenti a schermo per tutta la durata del capitolo, ma appaiono esclusivamente quando l'utente si trova all'interno di una sequenza nella quale può interagire. La presenza stessa di questi elementi funge da indicatore per le sequenze che hanno caratteristiche interattive. Gli elementi con funzione informativa sono stati posizionati centrali nella parte superiore dello schermo: in questo modo risultano chiaramente visibili ogni volta che vengono mostrati sul display e, allo stesso tempo, questo permette di evitare che essi vadano ad intralciare una corretta visione del contenuto, perché rimangono elementi periferici (fig. 5.5). La scelta di posizionamento di questo strumento è dovuta anche alla possibilità di sottotitoli per facilitare la comprensione di ciò che viene detto. Mostrare gli elementi di interfaccia nella parte bassa dello schermo assieme ai sottotitoli avrebbe portato ad un accumulo di informazioni che avrebbero causato rumori visivo al video, ostacolandone la corretta visione. La sottotitolazione è una parte necessaria del progetto perché, oltre a servire come strumento traduttivo per coloro che non conoscono la lingua usata nell'audio, fungono anche da strumento per favorire la comprensione del testo agli utenti affetti da sordità o con difficoltà uditive. All'interno della sezione impostazioni dell'applicativo è presente un'opzione che consente di attivare o disattivare i sottotitoli, così da lasciare maggiore libertà ad ogni utente.

Il design di interfaccia è debitore dei casi studio affrontati nei capitoli precedenti ed è anche frutto di una rielaborazione delle modalità di interazione dei social network mobile (primo fra tutti Instagram). Con l'aggiunta delle *Stories*, Instagram ha introdotto un nuovo modo di navigare tra micro-contenuti (immagini e video). Quando entriamo nella sezione storie di Instagram, nella parte alta del nostro device viene visualizzata una linea tratteggiata che indica i contenuti video (fig. 5.6) (ognuno con

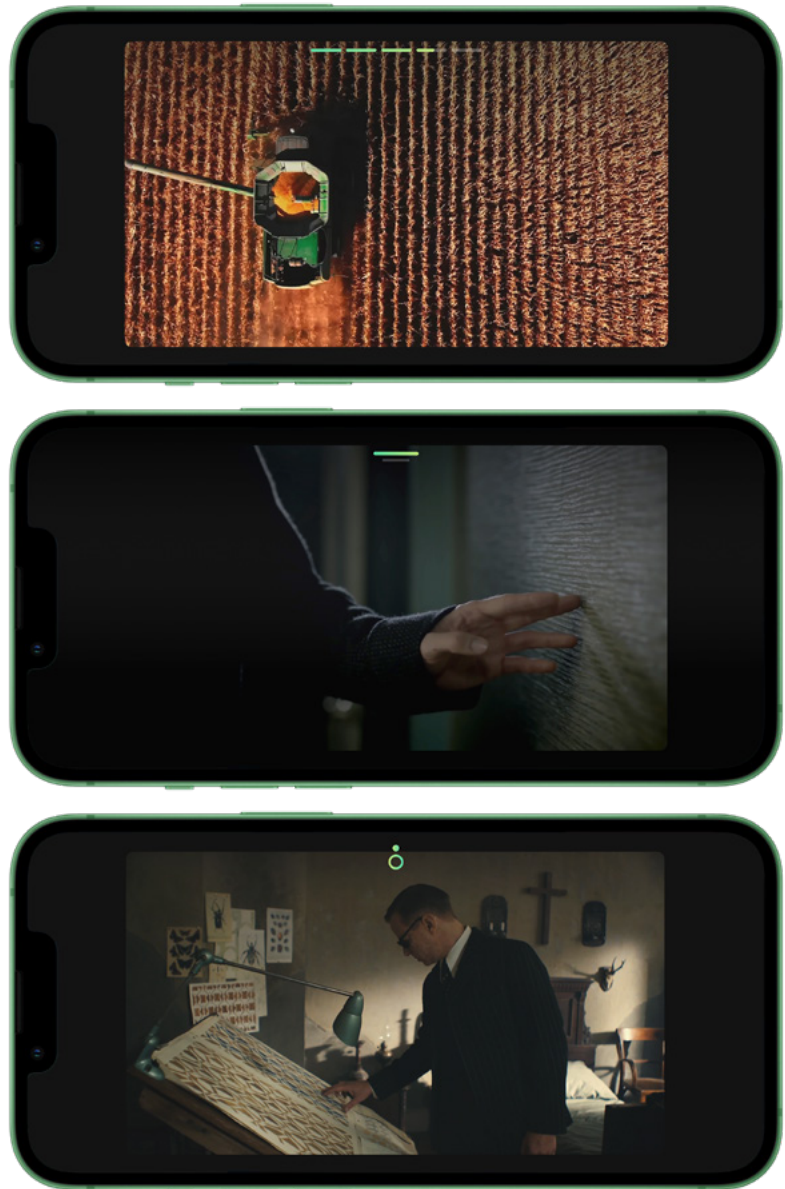


Fig. 5.5 - Schermate interattive con la presenza delle icone di interfaccia nella parte alta dello schermo

una durata massima di 15 secondi) che un singolo utente ha caricato online nelle ultime 24 ore (ogni storia viene automaticamente eliminata dalla piattaforma dopo un giorno dalla pubblicazione). La linea è divisa in tanti segmenti quanti sono i contenuti pubblicati dall'utente. Se la linea che viene visualizzata è singola, quell'utente ha pubblicato un solo contenuto della durata di 15 secondi; se sono presenti più segmenti a formare una linea tratteggiata, ogni tratto rappresenta uno

dendo spunto da altri esempi di interfaccia, è stato modificato per essere utilizzato su lo spazio visivo disponibile usando lo smartphone in posizione orizzontale. Il sistema si compone di tre diversi segni iconici, ognuno dei quali informa lo spettatore su una diversa modalità di interazione. Due di questi segni descrivono interazioni legate al montaggio, mentre il terzo sta a segnalare la presenza di un contenuto secondario esplorabile in digitale legato a ciò che viene presentato nel video.

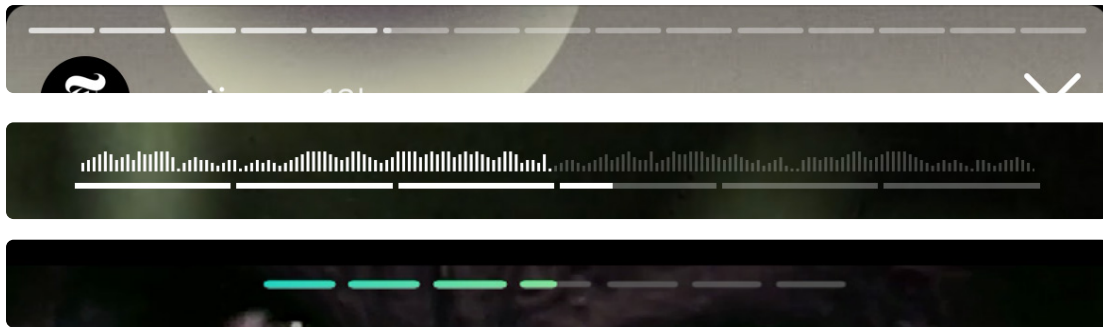


Fig. 5.6 - Dettaglio della linea di avanzamento di Instagram, "Far Away From Far Away" e Bind

dei contenuti pubblicati. L'utente si muoverà tra i contenuti facendo "tap" sullo schermo del device e, ad ogni tocco, passerà da un contenuto a quello successivo (o a quello precedente, se il tocco avviene sulla parte sinistra dello schermo).

Come visto in precedenza (cap. 3.3.1), anche Global Mechanic ha preso spunto da Instagram per lo sviluppo del progetto *Far Away from Far Away*. In quel caso l'informazione monitorata dalla linea nella parte alta del video si complica e, oltre a riutilizzare la linea tratteggiata presente su Instagram, Global Mechanic introduce una nuova linea, utile a comunicare all'utente che durante determinati segmenti di video è permesso un'ulteriore tipologia di interazione, diversa dalla precedente. Come presenteremo in modo più dettagliato fra qualche pagina, questo nostro sistema informativo, pur pren-

5.4.2 Riproduzione, pausa e navigazione

Su Netflix mobile, così come su YouTube e altri, il tocco a schermo è l'azione da eseguire quando si desidera accedere ai controlli del video e alla timeline. Una simile interazione non è più applicabile nel momento in cui, secondo le decisioni prese durante lo sviluppo del progetto, il singolo tocco diventa uno dei gesti chiave tramite il quale modifica la visione durante le sequenze multimediali. Andando a selezionare un elenco di gesti che verranno utilizzati per controllare la riproduzione e la navigazione all'interno di questi contenuti, ci siamo occupati di definire azioni che fossero il più possibile familiari.

Chi utilizza l'applicativo potrà mettere temporaneamente in pausa il video tenendo premuto il dito sullo schermo

del device e scorrendo verso l'alto (in modo simile come è abituato a fare su una storia di Instagram, con l'aggiunta del movimento verso l'alto) (fig. 5.7). Quando il dito viene premuto sullo schermo, attorno all'area interessata appare un perimetro circolare accompagnato un'icona che indica la possibilità di mettere in pausa la riproduzione scorrendo verso l'alto. Attuando questo gesto il video viene bloccato e sul display compaiono la timeline del video ed i controlli di play e avanzamento veloce (come da fig. 5.7). Quando questi controlli sono visibili è possibile far ripartire la riproduzione del video toccando il tasto centrale, procedere in avanti o indietro di 10 secondi cliccando sui controlli di fianco al tasto centrale, oppure scorrere nella timeline trascinando lo slider, come accade anche sui player di altri servizi. In aggiunta alla timeline classica è stato aggiunto un secondo livello informativo. All'utente è data la possibilità di vedere, inserite all'interno della barra di avanzamento dell'episodio, la collocazione di tutte le sequenze interattive che sono state inserite nel video multimediale (rappresentate da icone differenti a seconda della tipologia delle sequenze a cui fanno riferimento). Similmente a come accade con i video di YouTube che hanno una suddivisione in capitoli, il movimento del cursore avanti e indietro nella timeline porterà ad avere un effetto di aggancio digitale nei punti in cui le diverse icone vanno a segnalare le sequenze interattive (vedi fig. 5.4). Questo accorgimento consentirà all'utente una navigazione più semplice durante la visione di un episodio che presenta momenti multimediali diversi al suo interno.

Si è scelto di presentare di default la linea temporale priva delle icone sopra citate, questo perché pensiamo che sia più corretto, per una migliore esperienza audiovisiva interattiva, che l'utente non sappia già a priori il collocamento delle sequenze interattive (che andranno a presentarsi in diversi momenti

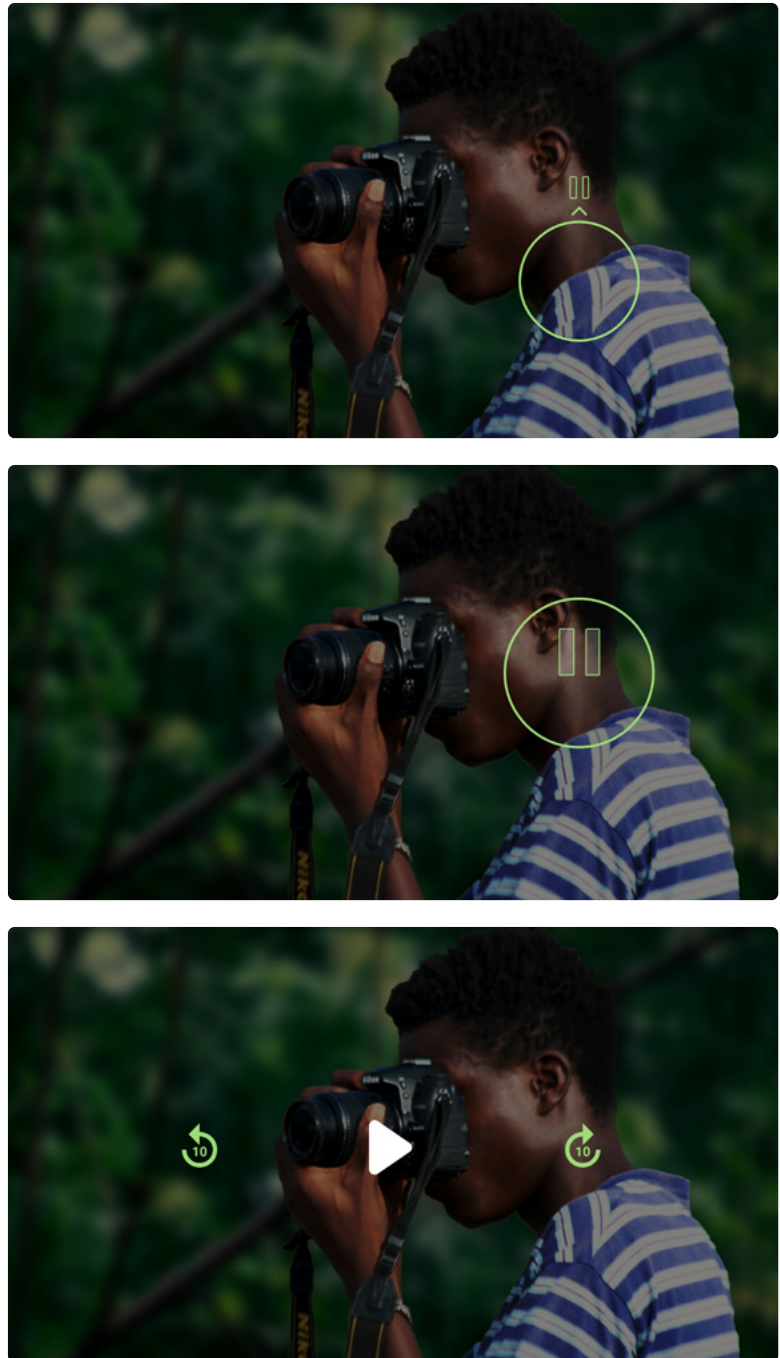


Fig. 5.7 - Dettaglio degli step per la messa in pausa del video (tocco e scorrimento verso l'alto)

dell'audiovisivo, correttamente comunicate dalla presenza degli elementi grafici sulla parte superiore). Esiste però la possibilità di far apparire questo secondo livello di informazione sulla timeline cliccando su un tasto che ne attiva la visibilità (rappresentato con il pittogramma di un occhio). L'utente sarà perciò in grado di passare da un tipo di visualizzazione all'altro, decidendo autonomamente a seconda delle necessità.

5.5

Lo spettatore protagonista del montaggio

Una delle peculiarità delle narrazioni all'interno di serie tv di tipo epistemico è la presenza di storie parallele o non cronologiche, momenti di flashback e rivelazioni. Si può, in questi casi, considerare la narrazione come un qualcosa che va sviluppandosi su più piani paralleli, che procedono ed evolvono in contemporanea, non solo per quanto riguarda l'aspetto narrativo, ma anche da un punto di vista digitale e di interazione. Questa idea di una "multi-narrazione" è già presente in alcuni casi studio che abbiamo descritto nel capitolo 3. Lo scopo di questa rielaborazione delle serie tv in chiave interattiva è quello di costruire un ambiente audiovisivo dove lo spettatore ha un certo grado di libertà nell'alternare la propria visione navigando tra clip diverse, dove i modi di interazione sono elaborati in stretto rapporto con ciò che viene raccontato, facendo in modo che l'aspetto multimediale della proposta vada ad aggiungere significato alla narrazione stessa. Con un prodotto video che parla la lingua del cinema è stato naturale basare la proposta ragionando principalmente sulle tipologie di montaggio e sulle tecniche di editing. Questo ci ha portati a notare che, in un contesto audiovisivo, esistono più tipologie di situazioni, che differiscono a seconda del senso che il montaggio assume all'interno della narrazione. Seguendo questa strada siamo arrivati

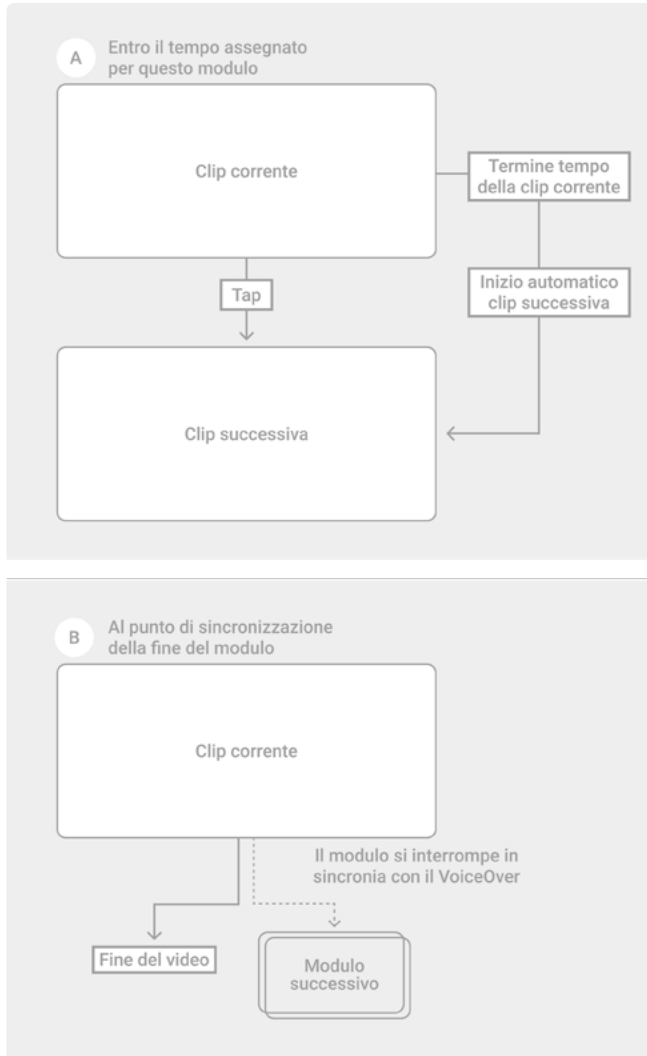


Fig. 5.8 - Diagramma di funzionamento del modulo di montaggio narrativo

ad evidenziare due circostanze filmiche con le quali poter realizzare momenti di interazione/esplorazione guidati dallo stesso spettatore, prendendo spunto da alcune delle pratiche di montaggio più comuni. Ci siamo chiesti: perché non provare a strutturare un'esperienza su smartphone che permetta allo spettatore di partecipare attivamente durante certe sezioni, "attivando" una sorta di navigazione controllata attraverso più clip video diverse?

5.5.1 Montaggio narrativo (establishing shots)

Uno dei validi esempi di libertà nel montaggio è strettamente collegato a quelli che in gergo cinematografico si definiscono "establishing shots" (inquadrature narrative o di ambientazione). Durante le sequenze così chiamate lo spettatore viene accompagnato all'interno di una situazione/un ambiente della storia attraverso riprese e inquadrature che si soffermano su luoghi, dettagli, persone e oggetti, i quali servono da descrittori. Solitamente si tratta di un montaggio serrato, costituito dal susseguirsi di clip di corta durata che, se considerate nel complesso, costruiscono nella mente dello spettatore l'immagine di uno scenario ben definito.

La modalità che abbiamo scelto per sviluppare questo tipo di segmento narrativo è debitrice delle sequenze in stile *Instagram Stories* di *Far Away from Far Away* (Global Mechanic, 2022). Possiamo definire questo modulo interattivo del progetto come un momento di avanzamento libero tra più clip. Questi contenuti video, in un'ottica registica, potrebbero essere diversi punti di vista di un luogo, una situazione, un tema. Lo spettatore viene perciò immerso nella scena, allo stesso modo di come accade in esempi cinematografici esistenti, ma qui è egli stesso a scegliere quando cambiare punto di vista, soggetto e inquadratura, quando passare

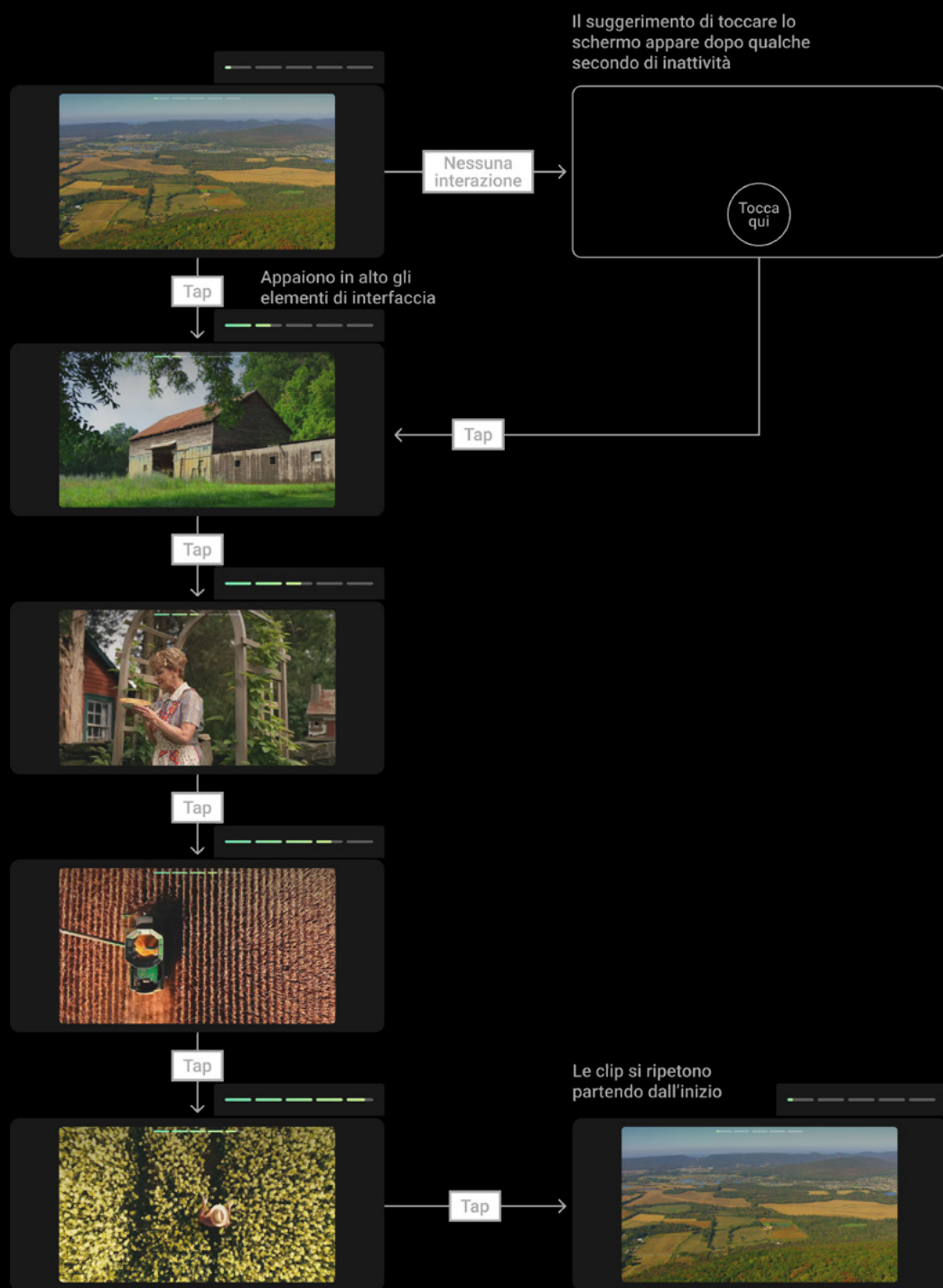


Fig. 5.9 - Diagramma di flusso per il modulo di montaggio narrativo

da una clip alla successiva e così via, trovandosi di fronte una coerenza visiva che viene comunque mantenuta dal trattamento dell'immagine, dalla fotografia, da come i soggetti vengono presentati e da una continuità sonora e musicale (anche voice over). L'idea è di sperimentare un audiovisivo che sia descritto attraverso una co-partecipazione sempre più attiva dello spettatore, mantenendo, al tempo stesso, un livello abbastanza alto di controllo sul prodotto finale, ed evitando situazioni che diventano dispersive perché permettono un grado troppo alto di libertà all'utente.

Quando l'utente si trova all'interno di questo modulo interattivo, durante tutto il tempo in cui l'interazione tramite il tocco a schermo è permessa, è presente nella parte alta dell'interfaccia una linea tratteggiata (fig. 5.9). I diversi segmenti della linea rappresentano le clip tra le quali è possibile navigare e la linea colorata in verde indica l'avanzamento di tempo nelle singole microsequenze. Quando le linee sono presenti, allo spettatore viene data la possibilità di navigare attraverso le clip disponibili, avanzando da una clip alla successiva toccando lo schermo. Quando la parte interattiva del video ha inizio, l'utente avverte una piccola vibrazione dello smartphone, una risposta aptica del device che va a sottolineare tramite una sensazione tattile la comparsa a schermo delle linee di avanzamento. Grazie alla vibrazione e all'animazione di entrata delle linee di interfaccia, l'utente viene informato che da quel momento ha l'occasione di interagire con l'episodio. Se nei primi secondi della prima clip il device non registra nessuna interazione, a schermo verrà presentata un elemento grafico che invita l'utente a fare "tap" sullo smartphone.

La traccia sonora, la traccia musicale ed il voice over non sono sincronizzati temporalmente a ciò che viene visualizzato. Le tracce sono scelte per

raccontare al meglio la sequenza ma non possono essere sincronizzate al video perché altrimenti si creerebbero dei tagli netti nel momento di inizio della clip successiva. L'indipendenza dell'audio permette di poter avanzare tra i video senza problemi, e funge da collante tra un'immagine e l'altra. Lo spettatore può decidere autonomamente quando passare alla clip successiva, per farlo gli basterà toccare lo schermo e, facendo così, continuerà ad ascoltare la musica o il parlato creando degli accostamenti suono-immagine nuovi di volta in volta. La durata del modulo è determinata dal voice over (o dall'audio scelto) perché è la traccia sonora ad essere stabile. Questa ricoprirà idealmente la tempistica data dalla somma delle singole microsequenze raccolte nel modulo. Se l'utente arriva alla fine dell'ultima clip prima che il tempo dedicato al modulo interattivo sia terminato, la sua navigazione tornerà in automatico alla clip iniziale e il percorso video andrà in un loop finché il tempo della sezione (e quindi anche l'audio) non si sarà concluso.

5.5.2 Editing parallelo (cross-cutting)

Se prendiamo in esame una serie tv crime investigativa, come può essere la serie *Sherlock* prodotta da BBC Wales nel 2010, possiamo subito notare come, in questa tipologia di racconti cinematografici, accade spesso di avere sequenze in cui il protagonista si trova ad indagare su una scena del crimine (o un qualsiasi posto in cui è accaduto qualcosa di importante per la storia). Il luogo del crimine è uno dei posti chiave in questo tipo di serie. In un tempo precedente alla scena a cui stiamo assistendo, in quello stesso luogo è accaduto qualcosa che ha influenzato l'evolversi della trama. Parlando più in generale, la presenza di sequenze che presentano momenti di flashback, ricordi e punti di vista di più

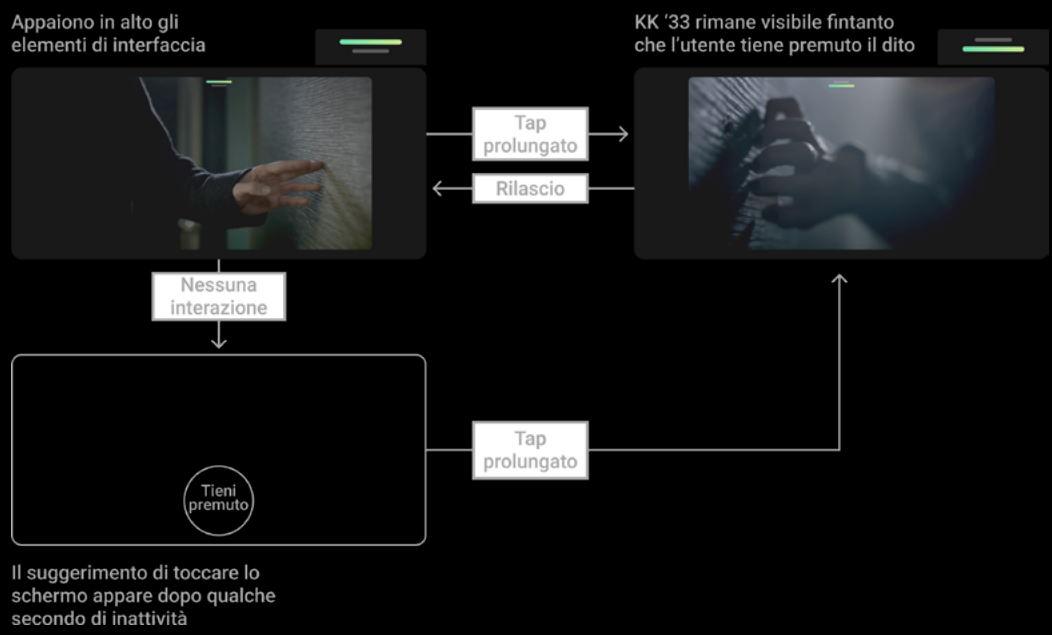
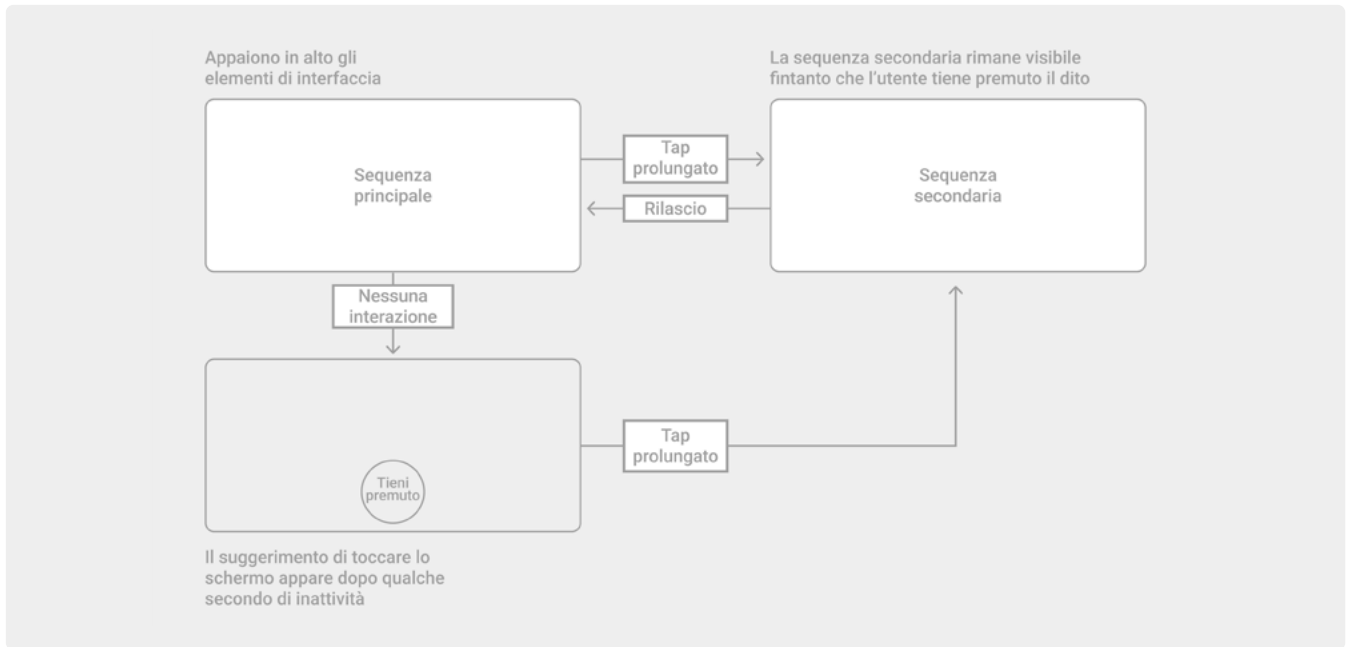


Fig. 5.10 - Diagramma di flusso per il modulo di montaggio parallelo alternato



personaggi differenti è caratteristica della maggior parte di opere cinematografiche.

Per questo secondo modulo di interazione attraverso il montaggio siamo andati ad abbinare due sequenze, ognuna su un diverso livello di visione che procede in parallelo all'altro. Durante la parte di episodio interessata, all'utente saranno rese disponibili, nello stesso istante, due clip tra le quali alternare la visione. Andiamo più nello specifico: l'effetto che si vuole creare è simile al caso studio di Honda (cap. 3.3.5). Il tocco a schermo prolungato permetterà allo spettatore di alternare la visione tra due differenti audiovisivi, consentendogli di passare da uno all'altro (e di nuovo al primo) in modo completamente autonomo (fig. 5.10, 5.11). Un'interazione tale sarà possibile solo nel caso in cui entrambe le sequenze siano state girate nella loro interezza e possano cioè funzionare anche a sé stanti. Come abbiamo detto, tempi delle due clip avanzeranno in parallelo; quindi, quando l'utente sceglierà di vedere parte della se-

quenza A, al contempo avrà deciso di non guardare la stessa parte relativa alla sequenza B (che andrà avanti parallelamente alla prima). Questo utilizzo interattivo del cross-cutting è stato progettato per essere utilizzato all'interno di una narrazione audiovisiva nella quale l'espedito interattivo serve ad aggiungere significato ad uno specifico momento di visione, e non dovrà essere utilizzato con tipologie di clip che non si prestano a questo trattamento, altrimenti perderebbe di significato.

Quali sono i momenti in cui questo linguaggio alternato acquista senso? Come ci insegna il caso studio di Honda, uno dei casi in cui questa struttura acquista valore è quando è presente un forte parallelismo visivo e/o tematico tra ciò che viene presentato nella sequenza principale e il suo corrispettivo in quella secondaria. Ad esempio un ambientazione, presentata attraverso la stessa inquadratura e adottando gli stessi movimenti di camera, ma in tempi della storia diversi (giorno e notte, passato e presente, reale e im-

Fig. 5.11 - Diagramma di funzionamento del modulo di montaggio parallelo alternato

**Riusciremo a vedere
attraverso gli occhi
di un altro, avvicinandoci
di più a una **visione**
e dunque a una
espansione.**

**vedere
occhi di un
docci sempre
ione espansa
coscienza**

Gene Youngblood

Expanded Cinema . 2013

maginario). Qualcosa di simile accade nei film a tema investigativo. Spesso il flashback viene utilizzato come tecnica per presentare allo spettatore alcuni spezzoni o contenuti che hanno una determinata connessione con qualcosa che è accaduto nella storia. Per chiarire, un'interazione di questo

A smart- phone user achieves [...] an intimately audio, visual, sometimes haptic, 'hand' and visceral awareness.

(Hjorth, Wilken, Gu in Miller, 2014)

tipo si rende utile nei momenti in cui il montaggio ha l'obiettivo di trasportare lo spettatore avanti e indietro tra due vicende che stanno accadendo nel medesimo tempo o che, accadute in tempi diversi, sono strettamente collegate per quanto riguarda lo sviluppo narrativo. Come quello appena citato esistono altri esempi in cui questa modalità assume significato. Tra questi troviamo i momenti in cui allo spettatore è dato di seguire parallelamente le storie di due o più personaggi, le cui vicende avvengono in contemporanea nel tempo diegetico. Anche in questo caso il modulo interattivo acquista significato all'interno della narrazione, garantendo una certa libertà nel decidere come alternare la propria visione delle diverse storie collegate.

Nel tempo in cui questo modulo multimediale è attivo, sulla parte alta dell'interfaccia dell'applicativo appaiono due linee parallele: una del colore dell'applicazione e l'altra in bianco con trasparenza. Queste due linee rappresentano le due sequenze presenti in parallelo, la linea colorata indica la sequenza attiva (all'inizio del modulo la sequenza attiva sarà quella principale) la linea in trasparenza indica la se-

quenza inattiva. Nel periodo di tempo in cui questa funzionalità è permessa, l'utente potrà tenere premuto il dito sullo schermo dello smartphone per visionare la sequenza secondaria. Se il tocco viene rilasciato, l'applicativo torna nuovamente a far vedere la sequenza video principale. L'interazione è data da un tocco prolungato perché, in questo modo, si crea una gerarchia tra le due sequenze, definendo la prima clip come principale (perché essa è la sequenza presentata a schermo se non viene registrata nessuna interazione) e la seconda clip come secondaria (necessita di un tocco prolungato sullo schermo per essere visibile).

5.6

Approfondimento esplorativo dei materiali grafici

Il Design della Comunicazione applicato al cinema (capitolo 2) ci ha mostrato come anche art directors, graphic designer, illustratori ed altri professionisti abbiano un forte legame con l'audiovisivo. Ma i "pezzi" di grafica realizzati per una grande produzione non ricevono spesso molta visibilità. I registi che scelgono di dedicare importanti secondi di inquadratura agli oggetti di scena, scrutandoli nel dettaglio, non sono molti. Il più delle volte, se a un oggetto è riservato molto spazio nella scena significa che questo è veramente indispensabile per raccontare la

Lo scopo è stato quello di andare a sviluppare un secondo piano di contenuti, presente per irrobustire la narrazione cinematografica. Una sezione multimediale (che venga aggiunta ai moduli di montaggio interattivo) progettata per consolidare agli occhi dello spettatore il mondo immaginario presentato nell'opera. Questo sarà fatto attraverso la resa tridimensionale di alcuni degli elementi e oggetti di scena presenti nelle sequenze video. Questi artefatti grafici potranno essere raccolti dall'utente come dei veri e propri collezionabili di un videogioco (vedi cap. 3.2), man mano che la storia va avanti. Come possiamo notare dal diagramma di flusso realizzato e presentato nella pagina successiva (fig. 5.12, 5.13), l'episodio è ripreso normalmente e la struttura di base dell'esperienza di visione è simile a quella tradizionale. Nel momento in cui l'occhio del regista indugia in un contesto in cui vi è la presenza di oggetti scenici che rivestono un'importanza per la trama, nella parte alta dell'interfaccia appare un elemento grafico composto da due cerchi che informa lo spettatore che in quel momento è garantito un nuovo tipo di interazione (così come accadeva con i moduli sul montaggio). Anche

***Il nostro obiettivo è di **espandere**
sempre di più i film fino a far
sprofondare il pubblico in essi.***

(Thompson in *Youngblood*, 2013)

storia. Abbiamo cercato di capire come sviluppare una proposta che permetta di affermare l'importanza questi artefatti (spesso molto realistici e dettagliati), offrendo allo spettatore un video multimediale che combina la raccolta di contenuti grafici all'interno di un episodio a una loro rappresentazione tridimensionale "sfogliabile".

in questo caso l'elemento di interfaccia, costituito da un cerchio ed un piccolo anello (figure scelte con l'idea di richiamare il movimento dello "swipe" verso l'alto), appare a schermo con un'animazione ed è accompagnato da una vibrazione del telefono, utile a rafforzare la comparsa dell'icona.

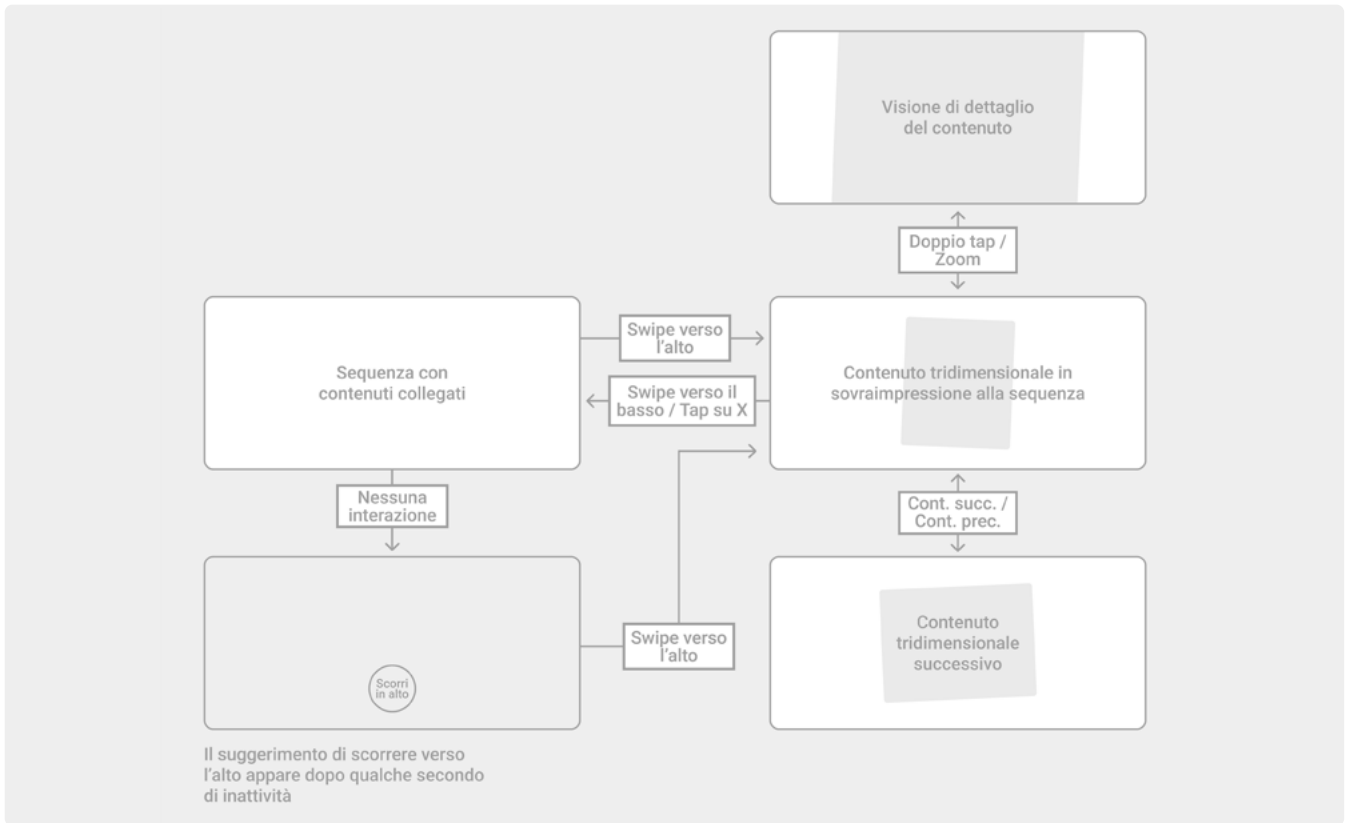


Fig. 5.12 - Diagramma di funzionamento del modulo di approfondimento dei materiali

Nei momenti in cui è presente l'elemento di interfaccia, lo spettatore può scorrere verso l'alto per accedere a contenuti strettamente collegati a ciò che sta vedendo. Lo "swipe up", gesto ormai familiare in ambito social, fa apparire in sovrapposizione al video (che viene sfuocato una volta bloccato) un nuovo elemento: un documento tridimensionale che è presente nella scena o è collegato a ciò che sta accadendo nella scena (fig. 5.13). Questo artefatto grafico è esplorabile in due modi: 1) può essere visto nella sua interezza ruotandolo di 360 gradi utilizzando le dita (la rotazione segue il gesto a schermo dell'utente ed è accompagnata da una accelerazione/decelerazione della rotazione che dipende dalla velocità con cui lo spettatore compie il gesto e da una resa realistica del materiale con cui è realizzato il documento presentato e da una accele-

razione/decelerazione della rotazione che dipende dalla velocità con cui lo spettatore compie il gesto); 2) può essere fatto un doppio tocco a schermo che permette di attuare uno zoom sul documento andando a visionare dei dettagli dell'oggetto (tratti, texture, note e altro)(fig. 5.14). Lo stesso risultato si ha compiendo il gesto di zoom a due dita. Una volta che la visione è diventata di dettaglio, il movimento delle dita permette di muovere l'oggetto (ma non ruotarlo). Un altro doppio tocco (o uno zoom al contrario) fa tornare alla situazione di partenza e viene presentato nuovamente il documento nella sua interezza.

È interessante capire che la possibilità di manipolare un'immagine tridimensionale su un piccolo schermo permette di creare un'interazione molto intima tra l'oggetto digitale e lo spettatore

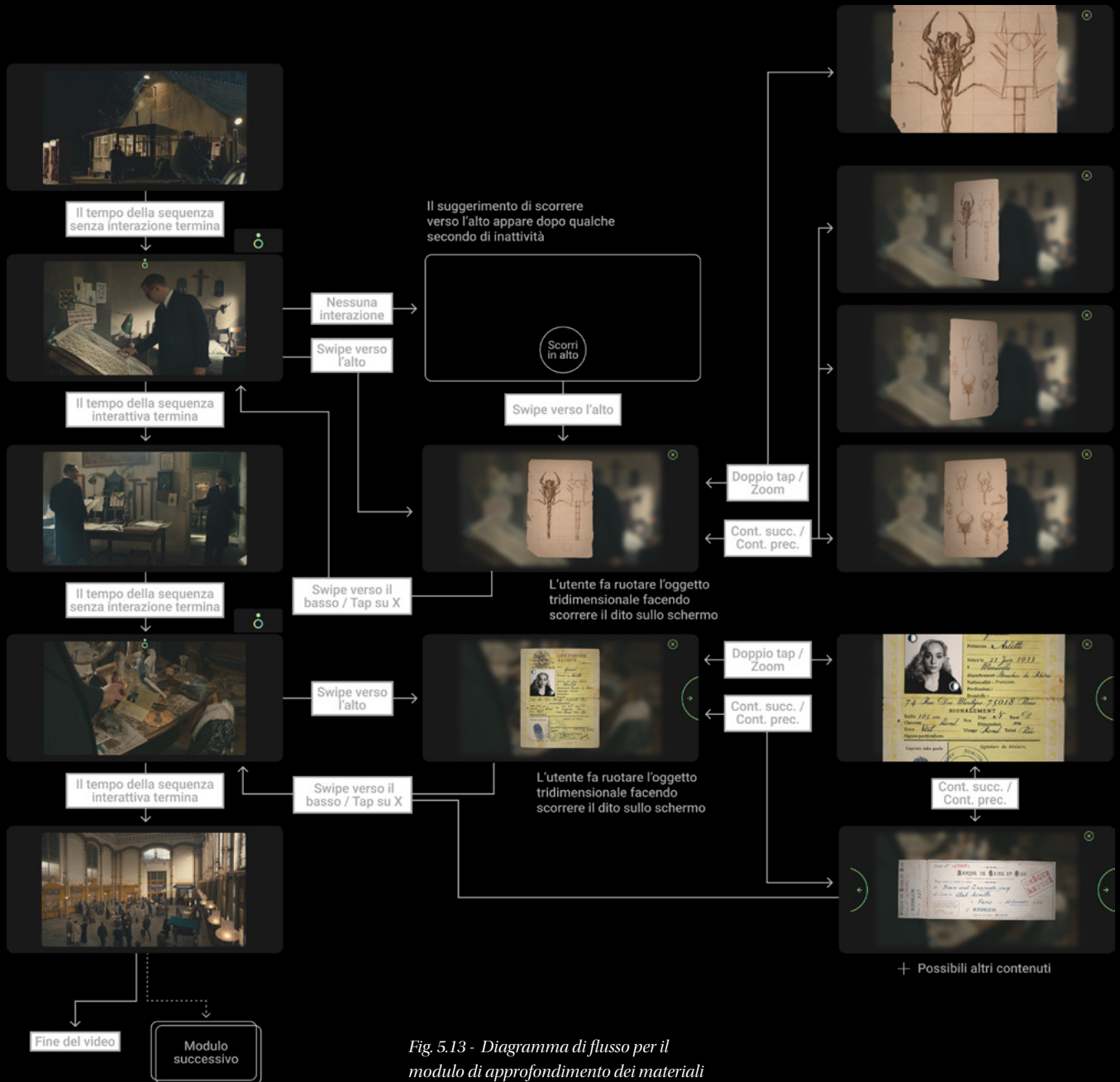


Fig. 5.13 - Diagramma di flusso per il modulo di approfondimento dei materiali



Fig. 5.14 - Rotazione in tre dimensioni di un documento. Sequenza di tre schermate

(e quindi anche tra lo spettatore e l'immaginario narrativo. Come afferma anche Miller:

“The marvel of manipulating an image on a small screen with the swipe of a finger is an instance of what John Haugeland (1998, p. 223) calls a <<tightly-coupled, high-bandwidth interaction>> between person and thing, typical and necessary, since <<the human mind may be more intimately intermingled with its body and its world than is any other>>.” (Miller, 2014, p. 219).

Questa parte interattiva è pensata per poter raccogliere in una sequenza più di un oggetto alla volta, consentendo di creare una specie di piccolo catalogo di documenti che si presentano nelle scene. Dopo swipe verso l'alto dell'utente, se oltre al contenuto presentato ne sono presenti altri da visionare, accanto all'oggetto sarà presente un tasto con una freccia. Questo tasto sta a indicare che, oltre al documento che è presente a schermo, si può accedere ad ulteriori materiali. Il tocco sulla freccia fa scorrere fuori dall'inquadratura il primo contenuto per far spazio ad un secondo artefatto grafico (e così via se ne sono presenti altri).

5.6.1 Tipologia e accesso al materiale

“Graphics can be labeled as dressing graphics (the pieces that decorate the sets), construction graphics (the pieces that are built into the sets), or action graphics (the pieces that the actors handle, often seen in close-up)” (Atkins, 2020).

Queste sono le categorie con le quali i professionisti del settore come la Atkins suddividono gli artefatti grafici progettati per un film. Nella proposta di progetto la tipologia di materiale a cui facciamo riferimento è principalmente quella degli “action graphics”: tutti quegli artefatti o oggetti scenici che hanno un ruolo principale nella trama e vengono maneggiati dagli at-

tori, o semplicemente utilizzati nell'evolversi della trama. Al contrario di altri elementi, che rivestono esclusivamente una funzione scenografica secondaria, i materiali che pensiamo possano essere tradotti in un formato tridimensionale esplorabile raccolgono informazioni importanti nello svolgimento del prodotto cinematografico, sono indizi, fotografie, note, documenti che hanno a che vedere con la storia, con uno dei personaggi, con le vicende che sono accadute o che stanno per accadere. L'applicativo riserva uno spazio digitale, collegato a ciò che accade nella finzione, dove tutti questi elementi vengono raccolti e legati a determinate sequenze video. Come abbiamo già affermato nel capitolo 4, l'idea progettuale prende vita a partire da un contesto filmico investigativo. In questo genere cinematografico la quantità di documenti presentati è maggiore ed il filo rosso che collega tra loro vicende e artefatti grafici è molto più semplice da interiorizzare.

Fig. 5.15 - Oggetto di scena per la serie tv “Maigret” (fonte: Jannick Guillou)





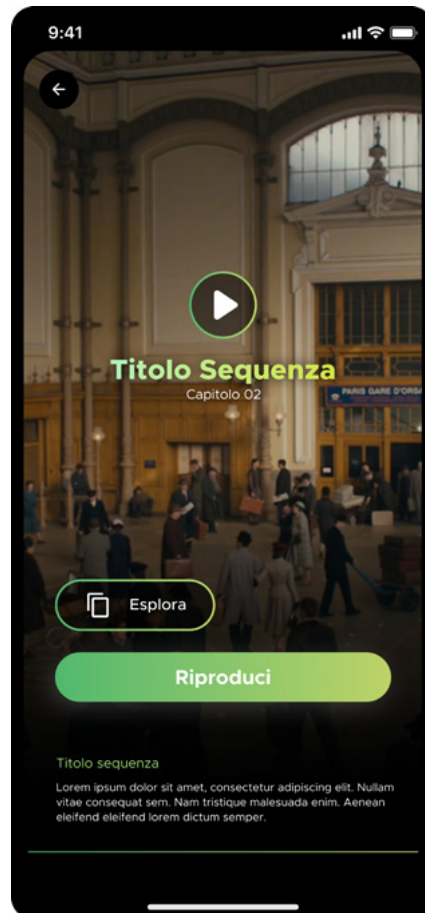
Fig. 5.16 - Scena dalla serie tv "Maigret" nella quale è presente l'oggetto di scena della fig. precedente (fonte: Yannick Guillou)

Le modalità con cui i materiali appena citati vengono trattati richiama anche il vasto universo dei videogames (cap. 3.2). Ogni foglio, fotografia, nota viene legata ad un determinato codice di tempo dell'episodio, durante il quale viene abilitata la funzione di scorrimento verso l'alto. Tutti questi contenuti, man mano che vengono "sbloccati" durante la visione, diventano poi disponibili all'interno di una sezione secondaria dell'applicativo. Dopo aver visto l'episodio, nella schermata di apertura di un capitolo, si presenterà un tasto "esplora" (fig. 5.17) che permette allo spettatore di accedere ad un catalogo digitale interno al servizio (che accoglie tutti gli artefatti incontrati durante la visione). Questo fa sì che, oltre a poter nuovamente visionare i materiali connessi a sviluppi futuri della trama, l'utente avrà a disposizione un inventario che rimanda alle vicende presentate nel prodotto cinematografico.

5.6.2 Dinamiche di interruzione

Essendoci occupati di progettare un'esperienza di visione interattiva e multimediale che comprendesse la partecipazione dello spettatore attraverso gesti e tocchi a schermo, il progetto ci ha portati a dover determinare cosa accade al prodotto audiovisivo quando l'utente accede ad uno dei materiali tridimensionali. Abbiamo già anticipato che il blocco della riproduzione video viene attuato tenendo premuto e scorrendo verso l'alto. Quando invece lo spettatore accede al materiale scorrendo verso l'alto il video si blocca e su questo viene applicato un overlay nero e un effetto di sfocatura (in modo da garantire maggiore visibilità all'elemento tridimensionale). La sezione audio, invece, è pensata su due canali separati come per i moduli precedenti: su un canale viene riprodotto l'audio relativo a parlato e voice over e sull'altro canale sarà presente la colonna sonora e musicale. Questo permette di avere

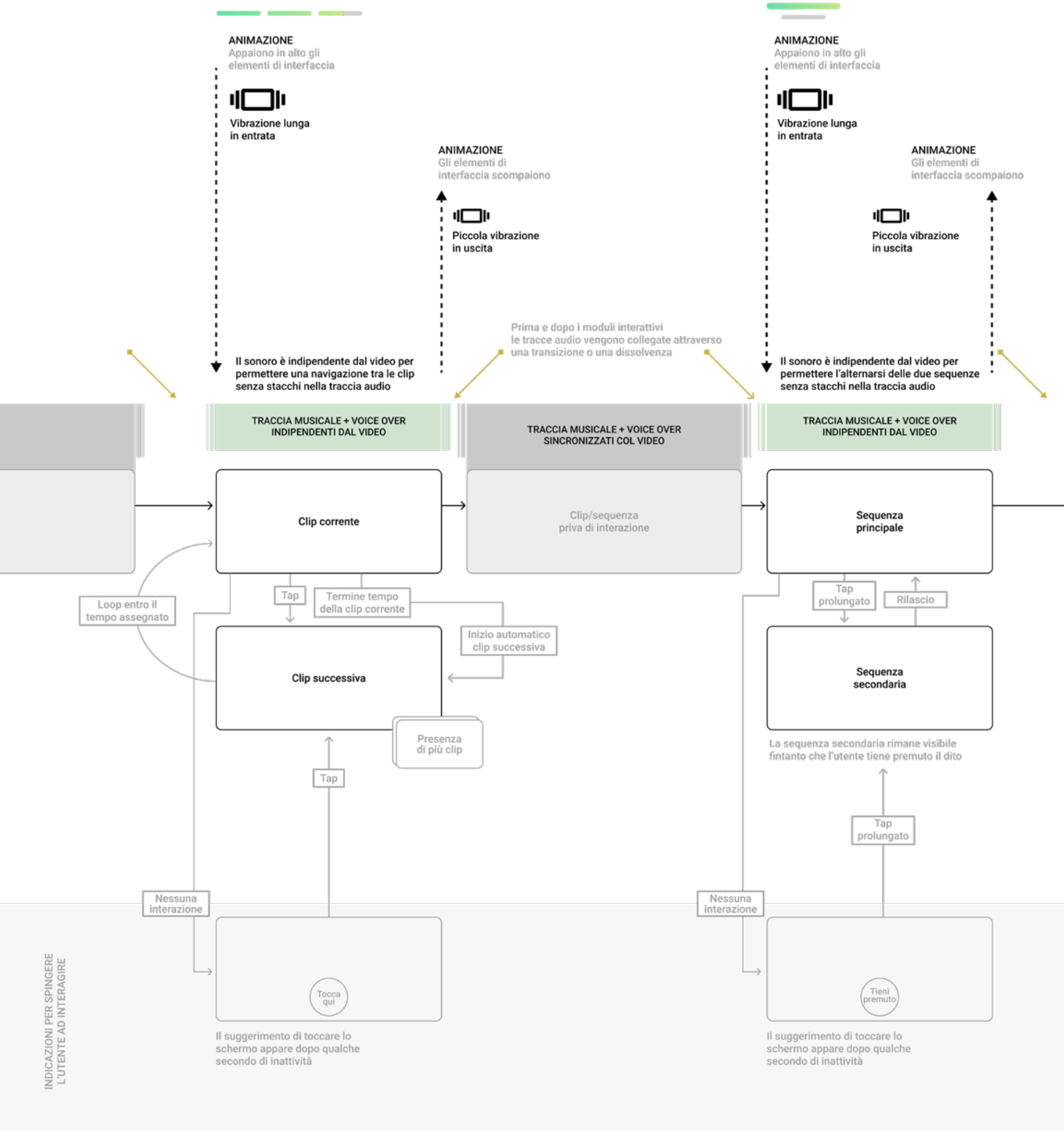
Fig. 5.17 - Una schermata-tipo introduttiva alla sequenza interattiva



maggior libertà nel momento in cui lo svolgimento della storia viene messo in pausa per passare alla visione di dettaglio di un contenuto. Nello stesso momento in cui il video va in pausa, anche il canale relativo alle voci viene bloccato andando in dissolvenza. La parte musicale invece procede individualmente. Questa scelta permette di uniformare il momento di esplorazione tridimensionale alle altre sequenze

di visione classica. La traccia musicale che procede indipendente dalle immagini ci consente di mettere in pausa il video e la voce per evitare che lo spettatore si perda informazioni importanti, ma, allo stesso tempo, anche di evitare bruschi stacchi tra una scena e la relativa sezione interattiva.

A conclusione di questo capitolo è stato inserito nella doppia pagina successiva uno schema che presenta un capitolo-tipo dentro il quale vengono inserite tutte e tre le tipologie di modulo interattivo. Lo schema (fig. 5.18) ha lo scopo di evidenziare i punti in cui le sequenze audiovisive classiche (nelle quali l'audio e il video vanno in sincrono) vanno a scambiarsi con le sequenze interattive progettate. In questa immagine vengono indicati i punti di attacco/stacco di ogni modulo, le risposte aptiche di vibrazione del device in questi punti e le diverse tracce sonore che vanno ad intervallarsi tra momenti di sincronizzazione e momenti di indipendenza audio, video e parlato.



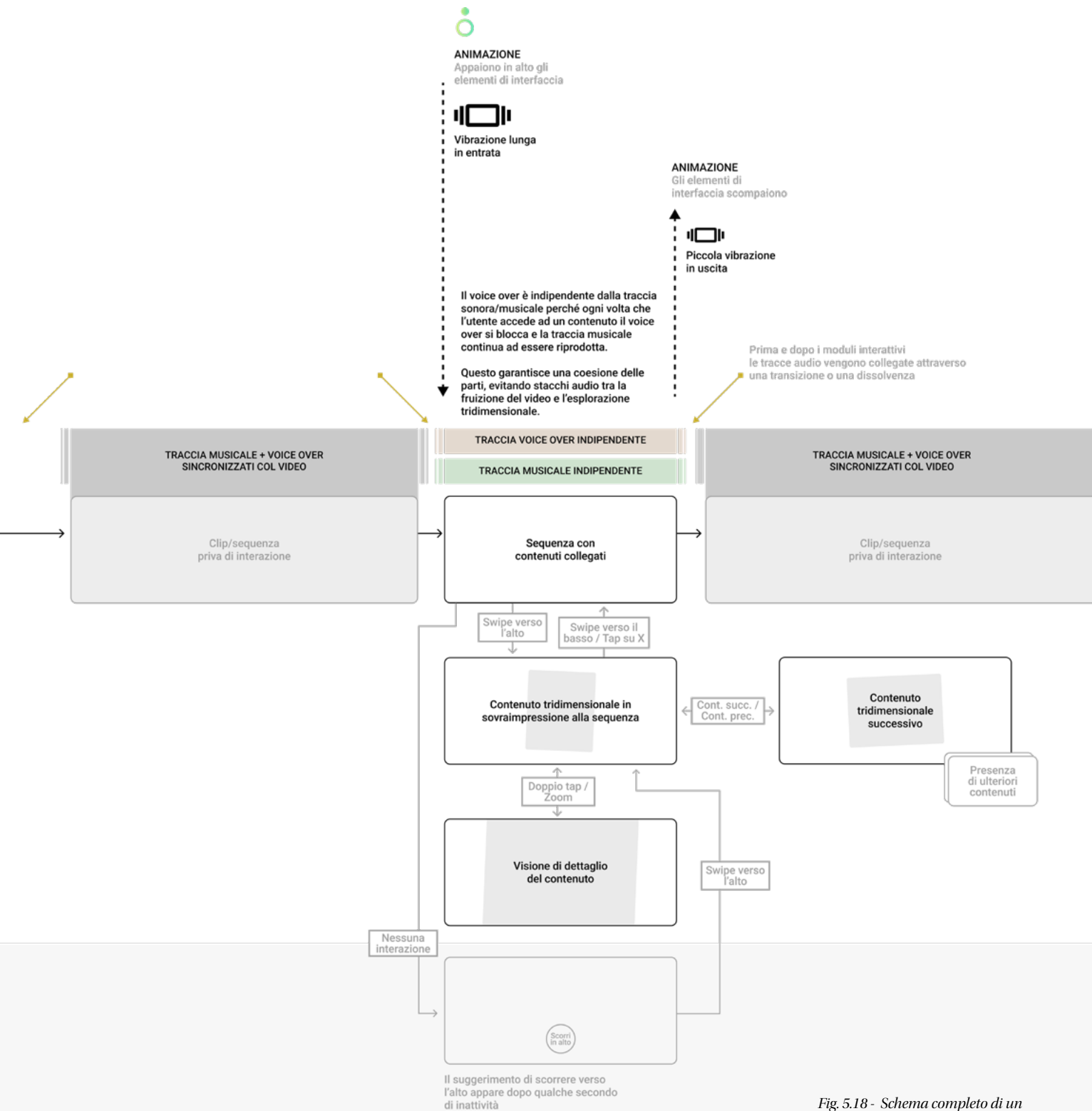


Fig. 5.18 - Schema completo di un capitolo nel quale sono presenti le tre tipologie di moduli interattivi

6. Il format all'interno di un contesto espositivo

“Il cinema è una pratica nomade” (Arcagni, 2021). Così Arcagni inizia uno dei paragrafi del suo saggio. Egli ci parla di un termine in particolare: “erranza”. Per Arcagni “erranza” è una parola che fa riflettere sulla complessa natura del cinema di oggi e del cinema del futuro.

“Il cinema futuro si sente a casa in una galleria d'arte, in una mostra, ma anche su uno smartphone e una Smart tv” (Arcagni, 2021, p. 52).

Non è più un solo luogo a identificare il cinema, le sue molteplicità escono oggi dalla sala cinematografica, invadendo spazi e strumenti che una volta non erano accessibili.

Per presentare la versatilità del nostro progetto di tesi si è scelto di ricercare un contesto reale che fosse coerente al tema di ricerca e che, al tempo stesso, consentisse un'applicazione concreta del format, considerandone anche la fattibilità. A questo scopo abbiamo

proceduto con una fase di ricerca di una realtà espositiva/museale con cui poter collaborare e che ci garantisse una certa disponibilità di spazi e contenuti.

6.1 Il museo come luogo esperienziale

Il museo, come luogo esperienziale, comprende delle caratteristiche che fanno comodo allo sviluppo di un percorso in cui è previsto l'utilizzo dello smartphone. Una mostra è, in questo senso, un ambiente “controllato”, perché circoscritta ad un singolo luogo nel quale sono presenti oggetti, testi ed altri elementi che fanno riferimento ad uno stesso contesto tematico. Per questo motivo, prendere in esame un

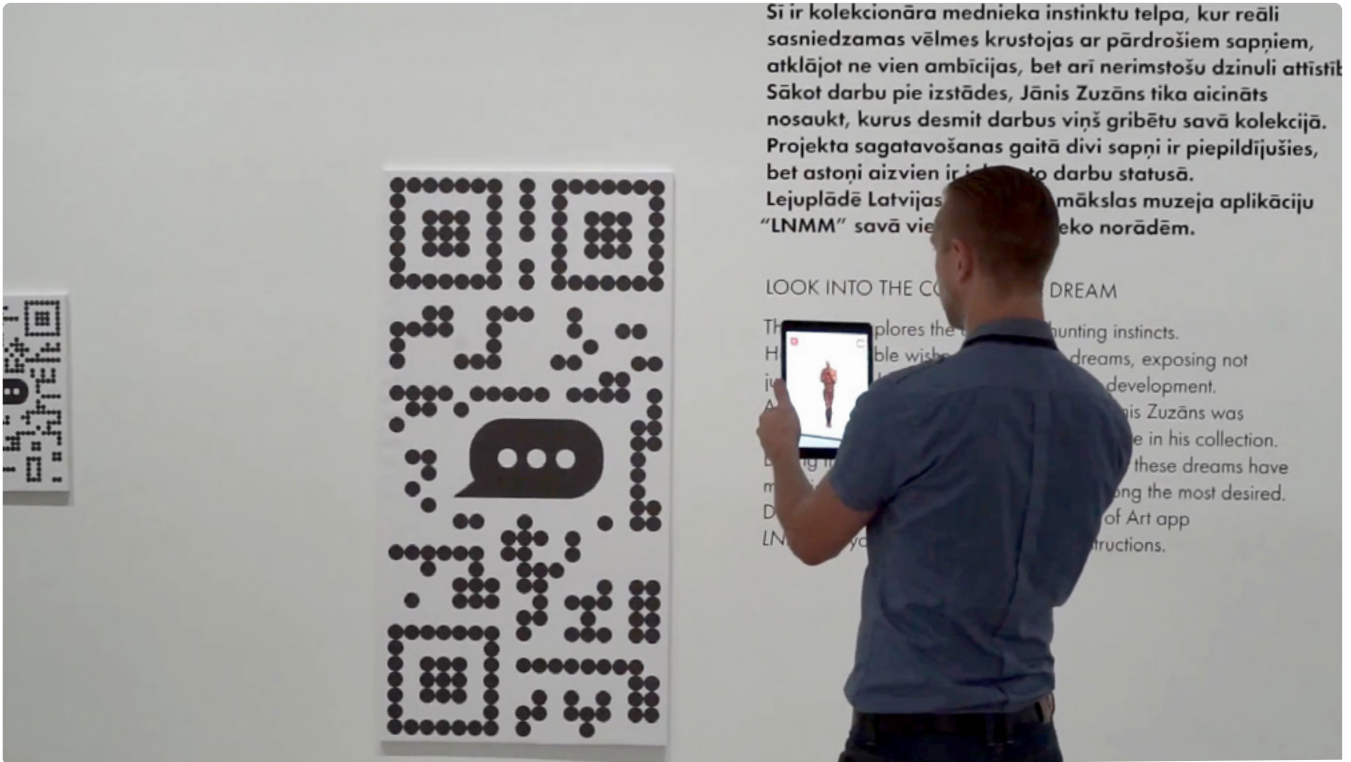


Fig. 6.1 - Esposizione in realtà aumentata al Latvian National Museum of Art (fonte: Overly)

Fig. 6.2 - Esposizione in realtà aumentata al FriezeLondon 2019 (fonte: Overly)



ambiente così descritto serve anche a limitare eventuali distrazioni dell'utente nel percorso esperienziale. Abbiamo più volte incontrato il tema della distrazione durante la fase di ricerca sull'utilizzo degli smartphone. Essendo strumenti dalle piccole dimensioni, se utilizzati in ambienti pubblici nei quali sono presenti persone, oggetti, rumori, odori, spesso non riescono a mantenere l'attenzione dello spettatore, che viene richiamata da uno di questi elementi "distrattori".

Al giorno d'oggi, in molte mostre, ai visitatori viene chiesto di scaricare sul device un'applicazione che li guida nel percorso di visita. Queste app hanno sostituito le vecchie audioguide e sono comode perché sfruttano come supporto uno strumento che ormai chiunque ha sempre con sé. Col tempo i musei sono passati da essere gallerie dove esporre quadri, documenti e cimeli, a dei luoghi di esperienze condivise e di interazione con l'ambiente (schermi,

giochi, architetture). I nuovi visitatori sono abituati a trovarsi all'interno dei contesti più disparati e sono sempre più aperti a sperimentare nuove forme di intrattenimento collegato all'ambiente espositivo.

“Sfruttare la conoscenza che ognuno di noi ha del proprio dispositivo consente di mettere in atto pratiche abituali -aprire immagini, navigarle, leggere informazioni, avviare video-, senza dunque quelle eventuali barriere che un nuovo sistema potrebbe porre.” (Mandarano, 2019, p. 37).

I designer sono qui chiamati a riflettere su quali sono i percorsi da strutturare di modo da rendere l'esperienza intuitiva, semplice da navigare, ma allo stesso tempo intrigante. A volte l'opzione di stravolgere le dinamiche di interazione tra persone e ambiente risulta marginale rispetto a ciò che è possibile realizzare grazie ad un giusto e attento impiego di modalità già presenti e familiari alla maggior parte degli utenti.

Ci teniamo anche a riaffermare un tema del quale Youngblood parlava già negli anni '80. L'esperienza audiovisiva va compresa come un insieme di fattori che si presentano anche all'esterno dello schermo. Non riguarda solamente quello che viene effettivamente visto, quanto invece “il processo e l'effetto del vedere, il fenomeno dell'esperienza stessa che esiste solo nello spettatore” (Youngblood, 2013, p. 69). È qui che diventa necessario considerare non solo un device, quanto più un insieme di fattori che concorrono alla creazione di senso per l'esperienza audiovisiva.

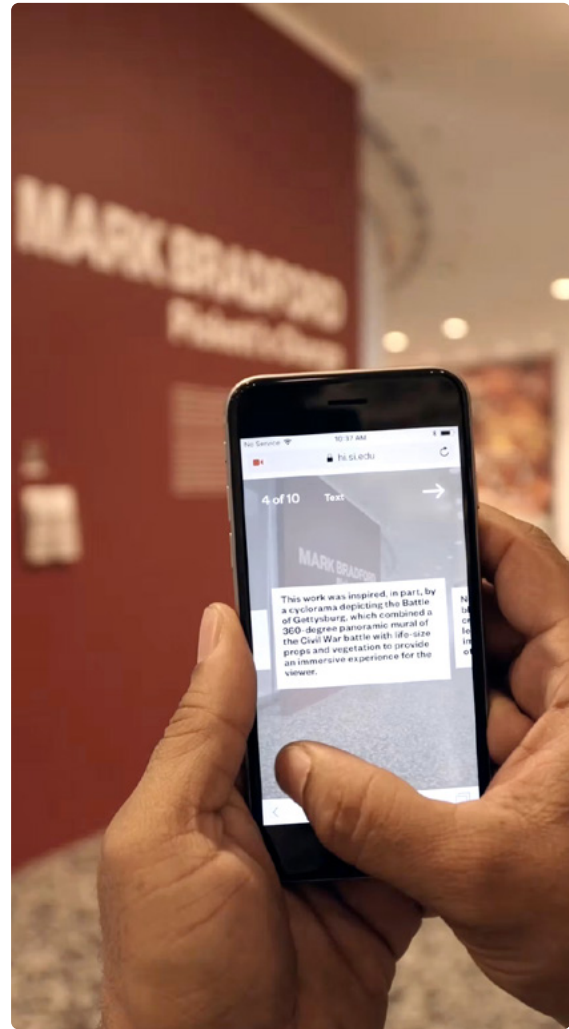


Fig. 6.3 - Guida interattiva su smartphone per Hirshhorn Museum a Washington (fonte: Marshable)

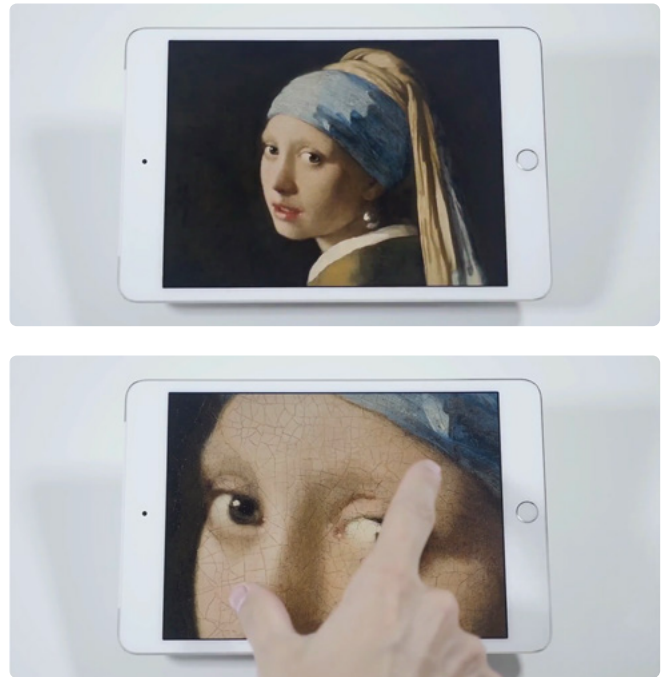
6.2

Qualche caso

Attraverso una ricerca specifica sul tema abbiamo raccolto, in aggiunta ai casi studio trovati in precedenza, alcuni esempi di esperienze interattive museali. Uno dei casi maggiormente interessanti è *Second Canvas*, un servizio che permette ai musei del mondo di raccogliere, all'interno di un'applicazione per smartphone e tablet, scansioni ad alta qualità di quadri, dipinti e immagini. Questa funzione garantisce una modalità di visita "aumentata" che diventa complementare all'esperienza fisica classica. L'applicativo fornisce una visione super dettagliata delle opere, riservando all'utente la possibilità di comprendere meglio i dettagli, le tecniche pittoriche, la struttura e la consistenza dei tratti e i caratteri di opere provenienti da epoche diverse. L'applicativo converte i file digitali delle opere in formati che possono essere ingranditi fino ad un notevole livello di dettaglio (fig. 6.4, 6.5) e permette anche di definire un percorso interattivo che aggiunge contenuti multimediali ad alcune sezioni specifiche dell'immagine, istruendo il visitatore con contenuti relativi all'opera.

Second Canvas è un buon progetto perché cerca anche di considerare l'esperienza espositiva non solo come qualcosa che si svolge esclusivamente all'interno di un museo, ma prevede delle modalità in cui gli utenti fruiscono dei materiali anche in altri contesti, fuori dal museo e perfino in ambienti di formazione scolastica. Il servizio

Fig. 6.4 - Vista totale e di dettaglio all'interno dell'app *Second Canvas* (fonte: *Second Canvas*)



diventa un vero e proprio portale di accesso alle opere e permette di esplorare, studiare, e utilizzare i contenuti anche in ambienti lontani dal luogo dove le opere sono archiviate. Viene in questo senso "sbloccata" anche la possibilità di organizzare delle vere e proprie esposizioni digitali, o garantire di esporre al pubblico la versione digitale di un'opera che non è possibile trasportare in nuovi musei.



*Fig. 6.5 - Utilizzo dell'app Second Canvas
all'interno di un museo*

CAPITOLO 6

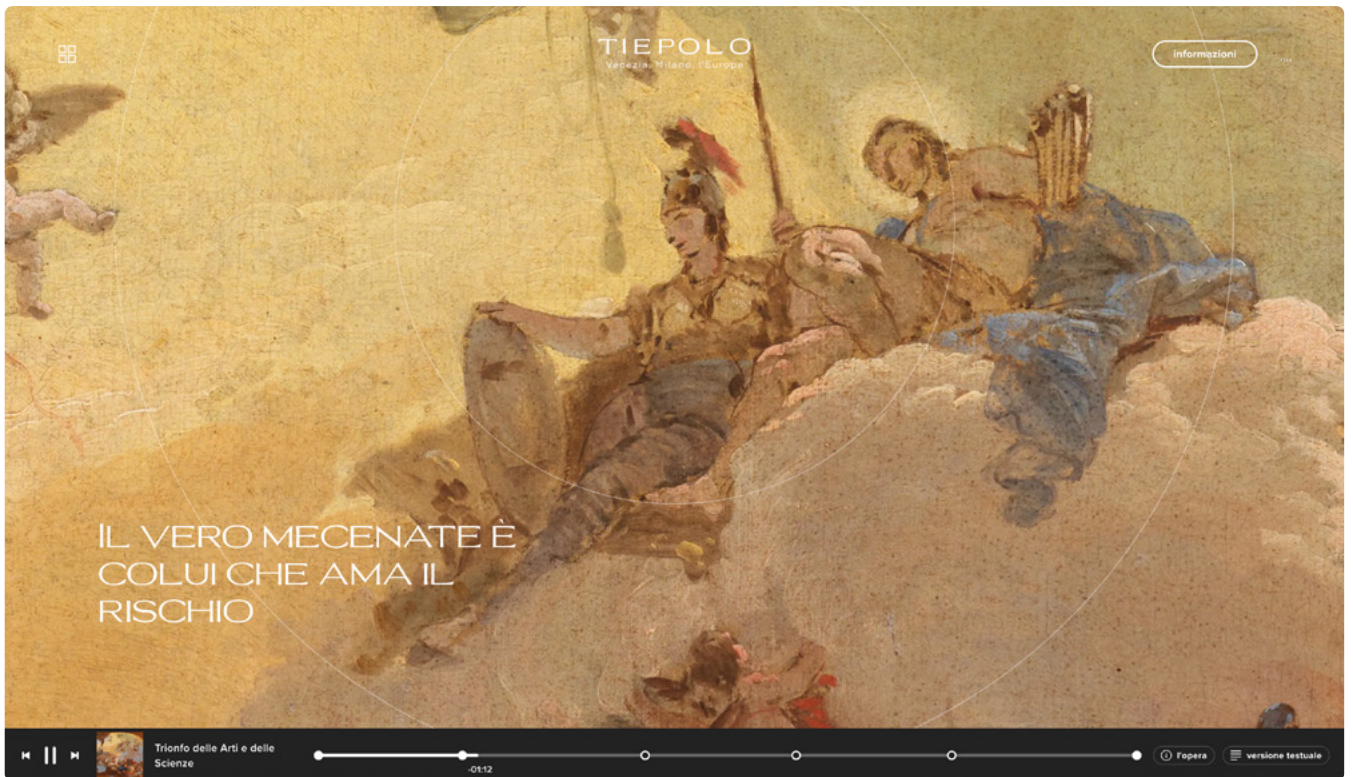
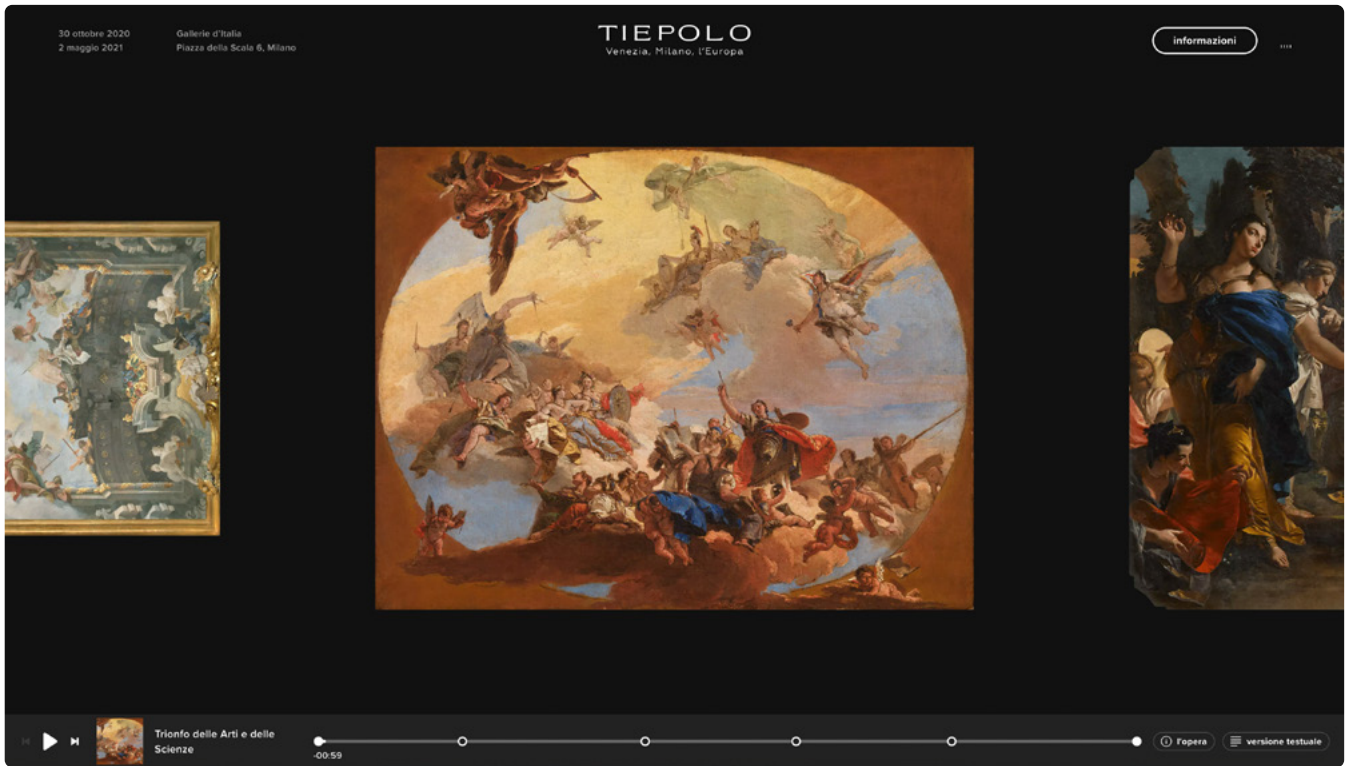


Fig. 6.6 - Schermate dall'esperienza interattiva di Tiepolo su browser web (fonte: Gallerie d'Italia)

Altro caso studio rilevante riguarda i quadri del pittore veneziano del Settecento, Gianbattista Tiepolo. *Tiepolo - Venezia, Milano, l'Europa* è il nome di un progetto interattivo disponibile online prodotto da Gallerie d'Italia in partnership con Gallerie Accademia Venezia. Tramite il browser è possibile entrare all'interno di questa esperienza digitale che fa navigare l'utente attraverso alcuni dei quadri del pittore, inquadrando di volta in volta personaggi, oggetti e dettagli presenti sulle tele (fig. 6.6) e associando ad ogni sezione una traccia audio composta da musica, suoni e parlato. L'esperienza è dotata di capitoli e chi usa l'applicativo può decidere se seguire il flusso principale di visione e ascolto o se saltare da un capitolo all'altro (da una sezione all'altra di un quadro, così come da un quadro all'altro). La voce maschile che accompagna la visione è quella di un attore che recita alcuni scritti impersonando il pittore e, in aggiunta alla traccia sonora, a schermo vengono visualizzate delle trascrizioni di ciò che viene raccontato. Il progetto era stato sviluppato come contenuto di supporto alla mostra che ha avuto luogo nelle Gallerie d'Italia in Piazza della Scala a Milano tra l'ottobre del 2020 e il maggio 2021. I contenuti erano pensati sia per pubblicizzare l'evento che per costruire un ritratto del pittore per invogliare gli utenti ad approfondirne la figura ed il lavoro artistico.

6.3

Una nuova proposta

6.3.1 Finalità ricercate

La nostra nuova proposta vuole affrontare il tema della traduzione tra dispositivi cercando di sfruttare le potenzialità inesprese dello smartphone nell'ambito della riproduzione di contenuti audiovisivi. L'idea è di permettere un'esplorazione verticale dei contenuti durante la visita ad un museo o ad una mostra, ampliando il contesto di riferimento e rendendo l'immaginario presentato a partire dai video qualcosa di multimediale ed immersivo (attraverso l'implementazione di sezioni interattive di montaggio e con l'aggiunta di contenuti digitali esplorabili attraverso l'utilizzo del touch screen). Il linguaggio di interfaccia riprende i modi con cui vengono presentate clip e micro-contenuti sui social network al fine di definire un format multimediale che accosti le dinamiche di interazione smartphone familiari ad un'esplorazione espositiva.

Come si legge nel testo di Nicolette Mandarano *Musei e media digitali* (2019), l'importante sarà definire un sistema che sia intuitivo e di facile utilizzo e, al tempo stesso, poco invasivo. È necessario strutturare una proposta che non venga percepita come una barriera,

“dato che l'opera e il visitatore devono rimanere i due punti principali su cui focalizzare l'attenzione.”
(Mandarano, 2019, p. 113).

Quando si progetta qualcosa che opera nel campo dell'arte interattiva bisogna considerare che ci stiamo muovendo all'interno di un contesto che costringe i visitatori ad attuare costantemente una serie di negoziazioni tra corpo e spazio. Da utenti attuiamo regolarmente un rapporto di continuo scambio tra l'ambiente fisico e quello digi-

The trajectories of **interactive art** exemplify a complex set of **negotiations** between body and space.

(Shaw, 2012)

tale, tra la nostra corporeità e il device che stiamo utilizzando per accedere ai contenuti. Per questo motivo lo scopo sarà anche quello di proporre un format che si adatti a più contesti museali senza stravolgerne le logiche interne, garantendo ai visitatori uno strumento facile da apprendere ed estremamente familiare.

A conclusione della presentazione del progetto ci si ripropone di mostrare alcuni diagrammi di flusso di un prototipo che rendano chiare le principali modalità con cui il visitatore si interfaccia con l'esperienza su smartphone. Il prototipo è inteso come strumento per visualizzare le funzionalità interattive dell'esperienza, che potranno poi essere pensate anche in un contesto più ampio estendendo il format a nuove realtà con contenuti diversi, altre tipologie di video e nuovi documenti da presentare con le stesse modalità progettate durante questo lavoro di tesi.

In sintesi, lo scopo è quello di realizzare un'estensione virtuale dell'immaginario presentato nei contenuti audiovisivi a disposizione. Per questo motivo è di grande importanza lavorare su un contesto che garantisca la pre-

senza di determinate tipologie di contenuti da utilizzare. Questi contenuti sono alla base dello sviluppo dell'esperienza su smartphone e permettono al progettista di realizzare un ambiente digitale in parallelo all'esperienza di visione, nel quale è possibile interagire col montaggio, con testi e oggetti digitali e con diverse clip video.

By creating virtual extensions of the image space that the viewer has to explore to discover its narrative subjects, the navigable artwork allows the interactive viewer to assume the role of both cameraperson and editor, operations that in the traditional cinema are prescribed beforehand (Shaw, 2012, p. 175).

questi soggetti sono principalmente reperti storici e immagini che sono state tramandate come testimoni di un determinato evento passato.

In modo simile agiscono anche i filmati di repertorio e i video d'archivio. Assieme a questi possiamo anche avere a disposizione video e animazioni realizzate in tempi recenti, con lo scopo di creare una narrazione visiva del passato sfruttando nuovi materiali. Infine, possono esserci oggetti, modelli, strumenti, e tutta una serie di cimeli che sono appartenuti a qualche importante personalità e sono, per i motivi più disparati, diventati oggetti con una particolare rilevanza storica.

6.3.2 Disponibilità di risorse

Molti degli oggetti scenici del cinema sono frutto di una progettazione che prende come riferimento visivo dei materiali storici realmente esistiti.

“We base all our props and set pieces on real things: even the most bizarre premise for a movie has its roots in something real.” (Atkins, 2020).

La connessione tra questi “props” e riferimenti reali permette di creare oggetti grafici con un forte carattere di realismo, dato dall'attenzione per i materiali, i dettagli e la resa visiva e figurativa. Ragionando sul tema, abbiamo ricercato realtà dove la nostra proposta di progetto potesse portare un arricchimento dell'esperienza dell'utente, e questo significava anche riflettere sulla presenza/disponibilità di risorse e contenuti da poter implementare nel progetto.

Tra le tipologie di contenuti che devono essere presenti affinché il format possa funzionare al meglio troviamo immagini e documenti, oggetti, video d'archivio (o di altro genere). La parte normalmente più significativa viene impegnata dai contenuti di tipo testuale e figurativo/rappresentativo. In questa categoria consideriamo tutte quelle immagini che sono raccolte all'interno di un archivio e servono per raccontare un determinato tema, personaggio o periodo storico e artistico. Fotografie, diapositive, documenti cartacei come lettere, progetti, note e illustrazioni. Da un punto di vista cinematografico parleremmo di tutti quegli oggetti di scena su cui è applicato un lavoro di progettazione grafica. Nel caso di un museo,

TTURA TABAC

MIC MUSEO INTERATTIVO DEL CINEMA



Fig. 6.7 - Entrata principale della Cineteca di Milano e del Museo Interattivo del Cinema

6.4 Cineteca di Milano

6.4.1 Perché il MIC

La Fondazione Cineteca di Milano è stata costituita nel 1947. Essa svolge attività di conservazione e valorizzazione del patrimonio filmico e di diffusione di cultura cinematografica in Italia e all'estero. Il complesso della Cineteca (fig. 6.7) comprende alcune sale cinematografiche dedicate alla proiezione, un grande archivio di pellicole, un laboratorio di restauro filmico e una biblioteca. Oltre a questo, sezioni fondamentali della Cineteca è il Museo interattivo del Cinema (MIC), che ha destato il nostro interesse per l'applicazione del progetto di tesi. Gli spazi del MIC sono pensati per far percorrere ai visitatori la storia del cinema, dai fratelli Lumière alle recenti applicazioni tecnologiche. La visita è arricchita dalla presenza di tavoli interattivi, postazioni per la realtà virtuale e un'applicazione di realtà aumentata per tablet. A partire dall'ottobre del 2021 il MIC sta ospitando, oltre alla collezione permanente, una mostra che racconta il lavoro di Carlo Rambaldi (professionista degli effetti speciali) per la realizzazione del film *King Kong* di John Guillermin (1976). La mostra si chiama *Nella mano di King Kong* e presenta video, diapositive e documenti riguardanti il lavoro di Rambaldi per *King Kong* (1976) e la realizzazione degli effetti speciali per il film.

Abbiamo scelto di contattare il MIC per chiedere di collaborare con i responsa-

bili della mostra al fine di progettare il prototipo di una esperienza audiovisiva multimediale su smartphone utilizzando i contenuti a disposizione e rielaborando una nuova parte di visita che comprendesse l'utilizzo del format di progetto presentato in precedenza. Il Museo del Cinema è uno dei luoghi più adatti per l'applicazione del progetto di tesi perché comprende un target ben specifico di visitatori, già propensi ad utilizzare i propri smartphone per scattare fotografie, inquadrare opere



Fig. 6.8 - Dettaglio dell'entrata nella sala dedicata al MIC

e codici QR, ricercare informazioni su ciò che è esposto. Il MIC, per sua natura, pone ogni spettatore nell'ottica di un'esperienza di visita corredata da diverse interazioni, ed è quindi un contesto appropriato dove inserire un ulteriore momento di coinvolgimento digitale per il visitatore.

Molti dei documenti, oggetti, fotografie, schizzi raccolti e disponibili in Cineteca sono esattamente la tipologia di contenuti che sarebbe interessante

poter visionare nel dettaglio. I documenti hanno segni, note di progetto, parti specifiche di testo da poter leggere. Gli oggetti appartenenti alla storia della realizzazione di *King Kong* hanno caratteristiche riguardanti il materiale, l'estetica delle forme e il funzionamento che risulta interessante sfruttare in un contesto di esplorazione digitale tridimensionale. Alcuni video di archivio e scene dal film sono la base adatta per creare un audiovisivo interattivo dotato di un secondo livello di contenuti: oltre a sezioni di esplorazione degli oggetti sono comunque presenti sequenze interattive che danno spazio a parti di film e scene collegate a ciò che è presente in mostra. Nonostante la proposta di progetto possa essere applicata anche in ambiti museali che si occupano di tematiche differenti da quella del cinema, la possibilità di collaborare con la Cineteca di Milano permetteva anche una coerenza tematica rispetto al nostro iniziale lavoro di ricerca. Avere a disposizione una realtà dove i contenuti presentati sono di per sé collegati al cinema permette di creare un ponte chiaro tra il design dei capitoli precedenti e questo nuovo modo di applicare il format ad una realtà espositiva. Come afferma anche Shaw nel saggio dal titolo *New-media art and the renewal of the cinematic imaginary*:

“One of the enablers of these more open narrative structures is the fact that a cinematic installation in a museum or gallery can be given temporal and environmental definitions that are quite different to those that are obligatory in a traditional cinema theatre presentation. This opens the way for multiple screenings, multiple layers of narrative, and in the case of interactive works the creation of navigable multi-branching and emergent narratives.”
(Shaw, 2012, p. 174).



Fig. 6.9 - Doppia vista del documento cartaceo inserito in una teca di vetro e della sua visualizzazione su tablet con video in AR

6.4.2 La realtà aumentata al MIC

La collezione permanente del Museo della Cineteca di Milano raccoglie vecchie macchine da presa, manifesti, documenti storici. Questa sezione del museo è stata allestita ed arricchita anche con momenti di intrattenimento interattivo per i visitatori. Ad oggi, a coloro che decidono di visitare quella parte di museo, viene fornito un tablet sul quale è installata un'applicazione che permette di visionare alcuni contenuti in realtà aumentata (legati ai temi e agli oggetti raccontati durante il percorso espositivo). Abbiamo ritenuto necessario spendere due parole affrontando questo esempio esistente di esperienza digitale al MIC per riflettere sull'effetto che questo device ha nell'esperienza globale del museo. Provando in prima persona la visita negli spazi della Cineteca ci siamo accorti che il tablet resta un elemento troppo invasivo. Il percorso di visita impone di utilizzare la camera del de-

vice per inquadrare determinati quadri e manifesti (fig. 6.9). Una volta che l'applicativo ha riconosciuto le forme e le caratteristiche visive di ciò che viene inquadrato, applica all'immagine riprodotta a schermo un secondo livello: un video che ha le dimensioni della cornice inquadrata che si muove seguendo il movimento dell'utente (la posizione e la prospettiva di come il quadro viene ripreso dalla camera del tablet) (fig. 6.10).

Questa modalità è però molto meccanica e innaturale. La necessità di tenere in mano un device di grandi dimensioni come un tablet per vedere attraverso la camera comporta la creazione di un forte distacco tra lo spettatore e l'opera esposta. Così facendo si costringe l'utente a tenere una certa distanza dal quadro, assecondando una visione d'insieme di documenti e materiali che in realtà nascondono dei particolari e delle finiture molto interessanti in una vista di dettaglio.

“Alcuni prodotti, soprattutto quelli posti all'interno del percorso e in prossimità delle opere, dovrebbero essere agili, veloci e a bassa interazione per non “disturbare” la fruizione delle opere stesse, mentre altri, come ad esempio i tavoli multimediali, dovrebbero essere pensati per spazi di accoglienza in cui iniziare a preparare la visita.” (Mandarano, 2019, p. 114).

Oltre a necessitare di una spiegazione di funzionamento da parte delle guide del museo, l'utilizzo del tablet porta a dover ascoltare le tracce audio presenti nei video attraverso gli altoparlanti del device. Questo può diventare un problema nel momento in cui più visitatori si trovano di fronte allo stesso oggetto esposto ed entrambi stanno riproducendo il contenuto audiovisivo, ognuno sul tablet che gli è stato assegnato.

Questa parte di esperienza dentro al MIC è indipendente dalla sezione espositiva dentro la quale andremo ad applicare il nostro format e quindi non incide sullo sviluppo della nostra espe-

rienza utente. Rimane però un buon caso studio per comprendere quali esperienze multimediali sono già in atto all'interno della Cineteca e come riflessione costruttiva su una modalità che è già stata testata. Personalmente riteniamo che l'applicazione di un contenuto video in sovraimpressione ad un documento fisico cartaceo, all'interno dello schermo di un tablet, possa distogliere l'utente da tutti quei dettagli che il materiale esposto porta con sé. In generale pensiamo, seguendo anche la riflessione di Mandarano, che l'effetto sorpresa non debba essere dato dalle tecnologie, ma da “quello che l'opera riesce a raccontare coinvolgendo il visitatore” (Mandarano, 2019, p. 114).



Fig. 6.10 - Un documento dell'archivio del Museo del Cinema e la sua visualizzazione in realtà aumentata su tablet

6.5

Nella mano di King Kong

A partire dal mese di novembre 2021 la Cineteca di Milano ha riservato parte dei suoi spazi per l'allestimento della mostra tematica che racconta la figura di Carlo Rambaldi, storico effettista e artista italiano, e una delle sue opere più importanti nella storia del cinema: la realizzazione del *King Kong* del 1976. Dopo aver preso parte ad un incontro con Matteo Pavesi, direttore della Fondazione Cineteca Italiana col quale abbiamo discusso relativamente al progetto di tesi e alla collaborazione con la parte museale della Cineteca di Milano, siamo arrivati alla conclusione che la mostra *Nella mano di King Kong* risultava essere il campo di applicazione più adatto per il format multimediale su smartphone.

6.5.1 La mostra oggi

La mostra sul *King Kong* del 1976 e sulla figura di Rambaldi (fig. 6.11) raccoglie documenti, fotografie, disegni e video che raccontano il lavoro di progettazione del gorilla più famoso del grande schermo. Oggi la mostra non comprende nessuna sezione interattiva e per questo motivo ben si presta ad una rivisitazione in chiave multimediale. Non essendo legata alla collezione permanente del MIC, la mostra può essere allestita in città e luoghi diversi e la progettazione di sezioni audiovisive multimediali per smartphone può andare ad arricchire un'esperienza che non necessita di essere legata a spazi e



Fig. 6.11 - Manifesto della mostra "Nella mano di King Kong"

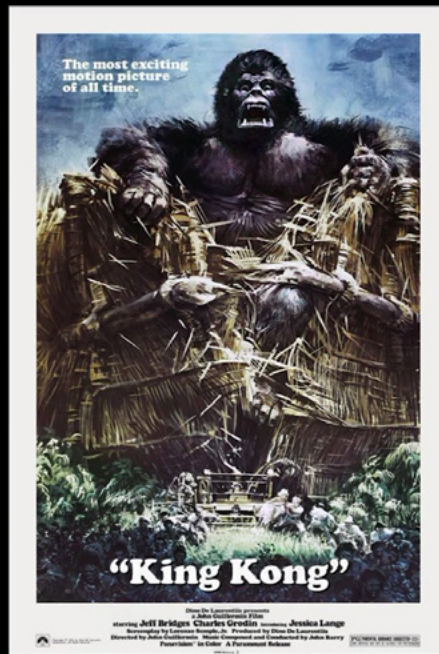


Fig. 6.12 - Frame da uno dei montaggi creati dai responsabili della mostra (fonte: Cineteca)

Fig. 6.13 - Foto dello scheletro meccanico dentro alla mano di Kong (fonte: Cineteca)

Fig. 6.14 - Illustrazione e progetto tecnico per la mano di Kong (fonte: Cineteca)

Fig. 6.15 - Dettaglio di uno dei piani per la mano di Kong (fonte: Cineteca)

strumenti complessi. Un'altra caratteristica fondamentale dell'iniziativa è quella di raccogliere sotto un unico tema una grande quantità di documenti cartacei e fotografie che, appartenenti all'archivio Rambaldi, vanno ad impreziosire ed ampliare l'immaginario del film ed il racconto del dietro le quinte di Kong. L'archivio di Rambaldi è molto vasto e tutti i materiali raccolti ed archiviati sono estremamente dettagliati, i disegni tecnici sono correlati da appunti dello stesso Rambaldi, le diapositive presentano momenti inediti di backstage e i documenti ben presentano il funzionamento dei meccanismi per far muovere il grande gorilla.

Oggi la mostra si sviluppa principalmente attraverso proiezioni a parete di alcuni parti di video di archivio (accompagnati da schermate testuali su Rambaldi e la sua storia), una serie di schermi che riproducono immagini dal set e altra documentazione, alcuni modelli per la progettazione di King

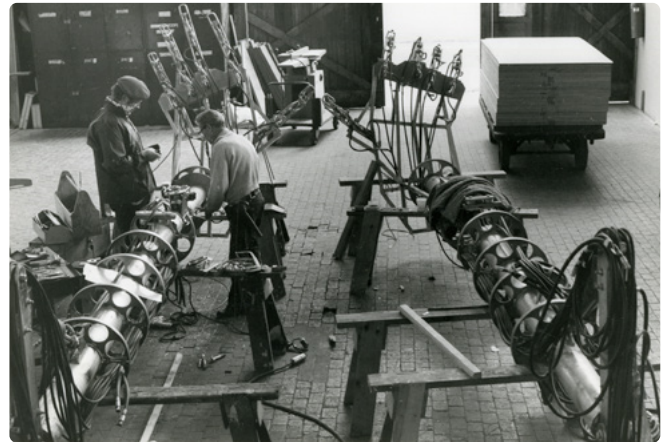
Kong e qualche dipinto o illustrazione. Terminata la mostra il visitatore si trova davanti la mano meccanica di Kong, la stessa utilizzata nel film.

6.5.2 Lavorazione sui materiali

Dopo essersi confrontati con i responsabili del MIC ci è stato garantito l'accesso ai materiali disponibili relativi alla mostra. Ciò che era possibile utilizzare, in sintesi, possiamo suddividerlo in due macrocategorie: materiale audiovisivo e documenti (disegni tecnici, fotografie, illustrazioni). Per quanto riguarda il materiale audio-video, la Cineteca aveva a disposizione: una videointervista a Rambaldi per una mostra su King Kong tenutasi a Ferrara nel 1988 (fig. 6.16) (durante la quale l'effettista spiega il funzionamento dei meccanismi principali dell'animale); una serie di montaggi di testi e immagini con sottofondo musicale dal film (realizzati internamente al MIC) (fig. 6.12);

Fig. 6.13

il collegamento ad un cortometraggio della Fondazione Rambaldi dal titolo *Carlo Rambaldi. Locchio, la mano, il viaggio* di Victor Rambaldi (2010) (che però non è stato utilizzato in mostra) (fig. 6.17). La sezione relativa ai documenti invece possiamo suddividerla in tre categorie: fotografie e diapositive di backstage (sia sul set del film che nei laboratori di progettazione della squadra di effetti speciali) (fig. 6.13, fig. 6.19), documenti e schizzi tecnici di progetto (fig. 6.14, fig. 6.15), dipinti del viso della creatura. Questa è una panoramica di tutto ciò a cui avevamo accesso e che ci era concesso utilizzare nel prototipo di progetto.



Considerando che la parte audiovisiva funge da livello principale su cui andare a sviluppare i momenti di interazione (come abbiamo spiegato nel

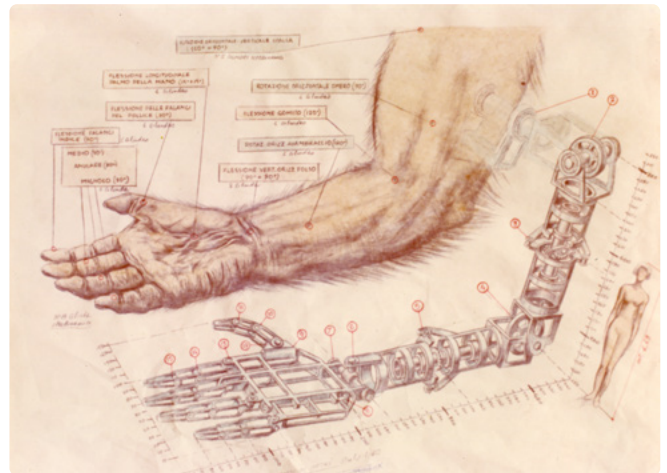


Fig. 6.14

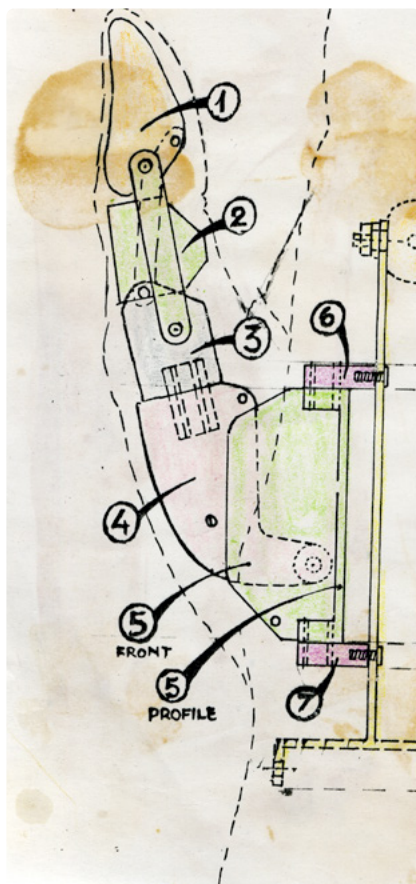


Fig. 6.15

capitolo 5), si è presentata la necessità di ampliare il materiale video utilizzabile, ricercando ulteriori testimonianze. In primis si è scelto di utilizzare clip e scene prese dal cortometraggio di Victor Rambaldi, a cui avevamo già accesso. Oltre a questo, si è andati a recuperare alcuni video di backstage del film disponibili online e un paio di video interviste. Una delle video interviste, presente nell'archivio dell'Istituto Luce, è servita come base per il montaggio di alcune tracce audio del prototipo di progetto (fig. 6.18). La voce di Rambaldi guida lo spettatore all'interno degli aspetti principali della progettazione di Kong. Per sviluppare una delle tre sequenze interattive, abbiamo sfruttato i file completi dei due film di King Kong, il primo lungometraggio

Fig. 6.16



Fig. 6.16 - Frame dalla videointervista di Rambaldi a Ferrara nel 1988
(fonte: Cineteca)

Fig. 6.17 - Frame dal cortometraggio di Victor Rambaldi
(fonte: Fondazione Rambaldi)

Fig. 6.18 - Frame dalla videointervista di Rambaldi per l'Istituto Luce
(fonte: Archivio Luce)

Fig. 6.19 - Foto del modello in scala reale di King Kong
(fonte: Cineteca)

Fig. 6.20 - Frame dal video di Temps X di intervista a Rambaldi
(fonte: Dailymotion)



Fig. 6.17

del 1933 e il film del 1976 (remake di quello del '33). Infine, come appoggio per il mix della base audio, si è andati a reperire le tracce appartenenti alla colonna sonora del film, così da avere file musicali che potessero interagire con il montaggio rimanendo strettamente collegati al tema raccontato.

Visitando la mostra *Nella mano di King Kong* ed esaminando i materiali disponibili è emersa la necessità di creare un elenco dei temi affrontati da Rambaldi nelle interviste e nei video, così da capire come strutturare l'esperienza del visitatore in moduli di interazione con lo smartphone che fossero relativi, ad uno ad uno, alle tematiche presentate in mostra. Come abbiamo detto, il format progettuale vede la definizione di tre moduli di interazione: sequenze narrative, sequenze parallele e sequenze di esplorazione dei materiali. Per ognuno di questi moduli siamo andati a definire degli argomenti da affrontare nel montaggio e nella realizzazione della narrazione multimediale. Qui un elenco:

Sequenze narrative:

V.01 - Responsabilità di budget e funzionamento

V.02 - Realismo nell'aspetto e nei movimenti

Sequenza parallela:

V.01 - I due Kong.

Parallelismi tra '76 e '33

Sequenze di esplorazione dei materiali:

V.01 - Chiamata in America e progettazione della testa

V.02 - Funzionamento mano e corpo di Kong

Questo passaggio ha reso più semplice il lavoro di rimodulazione e montaggio di audio e video, consentendo una maggiore coerenza tra le parti e garantendo alle sequenze multimediali di essere combinabili e interscambiabili,



Fig. 6.18



Fig. 6.19



Fig. 6.20

perché relative a temi diversi che fanno riferimento ad un contesto comune.

6.5.3 Nuovi touchpoints

Prima di vedere come questi nuovi materiali vengano rielaborati e adattati per essere inseriti all'interno del nostro format multimediale dobbiamo far capire in che modo un visitatore accede all'applicativo per visionare i contenuti su smartphone. Senza andare a sconvolgere la disposizione degli elementi nello spazio espositivo, la soluzione migliore è stata quella di pensare un sistema di totem che, posizionati in punti strategici e nelle vicinanze di oggetti o materiali collegati al contenuto multimediale (fig. 6.22), servissero ad informare i visitatori della possibilità di accesso a contenuti digitali legati alla mostra.

Seguendo anche le parole di Mandarano (2019) per quanto riguarda gli applicativi usati dai musei per raccogliere contenuti digitali di questo tipo, normalmente un'istituzione museale si trova a scegliere tra due possibilità: la realizzazione di una app nativa (che necessita di essere installata sul dispositivo) o l'utilizzo di una web app. Le web app non sono altro che collegamenti tramite la rete ad applicativi remoti. Quest'ultima è la scelta più comoda, perché non richiede la presenza di un'app installata sul dispositivo e nemmeno incide sulla capacità di memoria dello stesso. La scelta di utilizzare il servizio in rete da remoto è data anche dal fatto che, facendo utilizzare agli utenti il proprio smartphone come device principale, il costringere ognuno di loro ad installare un'applicazione nativa renderebbe più meccanico il percorso esperienziale. Detto questo, la web app permette di avere accesso ai nostri contenuti multimediali, ma, visto che la modalità di accesso è tramite rete, per il museo sarebbe buona prassi garantire ai visitatori un accesso alla rete wi-fi, così da evitare eventuali pro-

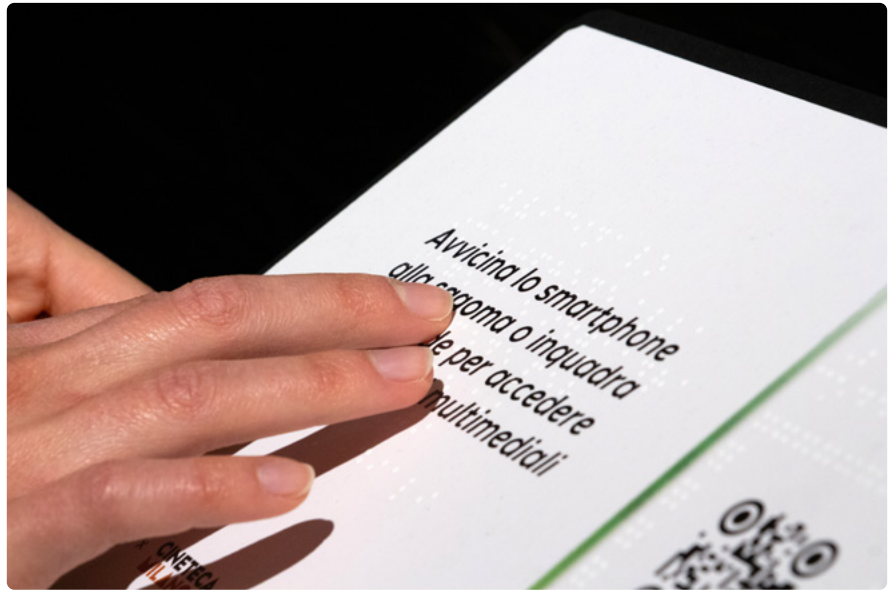


Fig. 6.21 - Dettagli della targa applicata sul totem e della lavorazione braille per l'accessibilità ai non vedenti

Fig. 6.22 - Visualizzazione dell'utilizzo del totem all'interno degli spazi della mostra







Fig. 6.23 - Spazio della mostra riservato ai dipinti di Rambaldi

blemi di rallentamento dell'applicativo dovuti alla rete dati.

Le targhe progettate come punti di accesso agli audiovisivi multimediali considerano in contemporanea due tipologie di comunicazione: una modalità più classica, tramite un QR code, e una meno utilizzata ma più immediata, attraverso l'uso di NFC (Near Field Communication). Gli NFC sono sistemi di microgeolocalizzazione che permettono di "far ricevere al visitatore una serie di informazioni quando questo si trova vicino ad un'opera oppure se poggia lo smartphone su un'etichetta posta accanto all'opera." (Mandarano, 2019, p. 38). In questo modo, agli utenti provvisti di smartphone di ultima generazione, sarà possibile accedere ai contenuti solamente appoggiando il device sull'apposita sagoma (fig. 6.25). Il QR code permette invece l'accesso allo come ulteriore canale per tutti coloro che non dispongono di un device equipaggiato con la tecnologia NFC. Il design dei totem da inserire negli spazi della mostra è stato pensato, in un'ottica di design accessibile, per accogliere informazioni comprensibili anche ai non vedenti. Per questo motivo, la superficie della targa ha una lavorazione in braille che permette di rendere tattile sia il testo che il codice QR (fig. 6.21), di modo che anche chi ha difficoltà visive possa accedere ai contenuti digitali.

Senza bisogno di azioni particolari, una volta avvicinato lo smartphone (o inquadrando il QR code), al visitatore viene aperto l'applicativo web reindirizzando lo smartphone al modulo legato a quel determinato momento della mostra. La pagina presenta una panoramica sintetica dell'episodio multimediale che sta per essere riprodotto e invita l'utente a far partire la riproduzione. Una volta premuto il tasto "Riproduci" (fig. 6.24), il visitatore si trova all'interno della sequenza audiovisiva.

Fig. 6.25 - Accesso alla schermata introduttiva tramite la tecnologia NFC dello smartphone

Fig. 6.26 - Visione di uno dei moduli interattivi progettati

Fig. 6.24 - Schermata introduttiva alla sequenza interattiva sul realismo e la credibilità di Kong

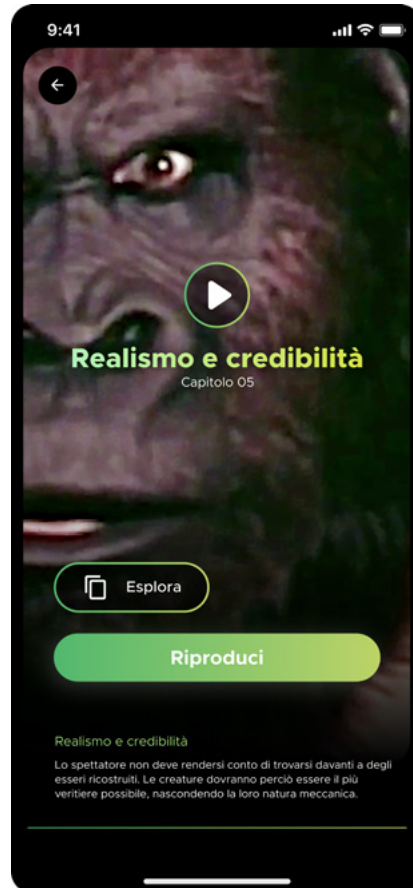


Fig. 6.25



Fig. 6.26



Fig. 6.27 - Un visitatore durante il momento di visione della sequenza multimediale

6.6

Il King Kong di Rambaldi su smartphone

In questa parte della tesi affrontiamo i modi con cui il progetto si adatta ad una nuova tipologia di contesto (e quindi anche di contenuti). Il format è pensato come un “contenitore”, la struttura del progetto rimane inalterata, così come il design di interfaccia e le modalità di interazione dello spettatore. Ciò che cambia sono i temi raccontati attraverso l'utilizzo dell'applicativo. Come presentato nel capitolo 5, le tipologie di sequenze progettate sono tre (vedi capitolo 6.5.2). Andremo adesso ad affrontarle una per una, evidenziandone le caratteristiche principali e ponendo l'attenzione su come i materiali della mostra Nella mano di King Kong sono stati rimodulati per essere fruibili attraverso il format progettato.

6.6.1 Montaggio narrativo

Questa prima parte del prototipo sfrutta la struttura interattiva presentata nel capitolo precedente per andare a immergere lo spettatore nel mondo di Rambaldi e del suo lavoro per la produzione del film *King Kong* (1976). Per questa parte siamo andati a creare due moduli con la stessa tipologia di interazione che affrontano, attraverso le parole dello stesso Rambaldi, i temi relativi a: 1) responsabilità dell'effettista riguardo il budget ed il funziona-

mento del gorilla meccanico; 2) realismo nell'aspetto e nei movimenti della creatura. Per ognuna di queste sezioni sono state selezionate clip video che permettessero di essere combinate tra loro attraverso il montaggio e che, viste nel complesso, permettessero di dar vita ad un racconto audiovisivo chiaro e comprensibile.

Come si può vedere nei diagrammi di flusso presentati (fig. 6.28, fig 6.31), le due sezioni si compongono ognuna di sette clip video di simile durata, montate una dopo l'altra in una sequenza. Queste clip sono precedute da un'ulteriore clip introduttiva che funge da apertura. All'inizio di questo modulo, infatti, in sovraimpressione alla prima clip video, viene presentato il titolo relativo a quel determinato capitolo (il quale, come già accennato, farà riferimento ad un determinato punto della mostra fisica). Durante la sequenza introduttiva verrà avviata anche la traccia sonora con musica e voice over. Una volta terminato il tempo riservato a questa prima clip, a schermo apparirà la linea tratteggiata (indicatore dell'avanzamento tra le clip video) e allo spettatore sarà permesso avanzare liberamente tra le micro-sezioni. L'utente avanza tra le clip facendo tap sullo schermo. Se dopo qualche secondo non viene registrata nessuna interazione, l'applicativo presenta in sovraimpressione al video un tasto circolare che invita l'utente a toccare lo schermo per interagire. Ogni volta che lo spettatore tocca lo schermo il video passa alla clip successiva e, una volta arrivato all'ultima delle sette clip, la navigazione riparte dall'inizio (se il tempo relativo alla traccia audio non è ancora terminato). La traccia musicale e la traccia vocale sono indipendenti dal video. Come affermato in precedenza, questa modalità permette di dare allo spettatore la libertà di muoversi tra le parti video, mantenendo comunque una fluidità nella visione e nell'ascolto ed evitando interruzioni sonore.



Il titolo appare in sovrapposizione alla clip intro

Il tempo della sequenza introduttiva termina



Nessuna interazione

Il suggerimento di toccare lo schermo appare dopo qualche secondo di inattività

Tocca qui

Tap

Appaiono in alto gli elementi di interfaccia



Tap

Tap



Tap



Tap



Tap



Tap



Tap

Le clip si ripetono partendo dall'inizio



Fig. 6.28 - Schermate con sottotitolazione attivata

Fig. 6.29 - Diagramma di flusso per il primo modulo di montaggio narrativo



Fig. 6.30 - Schermate con sottotitolazione attivata
 Fig. 6.31 - Diagramma di flusso per il secondo modulo di montaggio narrativo

“Il regista e l'autore si ritrovano sempre più spesso a dover venire a patti con un nuovo e sempre maggiore protagonismo dello spettatore, che adesso fa, sceglie, modula e rimodula.” (Arcagni, 2021)

Uno degli aspetti interessanti di questa proposta è che, rendendo indipendenti audio e video e permettendo all'utente di passare da una clip alla successiva, si possono andare a creare accostamenti diversi tra suono e immagine. Per fare un esempio relativo alla seconda sequenza interattiva sul tema del realismo (fig. 6.31): il momento in cui il voice over di Rambaldi parla della necessità di rappresentare queste creature immaginarie nel modo più credibile possibile (affinché lo spettatore non si renda conto che sono esseri ricostruiti) può al contempo essere accostato a riprese video diverse (Jessica Lange che viene chiusa nella mano meccanica di Kong, la panoramica sugli schizzi di progetto relativi alle espressioni della creatura, la prova della maschera del gorilla sul viso dell'attore). Ognuno di questi possibili accostamenti porta ad avere un'esperienza audiovisiva leggermente diversa, che racconta però lo stesso tema.

Mettendo in pausa l'applicativo, si può accedere alla sezione relativa alle impostazioni. Questo segmento permette di attivare la sottotitolazione delle sequenze, in supporto agli utenti non udenti. I sottotitoli compariranno in sovraimpressione sulla parte bassa dello schermo (fig. 6.28, fig. 6.30), così da andare a creare due livelli informativi separati (la parte alta per l'interazione e la parte bassa per la sottotitolazione). I sottotitoli seguono

il parlato, per questo motivo non sono influenzati dal tocco dell'utente, che agisce esclusivamente sulle immagini presentate. La presenza della sottotitolazione serve anche nelle occasioni in cui non sia possibile realizzare una traccia audio di diverse lingue per i visitatori stranieri. In quel caso si può scegliere di garantire una raccolta di sottotitoli in più lingue diverse che garantiscano una facile comprensione anche a chi non comprende l'italiano. Ad ogni sottotitolazione è applicata una leggera ombra che permette di mantenere la leggibilità delle parole anche in contesti in cui le immagini sottostanti hanno colori molto chiari.

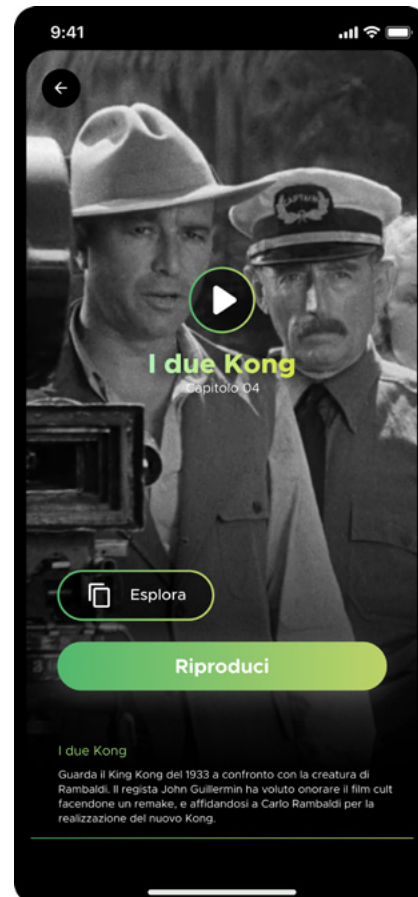
Il progetto di tesi non si è soffermato in modo particolare sul tema del design inclusivo, ma nello sviluppo del progetto sono stati attuati accorgimenti per garantire un utilizzo il più possibile aperto anche a persone con difficoltà visivo-uditive. Voleva essere nostra cura precisare che, al fine di definire una proposta che si adatti anche all'utilizzo da parte di spettatori non vedenti, la stessa modalità di navigazione tramite il tocco a schermo potrebbe essere rielaborata considerando l'utilizzo di tracce audio diverse. In quel caso, il lavoro del progettista comporterebbe la rilettura del format in un'ottica ribaltata, in cui l'interazione dell'utente va a combinare tracce sonore, al posto di clip video, permettendo una navigazione controllata.

Fig. 6.32 - Schermata introduttiva alla sequenza di montaggio parallelo alternato "I due Kong"

6.6.2 I due Kong

Il King Kong di Rambaldi, prodotto da Dino De Laurentiis nel 1976, è un remake della pellicola *King Kong* del 1933 diretta da Merian C. Cooper ed Ernest B. Schoedsack. Questo modulo si riferisce alla modalità di navigazione alternata tra due sequenze parallele (presentata anch'essa nel capitolo 5) sfruttando a proprio vantaggio gli aspetti comuni tra i due film. La sezione in questione è stata progettata da zero inserendo nell'esperienza espositiva un nuovo contenuto. Dopo aver visionato entrambi i lungometraggi abbiamo proceduto a selezionare le parti delle due pellicole che fossero visivamente simili (per inquadrature, soggetti presenti, momenti della trama e raffigurazione del gorilla) (fig. 6.34). Una volta selezionate e messe in relazione tra loro, ci siamo mossi nella realizzazione della sezione dell'applicativo interattivo.

All'inizio di questa parte è presente una breve clip introduttiva, come accade nella proposta precedente. Su questa clip compare il titolo e, una volta terminato il tempo dedicato all'introduzione, a schermo compaiono le due linee di interfaccia che informano su quale delle due versioni del film è visibile. La struttura di questo segmento è molto semplice: entrambe le sequenze del 1976 e del 1933 procedono in contemporanea avanzando nel tempo, ma solo una delle due è visibile allo spettatore. Tra questi due video si instaura una determinata gerarchia, perché il King Kong del 1976 (film sul quale è principalmente incentrata la mostra alla Cineteca) ha maggiore impor-



anza rispetto al lungometraggio del '33 (per questo stesso motivo il Kong del '76 è la prima delle due sequenze a venire visualizzata). Se l'utente non interagisce con lo schermo, dopo qualche secondo apparirà un tasto centrale che invita a tenere premuto il dito sul video. Il tap prolungato permette di alternare la visione tra i due King Kong (fig. 6.33). La sequenza secondaria del 1933 rimarrà a schermo fintanto che lo spettatore manterrà il dito premuto

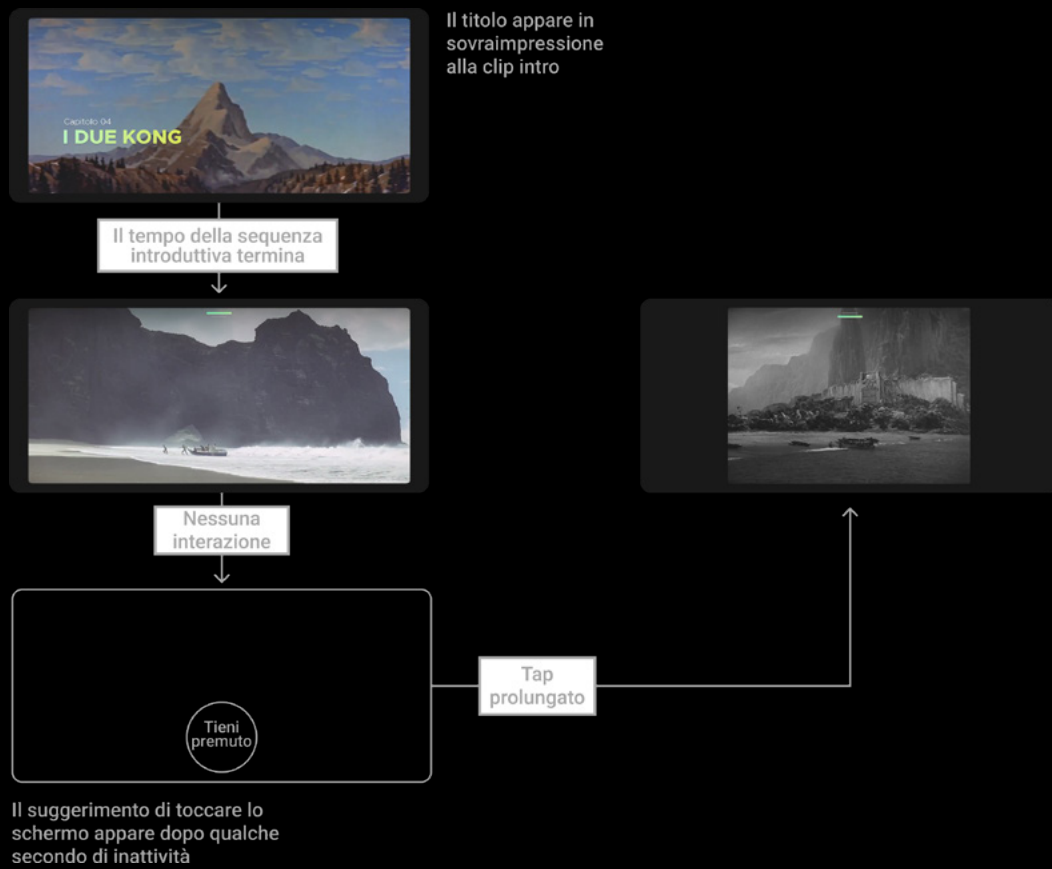


Fig. 6.33 - Diagramma di flusso per il modulo di montaggio parallelo alternato

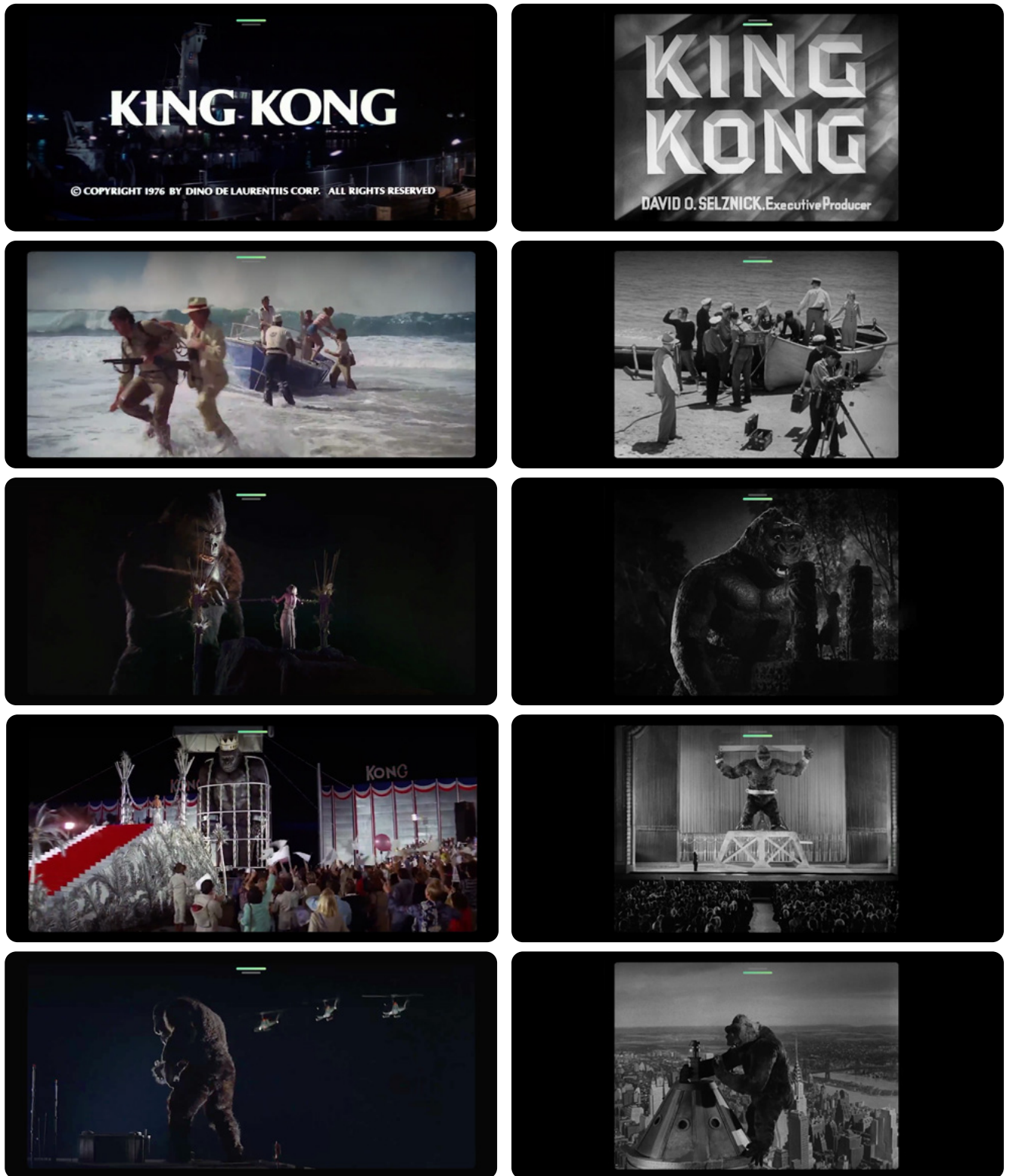


Fig. 6.34 - Alcuni frame paralleli estrapolati dal montaggio creato all'interno del prototipo

sullo smartphone. Nel momento in cui lo schermo non registrerà più alcuna pressione, il video tornerà nuovamente alla clip originale del *King Kong* 1976.

A cinematic installation in a museum or gallery can be given temporal and environmental definitions that are quite different to those that are obligatory in a traditional cinema theatre presentation. This opens the way for multiple screenings, multiple layers of narrative. (Shaw, 2012, p. 174).

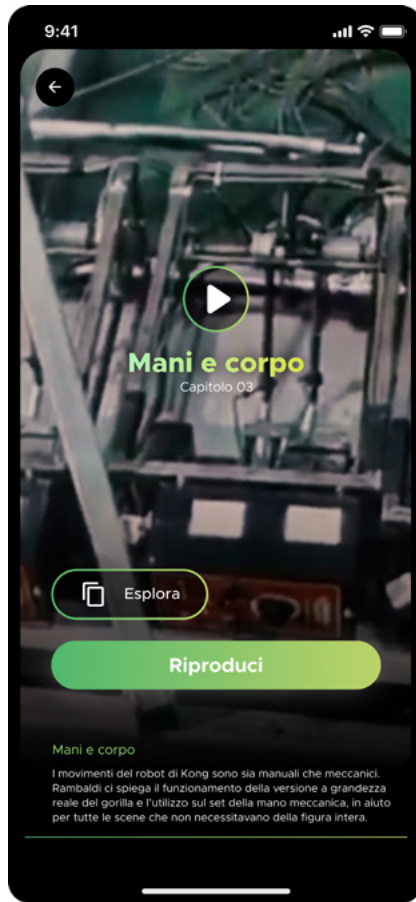
Questa parte di format è strutturata in modo da permettere un costante parallelismo visivo tra le due parti. Lo spettatore ha piena libertà di alternare la visione tra uno e l'altro Kong, decidendo automaticamente quando rimanere su una sequenza e quando passare all'altra. Ogni momento di visione ha un corrispettivo con caratteristiche simili nella clip parallela e quindi il cambio di visione è concesso in qualsiasi punto della timeline. Qua a fianco è possibile visionare alcuni dei parallelismi estrapolati dai due cortometraggi messi a confronto (FIGURA). La grande quantità di sceme similari permette di considerare questo modulo di progetto come suddivisibile in più sotto-moduli e utilizzabile in più momenti diversi dell'esperienza del visitatore in mostra. Anche questa sezione dell'applicativo è accompagnata da una traccia musicale che funge da sottofondo. Non avendo a disposizione audio con informazioni relative alla lavorazione dei due film non è stata aggiunta una traccia vocale, ma potrebbe comunque essere inserita nel momento in cui si ritenesse necessario garantire un ulteriore livello informativo.

6.6.3 Dall'archivio all'esplorazione multimediale

La terza e ultima esperienza multimediale interna al progetto è relativa all'approfondimento in esplorazione tridimensionale dei materiali grafico-fotografici recuperati dall'archivio della Cineteca e della Fondazione Rambaldi. Questa parte di progetto è quella con la struttura leggermente più complessa, perché associa a spezzoni di video elementi di archivio trasposti in una versione digitale tridimensionale, esplorabile a 360 gradi con l'utilizzo del touchscreen. La base per questo momento di esperienza su smartphone è sempre un montaggio video. Il montaggio è stato realizzato utilizzando prevalentemente parti prese dall'intervista a Rambaldi durante la vecchia mostra su *King Kong* tenuta nel 1988 a Ferrara e dal cortometraggio di Victor Rambaldi. Da questi sono state anche estrapolate sequenze audio con la voce di Rambaldi intento a raccontare allo spettatore gli avvenimenti accaduti durante la produzione del film e il funzionamento della creatura meccanica.

Questa esperienza multimediale funziona in maniera diversa dalle precedenti. Per chiarire in modo semplice le caratteristiche di questo modulo possiamo dire che, se lo spettatore non interagisse in alcun modo durante la riproduzione del video, il risultato sarebbe la visione nel modo classico di una sequenza audiovisiva priva di elementi di interazione. In questa sezione viene considerato un video (di durata variabile) e, su questo, viene incorporato un secondo livello di contenuti

Fig. 6.35 - Schermata introduttiva alla sequenza di esplorazione multimediale



connessi agli argomenti affrontati. L'audiovisivo comincia come i precedenti, una scena introduttiva serve per accompagnare lo spettatore all'interno di questo nuovo capitolo e, su questa clip, appare il titolo relativo al modulo presentato. Terminata la prima scena, il video prosegue con delle immagini dal film ed un voice over che racconta la chiamata di Rambaldi a Los Angeles per lavorare alla realizzazione di *King Kong*. Nel momento in cui viene visualizzata una scena ripresa dal video di archivio con Rambaldi intento alla lavorazione sui modellini di Kong, in altro sullo schermo appare l'icona dei due cerchi. L'elemento informa che, in corrispondenza di quel valore di tempo, è permesso interagire con l'audiovisivo. Se, dopo pochi secondi, lo schermo non registra nessuna in-

terazione, il video presenterà un tasto "Scorri in alto", così da invogliare l'utente.

Ogni volta che il segno grafico dei due cerchi è presente, lo "swipe up" porterà l'utente ad accedere ad una sottosezione nella quale è possibile navigare documenti e file digitali tridimensionali (fig. 6.37, fig. 6.39). Nel caso specifico della parte di video appena descritta, lo scorrere verso l'alto farà comparire a schermo alcuni documenti fotografici che ritraggono l'effettista italiano al lavoro sui primi modelli di Kong. La possibilità di maneggiare delle immagini a tre dimensioni permette di creare tra lo spettatore e l'esperienza audiovisiva un rapporto più intimo di scambio e interazione, immergendo il visitatore in piccoli momenti di esplorazione controllata (fig. 6.36, fig. 6.38).

Abbiamo già affermato che nel format di progetto viene garantita la possibilità di collegare più di un contenuto ad una singola scena. Ad esempio, nel momento in cui vediamo Rambaldi a Ferrara intento a presentare il primo studio della testa di King Kong a grandezza reale, l'utente accede ad uno dei dipinti di Rambaldi (che presenta due illustrazioni, sul fronte e sul retro). Durante la visualizzazione di questo dipinto però è presente anche un tasto freccia che permette di passare dal documento visualizzato a quello successivo (in questo caso un'altra delle versioni illustrate di Kong) (fig. 6.36). Anche il secondo contenuto può essere ruotato su sé stesso, così come è permesso attuare uno zoom controllato che permette di visionare elementi di dettaglio (come i tratti dell'illustrazione o dettagli delle fotografie).

Questa modalità permette un grado maggiore di libertà in questa specifica parte dell'esperienza. A seconda della realtà espositiva alla quale il format fa riferimento, di volta in volta il progettista potrà scegliere quali materiali di archivio associare alle scene e avrà



Fig. 6.36 - Schermate di accesso ad un documento e zoom con visione di dettaglio dello stesso

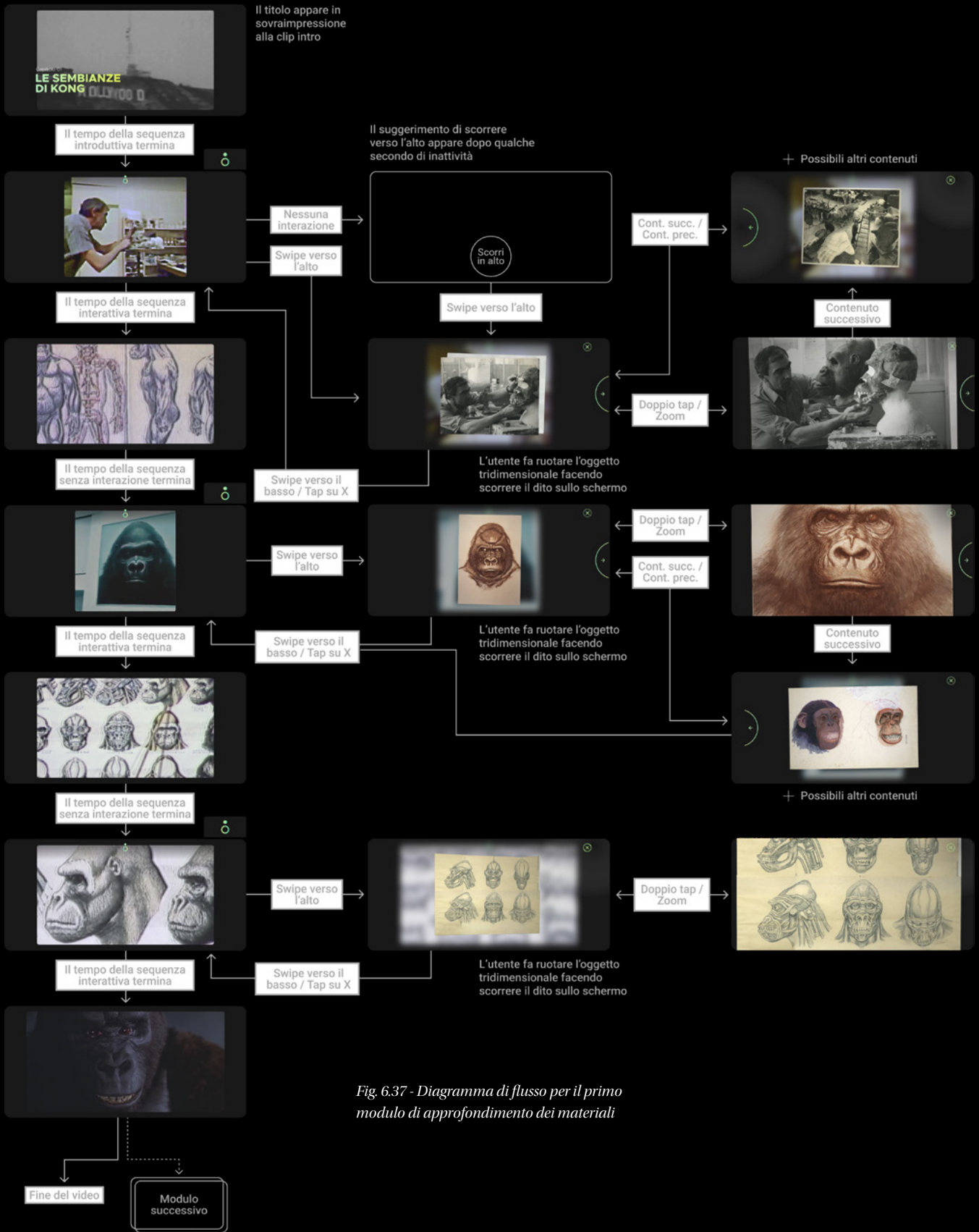


Fig. 6.37 - Diagramma di flusso per il primo modulo di approfondimento dei materiali



Fig. 6.38 - Schermate di accesso ad un documento e zoom con visione di dettaglio dello stesso

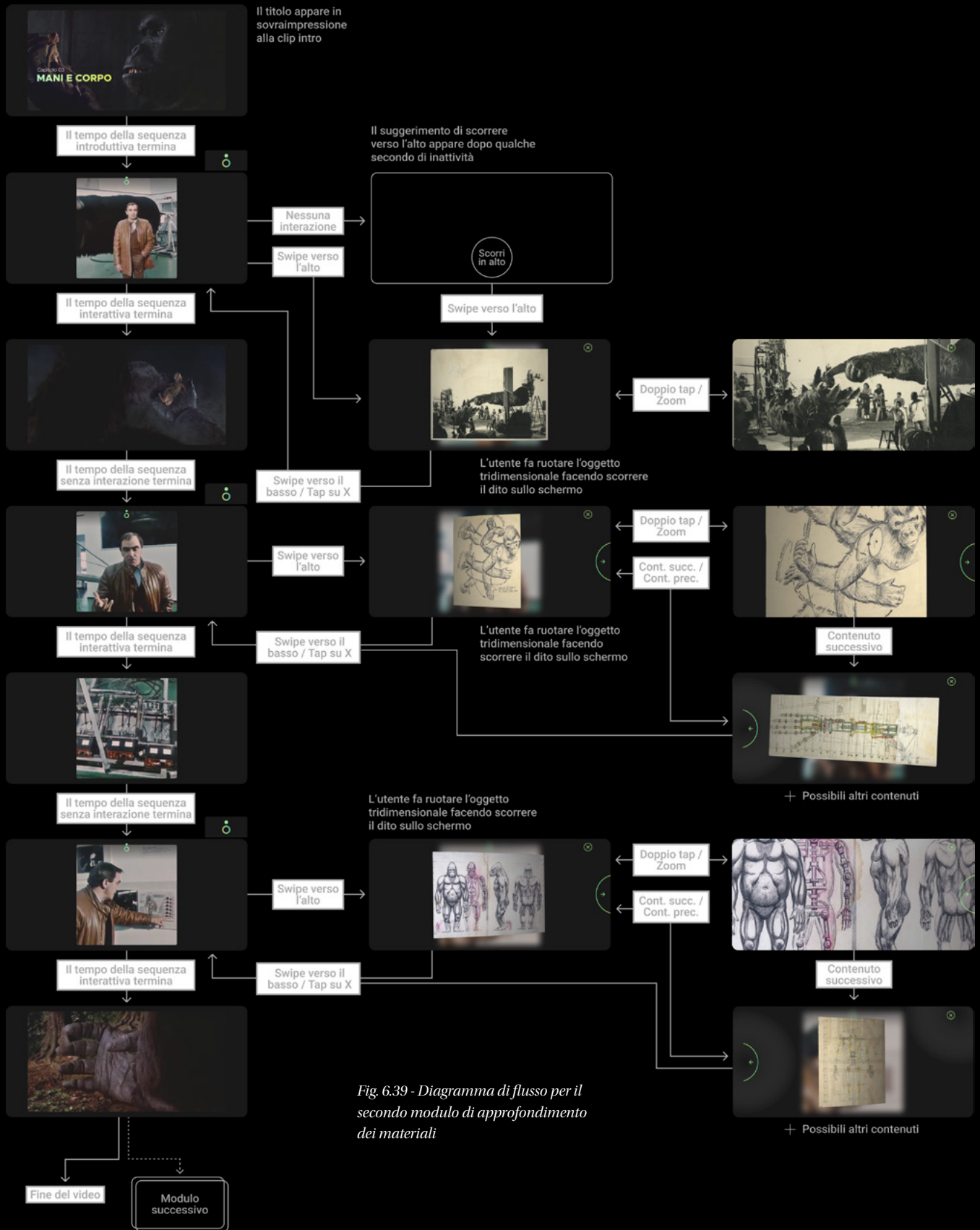


Fig. 6.39 - Diagramma di flusso per il secondo modulo di approfondimento dei materiali

libertà di aggiungere più di un contenuto. Come si può vedere negli schemi di flusso (fig. 6.37, fig. 6.39), in ognuno dei due video progettati vi è un'alternanza tra clip video tradizionali e clip durante le quali è possibile interagire scorrendo verso l'alto. Ogni volta che l'utente scorre il dito sullo schermo il video si blocca e in sovraimpressione viene visualizzato un documento diverso a seconda del punto della timeline in cui ci si trova. Questo documento può essere ruotato e ingrandito ed è possibile passare ad un contenuto successivo e così via. Quando lo spettatore accede ad un documento, il video e la traccia audio del parlato vengono fermate, mentre la parte musicale continua come sottofondo.

Come accompagnamento a questa parte di presentazione abbiamo realizzato i prima citati diagrammi di flusso dell'utente all'interno dei due moduli audiovisivi multimediali progettati. In questi diagrammi si può seguire il percorso dello spettatore e visionare i diversi materiali di archivio legati alle scene del video (fig. 6.37, fig. 6.39). Anche qui, come negli altri moduli discussi in precedenza, vi è la possibilità di attivare la sottotitolazione. Questa garantisce una più facile comprensione del parlato e si inserisce come elemento tipografico che non va ad inficiare sulla buona riuscita dell'esperienza, perché non vi è necessità che i sottotitoli siano presenti nel momento in cui viene visualizzato un documento.

6.7

Altre occasioni di utilizzo

Ognuno dei segmenti interattivi progettati per smartphone (presentati nei tre capitoli precedenti) è pensato in un'ottica di modularità. Ogni sequenza rappresenta un possibile modulo al quale l'utente accede durante la visita alla mostra. La caratteristica più importante di questo approccio è che permette di utilizzare i singoli moduli individualmente ma, allo stesso tempo, anche di considerarli parte di un unicum narrativo. Il progettista può anche considerare l'opzione di accostare diversi moduli tra loro, creando un montaggio dalla durata più ampia nel quale, a intervalli di tempo diversi, sono disponibili modalità differenti di interazione con il device. Il progetto permette anche questo approccio combinato di più moduli perché tutte le sezioni presentate considerano prima e dopo la presenza di clip video classiche. Queste clip possono perciò comporre le sequenze tradizionali che vengono poste tra un momento interattivo e l'altro, all'interno di un audiovisivo multimediale di maggiore durata. In determinate circostanze potrebbe essere utile avere a disposizione un'esperienza audiovisiva unica che comprenda molti dei moduli che sono stati usati individualmente in mostra. Con una struttura di questo tipo, il lavoro consisterebbe principalmente nel combinare tra loro in modo coerente i diversi capitoli e andare a costituire un grande episodio da smar-

tphone con, al suo interno, tutte le tipologie di interazione. In questo caso specifico anche il design della timeline (presentato nel capitolo 5.4.2) diventa fondamentale per garantire una navigazione adeguata e un'informazione sul posizionamento nel tempo dei moduli interattivi.

Durante la presentazione del format applicato ai materiali del MIC abbiamo considerato i diversi capitoli come micro-contenuti ai quali il visitatore accede in determinati punti della mostra su *King Kong*. Il progetto però è abbastanza flessibile da questo punto di vista e, la stessa tipologia di micro-esperienza digitale su mobile, può

essere immerso più in profondità nel mondo di Kong.

La mostra *Nella mano di King Kong* alla Cineteca di Milano è temporanea. I curatori hanno deciso di mantenerla attiva fino al mese di giugno 2022. Parlando con il direttore Matteo Pavesi ci è stato garantito che, con molta probabilità, la mostra venga nuovamente allestita in altri spazi di altre città italiane. Una delle peculiarità di questa nostra proposta sta proprio nel fatto di non essere legata ad un singolo spazio espositivo, cosa che la rende quindi utilizzabile anche qualora la mostra venga spostata o rimodulata in altre realtà museali. Il format può essere ri-

Non si può più parlare di museo fisico e museo digitale come se fossero entità distinte.

(Mandarano, 2019)

riempire diversi momenti della visita museale. Alcuni capitoli interattivi, ad esempio, potrebbero essere pensati come espedienti per intrattenere i visitatori durante momenti di attesa, come può accadere in situazione nelle quali c'è necessità di attendere il proprio orario di visita ad una mostra. Oppure, avendo progettato il format seguendo le logiche di una web app, alcune parti dell'applicativo potrebbero essere rese disponibili anche da remoto e funzionare come contenuti interattivi al quale un potenziale visitatore accede tramite link. Magari alcuni montaggi potrebbero essere sfruttati per fornire un veloce sguardo che anticipa agli utenti i materiali presenti in mostra. Un modulo funzionerebbe, in questo caso, come da teaser/trailer dell'esperienza in museo, al fine di invogliare chi accede a questo contenuto tramite un segmento sponsorizzato su canali digitali a recarsi alla mostra per

calibrato per altri tipi di visite guidate e, ancora più importante, può essere trasformato in un'esperienza digitale la cui vita non si conclude con la chiusura della mostra, ma continua ad essere attiva tramite i canali ufficiali della Cineteca e della Fondazione Rambaldi anche dopo che il materiale fisico viene nuovamente archiviato. Come abbiamo fatto notare attraverso i casi studio di *Tiepolo e Second Canvas* (cap. 6.2), una volta chiusa la mostra su King Kong, il progetto ha l'occasione di essere trasportato interamente su canali digitali. Questo lo renderebbe accessibile anche in futuro attraverso la rete e, così facendo, andrebbe a far parte dei materiali conservati dalla Cineteca e dalla Fondazione Rambaldi. I diversi moduli interattivi saranno raccolti all'interno dell'applicativo e, tramite un menu di navigazione, ogni utente potrebbe accedervi anche in futuro.

6.8

Note per l'implementazione del progetto

Ci riserviamo questo ultimo paragrafo per chiarire alcuni degli aspetti relativi all'originalità del progetto di tesi e alla sua implementazione da un punto di vista tecnico perché, fino ad ora, non sono ancora stati affrontati in maniera esplicita. Come abbiamo ripetuto più volte, questo lavoro affonda le sue radici in tutta una serie di riferimenti progettuali esistenti, di casi studio e applicativi provenienti sia dall'ambito social e smartphone, sia da quello del design audiovisivo. L'originalità dell'output progettuale non sta perciò nella creazione di una tipologia completamente nuova di linguaggio interattivo, ma nella combinazione inedita di una serie di funzionalità e di logiche di interazione che vengono ad essere compresenti in un singolo player video. Tutte le singole tecnologie di cui necessitiamo per la realizzazione concreta del modello multimediale sono perciò già presenti, ognuna in riferimento al proprio contesto di appartenenza. Il format sfrutta la disponibilità di questi segmenti esistenti e li riorganizza all'interno di una singola esperienza multimediale.

L'accostamento e la congiunzione di questi linguaggi fatti di interazioni e gesti, permette di creare un artefatto originale, che ancora non è stato realizzato e che parla la lingua del device per il quale è stato progettato, comprendendone le logiche e definendo

delle azioni coerenti al contesto esperienziale. Inoltre, questo ha permesso anche di definire moduli multimediali che fossero intuitivi, facili da comprendere e che non comportassero barriere di apprendimento per un pubblico abituato ad usare lo smartphone tutti i giorni.

L'ulteriore passo da compiere, al termine di questo processo di sviluppo e progettazione del player, è la sua implementazione. Idealmente questa può essere fatta in collaborazione con altri professionisti incaricati di realizzare le parti informatiche del progetto e rendere concreto e funzionante il servizio. Le figure incaricate della parte di implementazione software dovrebbero comunque essere affiancate da un progettista della comunicazione, così da permettere un dialogo più solido tra la parte di design di interfaccia ed esperienza utente, e la parte di sviluppo.

In particolare, si presenta la necessità di ricreare i modelli di interazione progettati applicandoli ad un player video tradizionale, considerando al tempo stesso le integrazioni in termini di effetti di animazione delle icone, effetti sonori e vibrazioni del device. Oltre a questo, potrebbe essere di grande utilità andare a realizzare una sezione informatica che permetta di inserire la scansione digitale di foto e documenti all'interno di modelli tridimensionali preimpostati (oppure di inserire le clip scelte nelle sezioni relative al montaggio), così da garantire una declinazione più snella del format in diversi contesti e vedere immediatamente realizzata una prima bozza dell'applicativo. Ovviamente si renderebbe anche necessaria la presenza di collaborazioni secondarie per la realizzazione dei totem con tecnologia NFC da introdurre negli spazi museali e di un ideale spazio web in cui raccogliere e presentare il servizio alle diverse realtà che ne vogliono fare uso.

Questo ci porta anche a specificare un aspetto relativo alla committenza del progetto. Riteniamo che commissionare la realizzazione dell'applicativo ad una singola realtà museale non sia la scelta migliore perché porterebbe a circoscrivere il format ad un singolo museo, quando invece esso è stato creato come un'entità modulabile e riutilizzabile in diversi contesti espositivi. Sarebbe quindi auspicabile trovare l'appoggio di un programma di finanziamento culturale di ricerca o innovazione, o di un committente appartenente ad un contesto più generico, così da garantire al progetto di avere vita indipendente e di poter essere scelto da più realtà museali differenti che lo ritengono una valida integrazione al loro percorso esperienziale esistente.

7. Conclusioni

7.1 Approfondimenti futuri

Durante lo sviluppo e la presentazione della nostra proposta abbiamo affrontato diverse sezioni dell'applicativo e progettato i punti chiave dell'esperienza multimediale. Nel riflettere sul risultato di questo lavoro di tesi pensiamo ci siano aspetti del progetto che possono essere da spunto per ulteriori approfondimenti. Questo capitolo serve per raccontare sinteticamente al lettore alcuni degli sviluppi progettuali che, per questioni legati a disponibilità e tempistiche, non sono stati affrontati nel corpo di questo testo.

Una delle implementazioni di cui vorremmo discutere riguarda l'utilizzo combinato di smartphone e tv. Il nostro progetto è stato inizialmente

concepito facendo riferimento a contenuti cinematografici e serie televisive. Seguendo questo filone, sembrava interessante riuscire a definire una proposta che riservasse anche la possibilità di utilizzo di smartphone e tv in parallelo. Essendo lo smartphone uno strumento molto intimo e personale, è difficile che gli utenti si separino da esso. È diventata consuetudine, tra le nuove generazioni, utilizzare lo smartphone anche mentre si è davanti ad un secondo schermo (come la televisione). L'utilizzo dello smartphone è una pratica naturale ed è interessante pensare a come questa abitudine possa essere trasformata da elemento di distrazione a momento di arricchimento dell'esperienza su tv. Se vogliamo andare più nello specifico, l'idea potrebbe essere quella di utilizzare lo smartphone come secondo schermo sul quale trasferire parte dell'esperienza, quasi come accade con un joystick o un telecomando. Quando lo spettatore guarda un audiovisivo multime-

diale sulla smart tv, l'utente potrebbe monitorare e interagire con le sezioni multimediali attraverso il device (che è in collegamento costante con ciò che accade a schermo sul televisore). Una serie tv interattiva con caratteristiche simili a ciò che abbiamo presentato in questo testo potrà quindi essere vista in televisione e, nello stesso momento, si potrà interagire con essa con il proprio iPhone. Nelle parti in cui i progettisti hanno inserito file e artefatti grafici esplorabili, sulla parte alta dello schermo del televisore apparirà l'icona del doppio cerchio (come accadeva su smartphone), ma chiaramente lo swipe verso l'alto sarà possibile sul proprio device collegato. Scorrendo verso l'alto su smartphone l'audiovisivo si bloccherà e lo spettatore potrà esplorare nel dettaglio il documento collegato alla scena utilizzando i gesti con le dita sullo schermo del telefono. La chiusura della schermata su telefono determinerà la ripresa della riproduzione del video sulla tv.

Nella stesura di questa tesi abbiamo volutamente scelto di non affrontare il design relativo al mondo della realtà aumentata e virtuale. La scelta è stata dettata principalmente da due fattori: 1) la volontà di soffermarsi su un utilizzo semplice e facilmente accessibile di uno strumento quotidiano come lo smartphone, 2) l'intenzione di evitare la complessità di risorse e strumenti nella quale ci saremmo imbattuti se avessimo riflettuto su dinamiche di produzione di lungometraggi in AR o VR.

“Oggi, infatti, la maggior parte dei visitatori entra nel museo con il proprio dispositivo personale (device mobile) ed è disposto ad utilizzarlo. Sfruttare la conoscenza che ognuno di noi ha del proprio dispositivo consente di mettere in atto pratiche abituali - aprire immagini, navigarle, leggere informazioni, avviare video -, senza dunque quelle eventuali barriere che un nuovo sistema potrebbe porre” (Mandarano,

2019, p. 37).

Questo non toglie il fatto che la progettazione di esperienze che sfruttano il digitale allo scopo di creare elementi in realtà aumentata su spazi reali sia una possibilità di progetto molto interessante (sia in ambito cinema che in ambito museale). Una sperimentazione a partire dal nostro progetto potrebbe recuperare parte dell'applicativo andando a realizzare ulteriori momenti di interazione con l'immaginario proposto, ma sfruttando gli strumenti e le peculiarità di esperienze virtuali immersive (come stanze “cave” o spazi per l'uso di visori). Sarebbe sicuramente stimolante riuscire a meditare su nuove combinazioni di diversi tipi di interazione con smartphone e altri strumenti, con l'intenzione di rendere sempre più fluido e immediato ogni passaggio da un device all'altro. La realtà aumentata costringe ancora a macchinosi momenti di settaggio con l'aiuto di una persona addetta allo strumento. Riuscire a garantire un dialogo chiaro e facilmente alternato tra visori, proiezioni interattive e smartphone potrebbe essere la chiave per una nuova proposta di esperienza di visita e di visione.

Seppure siano state definite modalità alternative con cui anche utenti non udenti e non vedenti riescano ad accedere al servizio multimediale, nel progetto non si è andati in profondità sul tema del design accessibile. L'accessibilità è, giustamente, uno degli aspetti cardine con cui ogni progettista deve sempre fare i conti. Avendo basato la costruzione del nostro format nell'ambito del visuale, è stato più semplice apportare modifiche progettuali per garantire l'accessibilità agli utenti non udenti. Non è stato immediato, invece, definire un sistema di interazioni che permettesse la costruzione di un'esperienza equivalente per i non vedenti. In corrispondenza di alcuni momenti chiave sono stati progettati e realizzati componenti che facilitano il dialo-

go tra gli spettatori con difficoltà visivo-uditive e l'applicativo (la presenza di QR code tattili, l'utilizzo di risposte aptiche nei momenti di interazione), ma potrebbe essere conveniente continuare a lavorare al progetto nell'ottica di elaborare ulteriori stratagemmi e accorgimenti sul tema.

A conclusione teniamo a far presente che il risultato di quello che è stato presentato in questa tesi è figlio anche di un'iniziale ricerca che considerava una lista di campi applicativi molto varia (dall'advertising all'ambito formativo, dallo sport alla musica). Pensiamo che questa stessa linea di progetto si possa facilmente riadattare anche in contesti che si allontanano dal cinema e dal museo. Una nuova versione di questa sperimentazione multimediale potrebbe vedere queste logiche interattive trasformarsi all'interno di nuovi contesti, così da far diventare la proposta audiovisiva un qualcosa che vive e viene rinnovato, anche toccando nuovi temi e nuovi momenti di coinvolgimento degli utenti.

7.2 Considerazioni conclusive

Il progetto di comunicazione è una disciplina complessa, che vede la collaborazione di professionisti in ambiti di competenza diversi che collaborano assieme allo sviluppo di progetti e proposte. Il Design della Comunicazione agisce non solo con l'intento di progettare per le persone o di guidarle attraverso percorsi narrativo-visuali, ma invita anche ad un'apertura al cambiamento, alla ricerca di strade ed esperienze inedite. Il Design è al servizio delle persone e, allo stesso tempo, deve guidarle verso altri orizzonti e nuovi linguaggi. Nello sviluppo del progetto ci siamo occupati di creare delle modalità alternative di interazione con il mondo audiovisivo su smartphone. L'intento non è stato solo quello di realizzare una proposta di esperienza multimediale museale, ma anche quello di, attraverso il Design della Comunicazione, portare alla luce questioni relative al futuro del cinema, all'uso dello smartphone come dispositivo di visione interattiva e alle ipotesi sui futuri modelli di "spettatorialità".

Nonostante alcune limitazioni, il progetto vuole essere una finestra sulle possibilità di rimodulazione e rinnovamento dell'audiovisivo in ambito mobile. I linguaggi e le modalità di interazione ormai a noi familiari potranno essere combinate, variate e rinnovate con uno sguardo alle nuove opportunità tecnologiche, in un pro-

cesso di continua evoluzione che non rimane stabile ma cresce con e insieme agli utenti. Non è questo nostro periodo storico che porterà alla morte del cinema, perché esso vivrà nella ricerca costante di una nuova strada che si costituirà a partire dal confronto con linguaggi, esperienze ed estetiche che sono ormai parte di ognuno di noi, di come ragioniamo e di come ci poniamo rispetto al mondo e agli strumenti che utilizziamo ogni giorno. I nuovi codici del digitale saranno sempre più legati al consolidamento di grandi realtà virtuali condivise, ma vi sarà sempre bisogno di riservare un'attenzione particolare al dialogo tra queste realtà e il contesto fisico, all'utilizzo sempre più fluido e naturale di smartphone e device personali.

Speriamo, attraverso lo scorrere di queste pagine, di aver restituito in maniera chiara quello che è stato un percorso di ricerca che ci ha portato a riflettere e discutere su contesti di visione e ambiti di progettazione differenti. Quello che è stato uno sviluppo lineare, allo stesso tempo, ci ha permesso di navigare all'interno di diverse sfere concettuali, mantenendo saldo il Design della Comunicazione come componente a cavallo tra i diversi argomenti trattati. La stesura della tesi ci ha condotto all'interno dei social network, dei video, della grafica, dello storytelling interattivo e, a partire dal cinema, ci ha portato a definire un'esperienza multimediale museale che non vuole essere un esempio chiuso, ma mira ad aprire le porte a nuove sperimentazioni attraverso simili linguaggi multimediali.

Nella premessa di questa tesi ci eravamo posti delle domande su quali potessero essere i modi di declinare il linguaggio del cinema in ambito smartphone e di associare alla produzione audiovisiva le nuove pratiche di visione degli utenti. Crediamo sia fondamentale ricercare soluzioni che non vadano a negare il linguaggio del

cinema in favore di una nuova forma di narrazione, ma che siano capaci di integrare nuove funzionalità interattive/multimediali in grado di dialogare con il prodotto cinematografico senza stravolgerlo. Visti i modi in cui gli spettatori post-cinematografici interagiscono con il proprio smartphone, una delle strade possibili vede la creazione di strumenti digitali integrati nella visione che, sotto la supervisione congiunta di registi e progettisti, consentano di allargare l'esperienza e costruire momenti di immersione dello spettatore all'interno dell'immaginario filmico. È chiaro ormai che l'ambito della comunicazione audiovisiva non possa più fermarsi nel raccontare una narrazione bidimensionale appoggiandosi sulle basi di un vecchio modello di fruizione broadcast. Il flusso di informazioni a cui ci siamo abituati è diventato talmente grande che con il tempo abbiamo imparato a gestire sempre più input visuali, ad osservare più schermate in contemporanea, a manipolare immagini ed oggetti digitali. Trasportare una narrazione dal grande al piccolo schermo senza attuare alcuna modifica non è più possibile. I contenuti dovranno cambiare assieme alle abitudini degli spettatori, dovranno guadagnare una profondità che permetterà loro di essere sempre più spesso esplorati attraverso una logica verticale, fatta di collegamenti, rimandi, aggiunte.

La strada da percorrere permetterà di costruire man mano una narrazione sempre più tridimensionale, non solo in termini di realtà virtuale, ma anche attraverso la presenza di sezioni digitali su più livelli. Vi sarà necessità di garantire libertà allo spettatore su come e quando accedere a queste parti multimediali, senza costringerlo a compiere delle scelte che rendano obbligatoria la partecipazione attiva con il contesto filmico, ma che la incoraggino. Il materiale da esplorare e le sequenze di montaggio faranno parte di un audiovisivo il cui linguaggio è familiare

agli utenti (sia in termini di narrazione che di interazione), così da ridurre al minimo le barriere di apprendimento di una modalità alternativa di visione. È questa la strada intrapresa da molti dei progettisti e, come ogni percorso di esplorazione multimediale, fa sempre più riferimento ad una modalità che integra tecniche e strumenti diversi per creare quella che Youngblood, già cinquanta anni fa, chiamava “visione espansa” (Youngblood, 2013, p. 97). Una visione digitale via via più estesa che, andando in profondità, determina anche la nascita di una nuova “coscienza espansa” (*ibidem*).

8. Elenco delle fonti

8.1 Bibliografia

- Arcagni, S. (2021). *Cinema Futuro*. Nero.
- Atkins, A. (2020). *Designing Graphic Pops for Filmmaking*. London: Phaidon.
- Barjavel, R. (2001). *Cinema totale*. Roma: Editori Riuniti.
- Biserni, F. (2007). *Il cinema interattivo. Scenari presenti e futuri*. [Tesi di Laurea, Università di Bologna]. https://noemalab.eu/org/sections/stuff/download/biserni_cinema%20interattivo.pdf
- Casella, G. (2017). *Framing TV Series*. [Tesi di Laurea Magistrale, Politecnico di Milano]. <http://hdl.handle.net/10589/136602>
- Crawford, C. (2003). *The Art of Interactive Design*. San Francisco: No Starch Press.
- Daniel, M., Rabho, L. A., Awondo, P., Maya, d. V., Duque, M., Garvey, P., Wang, X. (2021). *The Global Smartphone*. London: UCL Press.
- Deuze, M. (2012). *Media life*. Cambridge: Polity.
- Espinosa, J. G. (1979). For an imperfect cinema. *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, (20), (pp. 24-26). Jump Cut.

<http://www.ejumpcut.org/archive/onlinessays/JC20folder/ImperfectCinema.html> [ultima consultazione gennaio 2022]

- Ferguson, D. A., Greer, C. F., & Mintle, L. S. (2018). Binge TV Viewing on Mobile Devices: Assessing the Role of Mobile Devices in Binge Television Viewing. *National Communication Association*. Salt Lake City.
- Ferrari, A. (2019). *Partitura ludica*. [Tesi di Laurea Magistrale, Politecnico di Milano]. <http://hdl.handle.net/10589/164362>
- Gonzalez Fernandez, A. (2019). *Eyes to hear*. [Tesi di Laurea Magistrale, Politecnico di Milano]. <http://hdl.handle.net/10589/147177>
- Hall, E. T. (1968). *La dimensione nascosta. Il significato delle distanze tra i soggetti umani*, Milano: Bompiani.
- Hjorth, L., Wilken, R., & Gu, K. (2012). Ambient intimacy: A case study of the iPhone, presence and location-based social networking in Shanghai, China. In L. Hjorth, J. Burgess, & I. Richardson (a cura di), *Studying mobile media: Cultural technologies, mobile communication and the iPhone* (pp. 43–62). New York: Routledge.
- Isikman, N. G. (2018, dicembre). A Milestone in Film History: Smartphone Filmmaking. *International Journal of Culture and History*, 4(4).
- Kurzrock, E. (2019). *Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app*. https://www.researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app
- LoBrutto, V. (2002). *The Filmmaker's Guide to Production Design*. New York: Allworth Press.
- Mandarano, N. (2019). *Musei e media digitali*. Roma: Carocci editore.
- Martín-Núñez, M., & Navarro-Remesal, V. (2021). The Third Participant. A dialogue with Sam Barlow. *Atalante*.
- Martínez, A. N. (2016). A storytelling machine. The complexity and revolution of narrative television. *Between*.
- Miller, J. (2014). The fourth screen: Mediatization and the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 2(2), (pp. 209-226).
- Park, C. S., & Kaye, B. K. (2019). Smartphone and self-extension: Functionally, anthropomorphically, and ontologically extending self via the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 7(2), (pp. 215-231).
- Ricco', D. (1992). Progettare per i sensi. *Linea Grafica*. 2. (pp. 10-19).
- Ricco', D. (1998). Multimedialità vs Multisensorialità: una rivalutazione del ruolo dei sensi per la progettazione di comunicazioni intercodice.

ELENCO DELLE FONTI

- Esemplificazioni fra i software per la musica. *NIR-IT*. (pp. 1-8). Milano. <http://www.sinestesia.it/v1/Presentazione/Dina/Ricco1998-NIR-IT.pdf>
- Ricco, D. (1999). Per una comunicazione centrata sul soggetto. *Musica Domani*. (pp. 7-10).
- Ricco, D. (1999). *Sinestesia per il design. Le interazioni sensoriali nell'epoca dei multimedia*. Milano: Etas
- Ricco, D. (2016). The Ways of Synesthetic Translation: Design models for media accessibility. In Lloyd, P., Bohemia, E. (A cura di), *Proceedings of DRS 2016*. (pp. 1101-1110). Brighton. <http://hdl.handle.net/11311/994586>
- Ricco, D. (2016). Traduzioni sinestesiche. Teorie e pratiche per il progetto dell'accessibilità ai contenuti. In Baule, G., Caratti, E. (A cura di), *Design è traduzione*. (pp. 151-172). Milano: Franco Angeli
- Ricco, D. (2018). Sinestesia del visivo. Intonazioni e cinesismi dei testi figurati. In Bucchetti, V. (A cura di), *Progetto e culture visive. Elementi per il design della comunicazione* (pp. 99-138). Milano: Franco Angeli
- Ryan, M. L. (2008). Interactive Narrative, Plot Types, and Interpersonal Relations. *Interactive Storytelling*. (pp. 6-13). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Shaw, J. (2012). New-media art and the renewal of the cinematic imaginary. *Technoetic Arts: A Journal of Speculative Research*, 10(2-3), (pp. 173-177).
- Szita, K. (2020). New perspectives on an imperfect cinema: Smartphones, spectatorship, and screen culture 2.0. *Necsus*. <https://necsus-ejms.org/new-perspectives-on-an-imperfect-cinema-smartphones-spectatorship-and-screen-culture-2-0/>
- Szita, K., & Rooney, B. (2021, febbraio). The Effects of Smartphone Spectatorship on Attention, Arousal, Engagement, and Comprehension. *i-Perception*, 12(1), (pp. 1-20).
- Vosmeer, M., & Schouten, B. (2014). Interactive Cinema: Engagement and Interaction. *Interactive Storytelling* (pp. 140-147). Cham: Springer.
- Youngblood, G. (1989). Cinema and the Code. *Leonardo. Supplemental Issue*, (pp. 27-30).
- Youngblood, G. (2013). *Expanded Cinema*. Bologna: Clueb.

8.2 Sitografia

- Adobe Communications Team. (2021, 9 agosto). *Video content consumption: How Gen Z and Millennials have changed the game*. Adobe Blog. <https://blog.adobe.com/en/publish/2021/09/08/video-content-consumption-how-gen-z-and-millennials-have-changed-the-game#gs.mf3112> [ultima consultazione novembre 2021]
- Alcock, B., & Jeremy, M. (2019). *Far Away From Far Away*. Global Mechanic. <https://www.globalmechanic.com/news/view/far-away-from-far-away> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Alcock, B., & Mendes, J. (2019). *Far Away From Far Away*. National Film Board of Canada. https://www.nfb.ca/interactive/far_away_from_far_away/ [ultima consultazione ottobre 2021]
- Alexander, J. (2020, 22 ottobre). *11 reasons why Quibi crashed and burned in less than a year*. The Verge. <https://www.theverge.com/2020/10/22/21528404/quibi-shut-down-cost-subscribers-content-tv-movies-katzenberg-whitman-tiktok-netflix> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Atkins, A. (2015, 9 marzo). *The Grand Budapest Hotel graphic designer on designing for Wes Anderson*. (E. Gosling, Intervistatore) It's Nice That. <https://www.itnicethat.com/articles/annie-atkins-grand-budapest-hotel> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Baron, J. (2019, 3 luglio). *The Key To Gen Z Is Video Content*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/jessicabaron/2019/07/03/the-key-to-gen-z-is-video-content/?sh=3f384ed63484> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Bottin, M. (2019, 10 giugno). *Il 90% degli italiani guarda contenuti in streaming: Netflix vince su tutti*. SmartWorld. <https://www.smartworld.it/streaming/90-degli-italiani-guarda-contenuti-streaming-netflix-vince-tutti.html> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Bresnick, E. (2019, aprile). *Intensified Play: Cinematic study of TikTok mobile app*. University of Southern California. https://www.researchgate.net/publication/335570557_Intensified_Play_Cinematic_study_of_TikTok_mobile_app [ultima consultazione dicembre 2021]
- British Museum, Google Cultural Institute. (2016). *The Museum of the World*. The British Museum. <https://britishmuseum.withgoogle.com/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Byford, S. (2017, 30 marzo). *Sorry, David Lynch: watching movies on phones is pretty good now*. The Verge. <https://www.theverge.com/2017/3/30/15120510/movies-on-phones-david-lynch-lg-samsung> [ultima consultazione novembre 2021]

ELENCO DELLE FONTI

- Cagnazzo, s. (2021, 1 gennaio). *Il film del 1976: King Kong, le differenze con l'originale del 1933 e il debutto di Jessica Lange*. Uozzart. <https://uozzart.com/2021/01/01/king-kong-1976-differenze-1933-lange/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Caro, T. (2021, gennaio 16). *King Kong (1976) Is A Major Television Movie Event And Other Wonders Of The World*. HubPages. <https://discover.hubpages.com/entertainment/King-Kong-1976-Is-A-Major-Television-Movie-Event-And-Other-Wonders-Of-The-World> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Charr, M. (2019, 13 settembre). *What Can Near-Field Communications Do For Museums?* Museum Next. <https://www.museumnext.com/article/what-can-near-field-communications-do-for-museums/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Cheng, I. (2019). *Bob*. <https://bobs.ai/it/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Comscore. (2014, 19 dicembre). *Half of Millennial Netflix Viewers Stream Video on Mobile*. Comscore. <https://www.comscore.com/ita/Public-Relations/Infographics/Half-of-Millennial-Netflix-Viewers-Stream-Video-on-Mobile> [ultima consultazione settembre 2021]
- Cozzi, E. (2021, 23 marzo). In Italia si consumano sempre più videogiochi, ma se ne producono ancora troppo pochi. Wired. <https://www.wired.it/economia/business/2021/03/25/videogiochi-italia-consumo-produzione/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Dano, M. (2016, 24 febbraio). *Netflix: Half of all users watch video on phones, but only 10% of total viewing is mobile*. Fierce Video. <https://www.fiercevideo.com/online-video/netflix-half-all-users-watch-video-phones-but-only-10-total-viewing-mobile> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Danova, T. (2015, 21 gennaio). *Half Of Millennial Viewers Stream Netflix On A Smartphone Or Tablet*. Insider. <https://www.businessinsider.com/half-of-millennial-viewers-stream-netflix-on-a-smartphone-or-tablet-2015-1?IR=T> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Digital Synopsis. (2015). *Press 'R' And This Incredibly Brilliant Honda Ad Switches To A Parallel Storyline*. Digital Synopsis. <https://digitalsynopsis.com/advertising/honda-civic-type-r-the-other-side/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Donnelly, J. (2018, 13 aprile). *Sam Barlow on #WarGames, Her Story, and reflecting real-world politics*. Pc Gamer. <https://www.pcgamer.com/sam-barlow-on-wargames-her-story-and-reflecting-real-world-politics/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- DuShane, M. (2022, 25 gennaio). *8 Best Interactive Videos of All Time*. Wyzowl. <https://www.wyzowl.com/best-interactive-videos/> [ultima consultazione gennaio 2022]

CAPITOLO 8

- Fondazione Cineteca Italiana. (n.d.). Cineteca Milano. <https://www.cinetecamilano.it/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Gallerie d'Italia. (2020). *Tiepolo*. Gallerie d'Italia. <https://tiepolo.gallerieditalia.com/it/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Global Mechanic. (2022). Global Mechanic. <https://www.globalmechanic.com/interactive> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Google. (2022). *Google Spotlight Stories*. <https://atap.google.com/intl/it/spotlight-stories/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Google. (n.d.). *The latest YouTube stats on when, where, and what people watch* [Video]. Think with Google. <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-stats-video-consumption-trends/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Greenleigh, J. (2021). *The Apple 360° Gallery*. Flipside Studio. <http://www.flipsidestudios.com/the-apple-360-gallery> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Hayden, S. (2018, 1 giugno). Hands-on: Sqaure Enix's 'Tales of Wedding Rings VR' is a Revolutionary Blending of Manga & 3D Anime. *Road to VR*. Road to VR. <https://www.roadtovr.com/sqaure-enixs-tales-wedding-rings-vr-revolutionary-blending-manga-3d-anime/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- HD Blog. (2020, 6 aprile). *Quibi, arriva (anche in Italia) l'anti-Netflix pensato per gli smartphone*. HD Blog. <https://www.hdblog.it/android/articoli/n519209/quibi-streaming-smartphone-prezzi-catalogo-italia/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Herzing College. (2018, 10 luglio). *Working in Graphic Design for Film & Television: What Would You Be Doing?* Herzing College. <https://blog.herzing.ca/working-in-graphic-design-for-film-television-what-would-you-be-doing> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Higgins, E. (2018, 3 marzo). *In TV's latest experiment, you determine the story just by watching*. Quartz. <https://qz.com/1220704/in-tvs-latest-experiment-you-determine-the-story-just-by-watching/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Il Post. (2020, 25 ottobre). Quibi non è più qui. *Il Post*. Il Post. <https://www.ilpost.it/2020/10/25/quibi-chiude/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- IMDb. (2021, 15 dicembre). *Genres*. IMDb. <https://help.imdb.com/article/contribution/titles/genres/GZDRMS6R742JRGAG#> [ultima consultazione gennaio 2022]
- IMDb. (n.d.). *King Kong Connections*. IMDb. https://www.imdb.com/title/tt0074751/movieconnections?ref_=tt_q1_sm [ultima consultazione febbraio 2022]

ELENCO DELLE FONTI

- Jackson, D. (2018, 16 luglio). *Why So Serious: How 'The Dark Knight' Alternate Reality Game Changed Fandom Forever*. Thrillist. <https://www.thrillist.com/entertainment/nation/dark-knight-arg-why-so-serious-alternate-reality-game> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Jones, A. (2014, 1 marzo). Wes Anderson and the best props in Hollywood: Meet the graphic designer tasked with bringing the director's films to life. *Independent*. Independent. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/features/wes-anderson-and-the-best-props-in-hollywood-meet-the-designer-tasked-with-bringing-the-director-s-films-to-life-9155230.html> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Kenny, G. (2017, 13 gennaio). *Is Watching a Movie on a Phone Really So Bad?* The New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/01/13/movies/is-watching-a-movie-on-a-phone-really-so-bad.html> [ultima consultazione novembre 2021]
- Kirke, A. (2020, 26 giugno). *Why Interactive Films Will Never Work*. Medium. <https://alexiskirke.medium.com/why-interactive-films-will-never-work-d33b1e8680d3> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Klavins, A. (2020, 2 gennaio). *7 augmented reality ideas for interactive museum experiences*. Overly. <https://overlyapp.com/blog/7-augmented-reality-ideas-for-interactive-museum-experiences/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Lammon, S. (2020, 13 dicembre). *Ultimate Guide to Movie Genres — 90+ Genre Examples for Film & TV*. StudioBinder. <https://www.studiobinder.com/blog/movie-genres-list/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Lazer, M. (2017). *Know No Better*. Eko. <https://video.eko.com/v/major-lazer> [ultima consultazione novembre 2021]
- Mal, C. (2020). *Motto: A behind-the-scenes look at the making of Vincent Morisset's latest adventure*. National Film Board of Canada. <https://blog.nfb.ca/blog/2020/11/30/motto-case-study/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Marketing Charts. (2020, 23 aprile). *More People Are Streaming TV Shows and Movies on Their Smartphones*. Marketing Charts. <https://www.marketingcharts.com/digital/video-112762> [ultima consultazione ottobre 2021]
- MasterClass staff. (2020, 8 novembre). *How to Identify Film Genres: Beginner's Guide to 13 Film Genres*. MasterClass. <https://www.masterclass.com/articles/how-to-identify-film-genres#13-classic-movie-genres> [ultima consultazione dicembre 2021]
- McFerran, D. (2018, 23 aprile). *Feature: The Making Of Night Trap, The World's Most Famous Video Game Nasty*. Nintendo Life. https://www.nintendolife.com/news/2018/04/feature_the_making_of_

- night_trap_the_worlds_most_famous_video_game_nasty [ultima consultazione gennaio 2022]
- Moltenbrey, K. (2019, 22 maggio). The editing and tech behind Netflix's Black Mirror: Bandersnatch. *postPerspective*. postPerspective. <https://postperspective.com/netflixs-black-mirror-bandersnatch-lets-viewers-choose/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Morisset, V., Michaels, S., Lanctôt-Benoit, É., & Robert, C. (2020). *Motto*. National Film Board of Canada. <https://www.nfb.ca/interactive/motto/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Morrone, C. (2017). *La tecnologia aiuta l'arte*. Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti. https://www.uiciechi.it/servizi/riviste/TestoRiv.asp?id_art=19702 [ultima consultazione marzo 2022]
- MrKraivin. (2015, 24 giugno). *Her Story - Part 1, Amazing Murder Mystery Game (Gameplay / Walkthrough)* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2YdfzkWhDeg> [ultima consultazione novembre 2021]
- Muir, J. K. (2016, 2 maggio). *Still Only One: Remembering the King Kong Hype of 1976*. Flashbak. <https://flashbak.com/still-one-remembering-king-kong-hype-1976-59752/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Nicholls, R. (2016, 6 febbraio). *Social Cinema - The first Instagram movie release. Are you part of the experiment?* LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/social-cinema-first-instagram-movie-release-you-part-rob-nicholls/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- O'Donnell, D. (2019, 23 agosto). *What is a Herald, actually?* The Writing Cooperative. <https://writingcooperative.com/what-is-a-herald-actually-3c2696f12889> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Osman, M. (2021, 17 maggio). *Fatti e Statistiche di YouTube che Fanno Sgranare gli Occhi (il Secondo Sito Più Visitato)*. Kinsta. <https://kinsta.com/it/blog/statistiche-youtube/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Pallotta, F. (2021, 5 marzo). *How TikTok made 'WandaVision' must-see TV*. CNN Business. <https://edition.cnn.com/2021/03/05/media/marvel-wandavision-finale-tiktok-streaming-disney/index.html> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Parlangeli, D. (2017, 12 luglio). *Cos'è Blackpills, l'app per le serie tv in pillole su smartphone*. Wired. <https://www.wired.it/play/televisione/2017/07/12/blackpills-app-serie-tv-smartphone/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Passerini, F. (2018). *Augmented reality*. <https://fabiopasserini.myportfolio.com/augmented-reality-1> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Pavlus, J. (2011, 17 marzo). *In Augmented Reality Film, Your Smartphone*

ELENCO DELLE FONTI

- Solves the Crime*. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/1663434/in-augmented-reality-film-your-smartphone-solves-the-crime> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Pearce, P. (2014, 24 novembre). *TV and Mobile Device Usage: Two Sides of the Coin*. Discovery. <https://corporate.discovery.com/blog/2014/11/24/tv-and-mobile-device-usage-two-sides-of-the-coin/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Pedrazzi, L. (2021, 3 novembre). *Abbiamo visitato la mostra del MIC di Milano sul King Kong di Rambaldi*. ScreenWeek. <https://blog.screenweek.it/2021/11/king-kong-rambaldi-mostra-mic-801100.php/> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Perez, S. (2017, 7 giugno). *Netflix debuts choose-your-own-adventure stories for kids*. TechCrunch. <https://techcrunch.com/2017/06/20/netflix-debuts-choose-your-own-adventure-stories-for-kids/?guccounter=1> [ultima consultazione novembre 2021]
- Phillips, A. (2010, 6 aprile). *Why So Serious: Lessons in Transmedia Worldbuilding*. Deus Ex Machinatio. <http://www.deusexmachinatio.com/blog/2010/4/6/why-so-serious-lessons-in-transmedia-worldbuilding.html> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Redazione Digitally. (s.d.). *Come il film Vertigo ha portato la computer grafica nel cinema*. Digitally. <https://thedigitally.it/post/come-il-film-vertigo-ha-portato-la-computer-grafica-nel-cinema/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Roettgers, J. (2018, 28 dicembre). *Netflix Takes Interactive Storytelling to the Next Level With 'Black Mirror: Bandersnatch'*. *Variety*. <https://variety.com/2018/digital/news/netflix-black-mirror-bandersnatch-interactive-1203096171/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Sagar, J. (2017, 24 agosto). *8 things you didn't know about design for film*. Creative Blog. https://www.creativebloq.com/graphic-design/8-things-you-didnt-know-about-design-film-21514286?_ga=2.7990962.1621747214.1642175408-1086537440.1642175408 [ultima consultazione gennaio 2022]
- Santostefano, A. (2019, 25 giugno). *L'ultima novità di Netflix: lo smartphone simulerà i rumori di un film o di una serie vibrando!* Hall of Series. <https://www.hallofseries.com/news/netflix-smartphone-simula-rumori-vibrando/> [ultima consultazione settembre 2021]
- Sawyer, J. (2017, 27 luglio). *Major Lazer, Travis Scott & Quavo Star in New Interactive Video For "Know No Better"*. Highsnobiety. <https://www.highsnobiety.com/p/major-lazer-know-no-better-interactive-video/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Second Canvas. (2019). *Second Canvas*. <https://www.secondcanvas.net/> [ultima consultazione febbraio 2022]

- Shackleton, C. (2017). *Frames and Containers*. [in]Transition, Journal of Videographic Film & Moving Image Studies. <http://mediacommons.org/intransition/2017/05/31/frames-and-containers-0> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Sharf, Z. (2020, 14 novembre). Christopher Nolan Explains Why Viewing His Movies on Your iPhone Doesn't Upset Him. *IndieWire*. IndieWire. <https://www.indiewire.com/2020/11/christopher-nolan-watch-films-iphone-1234598710/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Shoard, C. (2019, 2 dicembre). Martin Scorsese on The Irishman: 'Please, please don't look at it on a phone'. *The Guardian*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/film/2019/dec/02/martin-scorsese-the-irishman-dont-watch-on-phone-netflix> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Smartify. (2022). *Smartify*. <https://about.smartify.org/it> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Snapchat Business, National Research Group. (2020, 29 luglio). *20/20 Vision for Mobile Video*. Snapchat. <https://forbusiness.snapchat.com/blog/us-2020-vision-for-mobile-video> [ultima consultazione settembre 2021]
- Snapchat Business. (2021, 23 febbraio). *2020: The Year That Changed Video Consumption*. Snapchat. <https://forbusiness.snapchat.com/blog/how-2020-changed-video-consumption> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Square Enix. (2018). *Tales of Wedding Rings VR*. Screendiver. <https://screendiver.com/directory/tales-of-wedding-rings-vr-manga/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Statista. (2015, giugno). *Which of the following types of video have you watched on your smartphone in the past three months?* Statista. <https://www.statista.com/statistics/446414/most-frequently-watched-mobile-video-content-smartphone-users/> [ultima consultazione settembre 2021]
- Stegner, B. (2015, 30 aprile 30). *How Smartphones Have Ruined Movies Forever*. MakeUseOf. <https://www.makeuseof.com/tag/smartphones-ruined-movies-forever/> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Stern, A. (n.d.). *The Ground Rules for AI Storytelling*. Future of Storytelling. <https://futureofstorytelling.org/video/andrew-stern-the-ground-rules-for-ai-storytelling> [ultima consultazione novembre 2021]
- Steyerl, H. (2019, novembre). *In Defense of the Poor Image*. e-flux journal. <https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image/> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Taylor, R. (2020, 16 gennaio). *How Gen Z and Millennials Watch Video*

ELENCO DELLE FONTI

- Content & What That Means for Production Teams*. Rev. <https://www.rev.com/blog/how-gen-z-and-millennials-consume-video-content-what-that-means-for-production-teams> [ultima consultazione settembre 2021]
- THX Ltd. (2017, 3 marzo). *Streaming Movies On Your Mobile Device? We Need to Talk*. Medium. <https://medium.com/@thxLtd/streaming-movies-on-your-mobile-device-we-need-to-talk-4643938967a9> [ultima consultazione settembre 2021]
- Turcotte-Dubè, G., Foisy, C., Louise, H., Aziz, D., Bourdages, M., Rossi, M.-B., . . . Henry-Etesse, A. (2020). *Bubble*. National Film Board of Canada. <https://www.nfb.ca/interactive/bubble/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Valdivia, G. (2018, 12 marzo). *Immersive Design: The Next 10 Years of Interfaces*. UX Collective. <https://uxdesign.cc/immersive-design-the-next-10-years-of-interfaces-16122cb6eae6> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Valsania, M. (2020, 22 ottobre). Chiude Quibi, in sei mesi da grande startup di streaming al fallimento. *Il Sole 24 Ore*. Il Sole 24 ore. https://www.ilsole24ore.com/art/chiude-quibi-sei-mesi-grande-startup-streaming-fallimento-AD8CKYx?refresh_ce=1 [ultima consultazione gennaio 2022]
- Videogame Interfaces*. (2015-2020). <https://videogameinterfaces.com/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Waterman, A. (2021, 8 febbraio). *Hacking into Fogo Island's culture and imagination*. Saltwire. <https://www.saltwire.com/atlantic-canada/lifestyles/regional-lifestyles/hacking-into-fogo-islands-culture-and-imagination-550201/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Webster, A. (2015, 24 giugno). *Finally, someone made an amazing police procedural game*. The Verge. <https://www.theverge.com/2015/6/24/8837815/her-story> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Webster, A. (2018, 14 marzo). *WarGames is a fascinating take on interactive TV tied to a stereotypical hacker story*. The Verge. <https://www.theverge.com/2018/3/14/17113942/wargames-interactive-tv-review-sam-barlow> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Wieden+Kennedy. (2014). *Honda - The Other Side*. Wieden+Kennedy. <https://wklondon.com/work/the-other-side/> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Wirewax. (2014). *Honda Presents The Other Side*. Wirewax. <http://view.wirewax.com/8117237> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Wirewax. (n.d.). Wirewax. <https://www.wirewax.com/> [ultima consultazione ottobre 2021]

8.3 Videografia

- 13th Street Universal. (2011). *The Witness - The first movie in the outernet* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/Yis6is8v9jA> [ultima consultazione gennaio 2022]
- Aggett, P., Harcourt, S., Latham-Jones, B., Simenon, J., Thompson, B. (Produttore). (2016). *Maigret* [Serie tv]. Regno Unito: Ealing Studios
- Anderson, W., Dawson, J., Rales, S. M., Rudin, S. (Produttore), Anderson, W. (Regia). (2014). *The Grand Budapest Hotel* [Film]. Stati Uniti d'America, Germania: 20th Century Fox
- Burdine, R., Castuciano, J. (Regia). (2017). *Puss in Book : Trapped in an Epic Tale*. Stati Uniti d'America: Netflix
- Carrozzino, F. (Produttore), Rambaldi, V. (Regia). (2010). *Carlo Rambaldi. L'occhio, la mano, il viaggio* [Film]. Italia: Girasole Film
- Case, N. (n.d.). *Neurons* [Video]. NCase. <https://ncase.me/neurons/interactive.html> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Cooper, M. C., Schoedsack, E. B. (Produttore), Cooper, M. C., & Schoedsack, E. B. (Regia). (1933). *King Kong* [Film]. Stati Uniti d'America: RKO Radio Pictures
- DarkArynLand. (2021, 12 novembre). *Nella mano di King Kong - Intervista a Daniela Rambaldi+Conferenza* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/vkZKAQU0twA> [ultima consultazione febbraio 2022]
- David Lynch Collection. (2020, 4 settembre). *David Lynch on digital movie making* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ds2-LuWDU3o> [ultima consultazione novembre 2021]
- De Laurentiis, D. (Produttore), & Guillermin, J. (Regia). (1976). *King Kong* [Film]. Stati Uniti d'America: Paramount Pictures
- Eko. (2018). *#WarGames* [Serie tv]. Eko. <https://video.eko.com/wargames> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Eko. (2020). *The Ultimate Guide to NYC* [Video]. Eko. <https://video.eko.com/shows/60-second-cities-the-world-your-way/the-ultimate-guide-to-nyc-designed-by-you/> [ultima consultazione novembre 2021]
- Eko. (n.d.). *Bob Dylan - Like A Rolling Stone* [Video]. Eko. <https://eko.com/v/ljfeyc?autoplay=true> [ultima consultazione novembre 2021]
- Eko. (n.d.). *Free Skate* [Video]. Eko. <https://video.eko.com/fbe-eko-interactive/skate?autoplay=true> [ultima consultazione novembre 2021]
- Eversaul, L. (2018, 2 dicembre). *The Story of ... King Kong (1976) - Review*

ELENCO DELLE FONTI

- & *Retrospective* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2oa6aubpurs> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Hadmar, H., & Herpoux, M. (2015). *The Witnesses* [Video]. <http://thewitnesses-theseries.fr/> [ultima consultazione novembre 2021]
- HBO. (2017). *Mosaic Trailer (2017) Steven Soderbergh HBO Interactive Series* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=blZ2Z1Vphd0> [ultima consultazione dicembre 2021]
- King Kong 1976 behind the scene* [Video]. (n.d.). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=cKROWqIE2fw&> [ultima consultazione febbraio 2022]
- King Kong Theatrical Trailer* [Video]. (1976). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=kIRt1NJGVPM> [ultima consultazione febbraio 2022]
- LaterClips. (2020, 13 marzo). *The Best Smartphone For Netflix in 2020* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DdDv11SUn7Q> [ultima consultazione settembre 2021]
- NBC. (1978). *The Big Event intro King Kong 1978* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=YK2zDN_Xzcl [ultima consultazione febbraio 2022]
- NBC. (1980). *Sunday Big Event Open: "King Kong"* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=lzrds4zFIFM> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Oscars. (1977). *Logan's Run and King Kong Receive Visual Effects Awards: 1977 Oscars* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=B1SNgSBVON4> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Protectstar Inc. (2013). *iPhone 1 - Steve Jobs MacWorld keynote in 2007* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/VQKMoT-6XSg> [ultima consultazione ottobre 2021]
- Quei Due sul Gaming. (2016, 3 luglio). *GONE HOME #01: Una Storia Nuova* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_OL4CdAC7yE [ultima consultazione novembre 2021]
- Red Ramblin. (1933-2005). *King Kong | Trailers (1933-2005)* [Video]. Dailymotion. <https://www.dailymotion.com/video/x53ih4z> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Rotili, A. (Regia). (2019). *Wonderland* [Serie tv]. Italia: Rai 4.
- Serpentine Galleries. (2018, 12 aprile). *Ian Cheng: BOB, Emissaries* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=XFmMrcW2ZsM> [ultima consultazione dicembre 2021]
- Slade, D. (Regia). (2018). *Black Mirror: Bandersnatch* [Film]. Regno Unito, Stati Uniti d'America: Netflix

CAPITOLO 8

- Studio Korewen. (2015, 6 dicembre). *KING KONG (John Guillermin, 1976) - Part 3/4 - Total Remake* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_bFu6wJtAjU [ultima consultazione febbraio 2022]
- STUDIOCANAL Image. (2005). *EXTRAS Making King Kong* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=2F6NXwhJQsA> [ultima consultazione febbraio 2022]
- Temps X. (1986). *Cinéma Entretien avec Carlo Rambaldi* [Video]. Dailymotion. <https://www.dailymotion.com/video/xq4fcl> [ultima consultazione febbraio 2022]
- TheGamesEntertainer. (2018, 28 ottobre). *Red Dead Redemption 2 Get to First General Store Purchase List* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=IEiSEdJPtjs> [ultima consultazione dicembre 2021]
- VintageTVCommercial. (1970). *RARE 1970's King Kong World Trade Center Mego Toy Commercial* [Video]. Dailymotion. <https://www.dailymotion.com/video/x461xo5> [ultima consultazione febbraio 2022]

9. Indice delle immagini

- pag. 9* Fig. 1.1 - *Steve Jobs durante la presentazione del primo iPhone dal Moscone Center a San Francisco nel 2007*, Applefacts, <https://time.com/4837176/iphone-10th-anniversary/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 10* Fig. 1.2 - *Una ragazza in metro a NYC*, Subiyanto, <https://www.pexels.com/it-it/@ketut-subiyanto/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag.12* Fig. 1.3 - *Frame dal film "City-Scape" di Peter Kamnitzer (1968)*, e-flux, <https://www.e-flux.com/architecture/becoming-digital/248079/software-epigenetics-and-architectures-of-life/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 15* Fig. 1.4 - *Platea in sala al TFF 2019*, Ramazzina, <https://www.torinofilmfest.org/it/le-repliche-dei-film-del-37tff/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 16* Fig. 1.5 - *Dettaglio del touchscreen di uno smartphone Apple*, DoctorApple, <https://doctorappleitalia.com/2019/10/15/ios13-il-3d-touch-e-morto-cosa-cambia/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 17* Fig. 1.6 - *"Where There's Smoke". Dettaglio dell'installazione interattiva del Columbia Digital Storytelling Lab al Tribeca Film Festival del 2019*, Digital Storytelling Lab, <https://digitaldozen.io/projects/wheres-theres-smoke/> [ultima consultazione: marzo 2022]

- pag. 20 Fig. 1.7 - *Immagini dall'esperienza interattiva "Frankenstein A.I." al Sundance Film Festival*, sezione Nuove Frontiere, IndieWire, <https://www.indiewire.com/2018/02/frankenstein-artificial-intelligence-sundance-1201925162/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 23 Fig. 1.8 - *"Tónandi". Scatti da un'esperienza di esplorazione audiovisiva interattiva della traccia musicale del gruppo Sigur Ròs. In collaborazione con Magic Leap Studios*, Magic Leap Studios, <https://floodmagazine.com/52543/a-visit-to-tonandi-sigur-ross-virtual-world/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 26 Fig. 2.1 - *Oggetti di scena dal film "The Grand Budapest Hotel" di Wes Anderson, 2014*, Annie Atkins, 2020
- pag. 27 Fig. 2.2 - *La carta del Joker nel film "Il cavaliere oscuro" di Christopher Nolan, 2008*, Warner Bros Pictures
- pag. 28 Fig. 2.3 - *Oggetto di scena dal film "The Grand Budapest Hotel" di Wes Anderson, 2014*, Annie Atkins, 2020
- pag. 30 Fig. 2.4 - *Frame dal film "American Psycho" di Mary Harron*, Lionsgate Films
- pag. 31 Fig. 2.5 - *Dettaglio della grafica del biglietto da visita del film "American Psycho"*, Hoban Cards, <https://hobancards.com/products/improved-paul-allen> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 34 Fig. 2.6 - *Ragazza in metro a Milano intenta a guardare l'episodio di una serie tv*
- pag. 35 Fig. 2.7 - *Frame dallo Spot Apple "Fumble" per iPhone 12*, Apple, <https://youtu.be/xJh3WIPUCOk> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 36 Fig. 2.8 - *Alcuni frame ripresi dal film "Human Be- In" di Loren Sears, 1967*, Diggers Archives, https://www.diggers.org/loren_sears_gallery.htm [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 39 Fig. 2.9 - *Il contenuto con più "mi piace" su TikTok*, Bellapoarch - TikTok, <https://vm.tiktok.com/ZML9GXbYC/>
- pag. 40 Fig. 2.10 - *Instagram Stories caricate sulla piattaforma dall'account del New York Times e dettaglio dell'interfaccia di Instagram*, New York Times - Instagram, <https://www.instagram.com/nytimes/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 42 Fig. 2.11 - *Esempio di effetti applicabili sulle clip video tramite l'editor di TikTok*, TikTok
- pag. 42 Fig. 2.12 - *Esempio di effetti applicabili sulle clip video tramite l'editor di TikTok*, TikTok
- pag. 43 Fig. 2.13 - *Schermata dell'applicazione di TikTok durante la modifica di un video e utilizzo del menu effetti*, TikTok

- pag. 48* Fig. 3.1 - *John Whitney al lavoro con il suo computer meccanico*, Charles Eames, [https://alchetron.com/John-Whitney-\(animator\)](https://alchetron.com/John-Whitney-(animator)) [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 48* Fig. 3.2 - *Frame da una delle sperimentazioni di Whitney*, Alchetron, [https://alchetron.com/John-Whitney-\(animator\)](https://alchetron.com/John-Whitney-(animator)) [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 49* Fig. 3.3 - *Immagine dal videogioco "Red Dead Redemption II"*, Rockstar Games, <https://www.wired.it/gadget/videogiochi/2018/02/02/red-dead-redemption-ritardo/> [ultima consultazione: marzo 2022] Fig. 3.4 - *Dettaglio di una delle card in "The Last Of Us II"*, Naughty Dog, <https://youtu.be/pnti5UC2wf4>
- pag. 51* Fig. 3.5 - *Momenti di raccolta dei "collezionabili" in "The Last Of Us II"*, Naughty Dog, <https://youtu.be/pnti5UC2wf4> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 52* Fig. 3.6 - *Menu della sezione "Emporio" di "Red Dead Redemption II"*, Rockstar Games, <https://youtu.be/IEiSEdJPtjs> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 53* Fig. 3.7 - *Immagine ripresa dall'interfaccia di gioco di "Red Dead Redemption II"*, Rockstar Games, <https://youtu.be/IEiSEdJPtjs> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 55* Fig. 3.8 - *Immagine ripresa dall'interfaccia di gioco di "Red Dead Redemption II"*, Rockstar Games, <https://youtu.be/IEiSEdJPtjs> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 54* Fig. 3.9 - *Clip video iniziale del film interattivo "Far Away From Far Away"*, Global Mechanic, <https://faraway.nfb.ca/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 55* Fig. 3.10 - *Interazione con doppio video in "Far Away From Far Away": Il tocco a schermo fa comparire il video sottostante*, Global Mechanic, <https://faraway.nfb.ca/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 56* Fig. 3.11 - *Sezione interattiva di "Far Away From Far Away" con clip in sequenza. In alto, dettaglio dell'interfaccia*, Global Mechanic, <https://faraway.nfb.ca/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 57* Fig. 3.12 - *Frame dalla versione VR di "Tales of the Wedding Rings"*, Square Enix - Steam
- pag. 59* Fig. 3.13 - *Frame dalla versione VR di "Tales of the Wedding Rings"*, Square Enix - Steam
- pag. 60* Fig. 3.14 - *Tre schermate riprese dall'interfaccia di gioco di "Her Story"*, Steam, <https://www.cgmagonline.com/interviews/her-story-becomes-their-story/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 61* Fig. 3.15 - *Schermate riprese dalla versione desktop della serie interattiva*

"#WarGames". Momenti di interazione con diverse clip video, Eko, <https://video.eko.com/wargames> [ultima consultazione: marzo 2022]

- pag. 62* Fig. 3.16 - *Avviso di interazione in "#WarGames"*, Eko, <https://video.eko.com/wargames> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 63* Fig. 3.17 - *Schermate riprese dalla versione desktop della serie interattiva #WarGames + tipografia di intro della serie*, Eko, <https://video.eko.com/wargames> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 65* Fig. 3.18 - *Serie di schermate dell'esperienza interattiva "Motto"*, National Film Board, <https://www.motto.io/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 67* Fig. 3.19 - *Serie di frame del video interattivo di Honda*, Wieden + Kennedy, <https://www.wk.com/work/honda-the-other-side/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 69* Fig. 3.20 - *Visione di dettaglio e visione d'insieme di un visitatore che interagisce con Bob durante la Biennale di Venezia 2019*, Serpentine Galleries, <https://www.serpentinegalleries.org/whats-on/ian-cheng-bob/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 70* Fig. 3.21 - *Momento di scelta dell'utente in "Black Mirror Bandersnatch"*, Netflix, <https://www.smartworld.it/streaming/black-mirror-bandersnatch-episodio-interattivo-disponibile-come-funziona.html> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 71* Fig. 3.22 - *Dettaglio e vista zenitale del momento di scelta in "Puss in Book", versione su tablet*, Netflix, <https://markets.businessinsider.com/news/stocks/netflix-choose-your-own-adventure-shows-puss-in-boots-and-buddy-thunderstruck-2017-6> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 72* Fig. 3.23 - *Particolari dell'interfaccia di Amazon X-Ray con presentazione del cast*, Amazon, <https://www.aftvnews.com/overview-of-the-new-x-ray-feature-on-the-amazon-fire-tv-fire-tv-stick/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 73* Fig. 3.24 - *Frame dal film interattivo "The Witness" e utilizzo dello smartphone in realtà aumentata da parte del giocatore*, YouTube, <https://youtu.be/Yis6is8v9jA> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 74* Fig. 3.25 - *Modelli tridimensionale di uno degli indizi presenti in "The Witnesses"*, The Witnesses, <http://thewitnesses-theseries.fr/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 79* Fig. 4.1 - *Immagine promozionale per il lancio di Quibi*, Wired, <https://www.wired.it/economia/start-up/2020/06/17/quibi-criasi-fallimento-streaming-hollywood/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 80* Fig. 4.2 - *Keynote di lancio di Quibi nel 2020 e presentazione della funzione*

di rotazione schermo, Getty Images, <https://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/rob-post-quibi-chief-technology-officer-talks-fotografie-di-cronaca/1192560268> [ultima consultazione: marzo 2022]

- pag. 80* Fig. 4.3 - *Schermate del catalogo dell'applicazione Blackpills*, Variety, <https://variety.com/2017/digital/news/blackpills-us-mobile-app-premium-service-1202439744/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 82* Fig. 4.4 - *Sequenza di immagini panoramiche alla base del video a 360 gradi "Pearl" realizzato da Google Spotlight Stories*, Google Spotlight Stories, <https://www.iamag.co/360-google-spotlight-story-pearl/> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 85* Fig. 4.5 - *Douglas Trumbull nel video di FoST "The Future of Cinema"*, Vimeo, <https://vimeo.com/294173980> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 85* Fig. 4.6 - *Il disegnatore Glean Keane intento a realizzare un dipinto in ambiente digitale*, Future of StoryTelling, <https://futureofstorytelling.org/video/glen-keane-step-into-the-page> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 86* Fig. 4.7 - *Fotografia dalla serie tv investigativa "Sherlock" prodotta da BBC Wales*, Wallhere, <https://wallhere.com/it/wallpaper/666554> [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 89* Fig. 4.8 - *Immagine dalla copertina del documentario interattivo "Highrise - Out my window"*, National Film Board, https://www.nfb.ca/interactive/highrise_out_my_window_en [ultima consultazione: marzo 2022]
- pag. 93* Fig. 5.1 - *Versione in positivo e in negativo del marchio realizzato per il progetto*
- pag. 94* Fig. 5.2 - *Coppia di colori utilizzati nel progetto*
- pag. 94* Fig. 5.3 - *Costruzione del marchio*
- pag. 96* Fig. 5.4 - *Player video e dettagli della timeline con e senza informazioni sulle sequenze interattive*
- pag. 97* Fig. 5.5 - *Schermate interattive con la presenza delle icone di interfaccia nella parte alta dello schermo*
- pag. 98* Fig. 5.6 - *Dettaglio della linea di avanzamento di Instagram, "Far Away From Far Away" e Bind*
- pag. 99* Fig. 5.7 - *Dettaglio degli step per la messa in pausa del video (tocco e scorrimento verso l'alto)*
- pag. 101* Fig. 5.8 - *Diagramma di funzionamento del modulo di montaggio narrativo*
- pag. 102* Fig. 5.9 - *Diagramma di flusso per il modulo di montaggio narrativo*

- pag. 104* Fig. 5.10 - *Diagramma di flusso per il modulo di montaggio parallelo alternato*
- pag. 105* Fig. 5.11 - *Diagramma di funzionamento del modulo di montaggio parallelo alternato*
- pag. 110* Fig. 5.12 - *Diagramma di funzionamento del modulo di approfondimento dei materiali*
- pag. 111* Fig. 5.13 - *Diagramma di flusso per il modulo di approfondimento dei materiali*
- pag. 112* Fig. 5.14 - *Rotazione in tre dimensioni di un documento. Sequenza di tre schermate*
- pag. 113* Fig. 5.15 - *Oggetto di scena per la serie tv “Maigret”, Jannick Guillou, <https://jannickguillou-graphics.com/Maigret-S-02> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 114* Fig. 5.16 - *Scena dalla serie tv “Maigret” nella quale è presente l’oggetto di scena della fig. precedente, Jannick Guillou, <https://jannickguillou-graphics.com/Maigret-S-02> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 115* Fig. 5.17 - *Una schermata-tipo introduttiva alla sequenza interattiva*
- pag. 117* Fig. 5.18 - *Schema completo di un capitolo nel quale sono presenti le tre tipologie di moduli interattivi*
- pag. 120* Fig. 6.1 - *Esposizione in realtà aumentata al Latvian National Museum of Art, Overly, <https://overlyapp.com/blog/7-augmented-reality-ideas-for-interactive-museum-experiences/> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 120* Fig. 6.2 - *Esposizione in realtà aumentata al FriezeLondon 2019, Overly, <https://overlyapp.com/blog/7-augmented-reality-ideas-for-interactive-museum-experiences/> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 121* Fig. 6.3 - *Guida interattiva su smartphone per Hirshhorn Museum a Washington, Mashable, <https://mashable.com/article/hirshhorn-eye-museum-companion> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 122* Fig. 6.4 - *Vista totale e di dettaglio all’interno dell’app Second Canvas, Second Canvas, <https://www.secondcanvas.net/> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 123* Fig. 6.5 - *Utilizzo dell’app Second Canvas all’interno di un museo, Second Canvas, <https://www.secondcanvas.net/> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 124* Fig. 6.6 - *Schermate dall’esperienza interattiva di Tiepolo su browser web, Gallerie d’Italia, <https://tiepolo.gallerieditalia.com/it/> [ultima consultazione: marzo 2022]*

- pag. 128* Fig. 6.7 - *Entrata principale della Cineteca di Milano e del Museo Interattivo del Cinema*
- pag. 129* Fig. 6.8 - *Dettaglio dell'entrata nella sala dedicata al MIC*
- pag. 130* Fig. 6.9 - *Doppia vista del documento cartaceo inserito in una teca di vetro e della sua visualizzazione su tablet con video in AR*
- pag. 132* Fig. 6.10 - *Un documento dell'archivio del Museo del Cinema e la sua visualizzazione in realtà aumentata su tablet*
- pag. 133* Fig. 6.11 - *Manifesto della mostra "Nella mano di King Kong"*
- pag. 134* Fig. 6.12 - *Frame da uno dei montaggi creati dai responsabili della mostra, Cineteca di Milano*
- pag. 135* Fig. 6.13 - *Foto dello scheletro meccanico dentro alla mano di Kong, Cineteca di Milano*
- pag. 135* Fig. 6.14 - *Illustrazione e progetto tecnico per la mano di Kong, Cineteca di Milano*
- pag. 135* Fig. 6.15 - *Dettaglio di uno dei piani per la mano di Kong, Cineteca di Milano*
- pag. 136* Fig. 6.16 - *Frame dalla videointervista di Rambaldi a Ferrara nel 1988, Cineteca di Milano*
- pag. 136* Fig. 6.17 - *Frame dal cortometraggio di Victor Rambaldi, Fondazione Rambaldi*
- pag. 137* Fig. 6.18 - *Frame dalla videointervista di Rambaldi per l'Istituto Luce, Archivio Luce, <https://patrimonio.archivioluce.com/luce-web/detail/ILC100001504/39/intervista-carlo-rambaldi.html?startPage=0> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 137* Fig. 6.19 - *Foto del modello in scala reale di King Kong, Cineteca di Milano*
- pag. 137* Fig. 6.20 - *Frame dal video di Temps X di intervista a Rambaldi, Dailymotion, <https://www.dailymotion.com/video/xq4fcl> [ultima consultazione: marzo 2022]*
- pag. 138* Fig. 6.21 - *Dettagli della targa applicata sul totem e della lavorazione braille per l'accessibilità ai non vedenti*
- pag. 138* Fig. 6.22 - *Visualizzazione dell'utilizzo del totem all'interno degli spazi della mostra*
- pag. 141* Fig. 6.23 - *Spazio della mostra riservato ai dipinti di Rambaldi*
- pag. 142* Fig. 6.24 - *Schermata introduttiva alla sequenza interattiva sul realismo e la credibilità di Kong*
- pag. 143* Fig. 6.25 - *Accesso alla schermata introduttiva tramite la tecnologia NFC dello smartphone*

- pag. 143* Fig. 6.26 - *Visione di uno dei moduli interattivi progettati*
- pag. 144* Fig. 6.27 - *Un visitatore durante il momento di visione della sequenza multimediale*
- pag. 146* Fig. 6.28 - *Schermate con sottotitolazione attivata*
- pag. 146* Fig. 6.29 - *Diagramma di flusso per il primo modulo di montaggio narrativo*
- pag. 147* Fig. 6.30 - *Schermate con sottotitolazione attivata*
- pag. 147* Fig. 6.31 - *Diagramma di flusso per il secondo modulo di montaggio narrativo*
- pag. 149* Fig. 6.32 - *Schermata introduttiva alla sequenza di montaggio parallelo alternato "I due Kong"*
- pag. 150* Fig. 6.33 - *Diagramma di flusso per il modulo di montaggio parallelo alternato*
- pag. 151* Fig. 6.34 - *Alcuni frame paralleli estrapolati dal montaggio creato all'interno del prototipo*
- pag. 153* Fig. 6.35 - *Schermata introduttiva alla sequenza di esplorazione multimediale*
- pag. 154* Fig. 6.36 - *Schermate di accesso ad un documento e zoom con visione di dettaglio dello stesso*
- pag. 155* Fig. 6.37 - *Diagramma di flusso per il primo modulo di approfondimento dei materiali*
- pag. 156* Fig. 6.38 - *Schermate di accesso ad un documento e zoom con visione di dettaglio dello stesso*
- pag. 157* Fig. 6.39 - *Diagramma di flusso per il secondo modulo di approfondimento dei materiali*

10. Ringraziamenti

Sono felice di avere finalmente l'occasione di ringraziare tutti coloro che, in un modo o nell'altro, hanno reso possibili questi miei sei anni al Politecnico.

Il primo ringraziamento va alla mia famiglia. Ai miei genitori, che mi hanno fatto sentire libero e capace di percorrere questa strada e sono stati la mia forza in ogni momento, rimanendo sempre al mio fianco. A mia sorella, che è stata un esempio e il cui affetto mi ha accompagnato anche in questi anni lontani dalla Toscana. A voi tutti un grazie tra i più importanti.

Vorrei ringraziare la mia relatrice Dina Riccò e il mio correlatore Gian Luca Balzerano, per avermi seguito in uno dei laboratori che più ho apprezzato ed avermi dedicato il loro tempo accompagnandomi nello sviluppo di questo progetto di tesi. Ringrazio anche il prof. Manciaracina e

la professoressa Bucchetti, per avermi dato la possibilità di collaborare alla didattica, e tutti gli altri miei docenti del Politecnico, per l'impegno e per l'umanità con cui costruiscono i rapporti con gli studenti.

Un ringraziamento anche a Matteo Pavesi, direttore della Fondazione Cineteca Italiana per avermi permesso di applicare il progetto alla loro mostra e al loro archivio e a Licia Punzo, che mi ha garantito l'accesso a tutti i materiali disponibili.

Un grazie più che sentito a tutti i miei amici designer. A Cristina, Federica, Alessandro, Nicola, Margherita, Elena, Clara, per ricordarmi che per essere dei bravi designer bisogna prima di tutto essere delle splendide persone.

A Martina e a Elena che, in modi diversi, sono state fondamentali per l'aiuto che mi hanno dato nella realizzazione di questa tesi.

Un grazie di cuore ad Arianna, senza la quale le cose si fanno più complicate e che riesce sempre ad avere le parole giuste per farmi affrontare i momenti difficili.

Grazie a Silvia, grazie di avermi accompagnato in tutti questi anni, di aver condiviso con me la maggior parte dei progetti e di aver reso tutto più semplice.

Un grande grazie anche a Gaia e Alessia, perché più passa il tempo e più capisco che mi fanno stare bene.

Un ringraziamento speciale va anche ai miei amici di Viareggio. A Nicolò, che non molla mai e c'è sempre stato. A Filippo, Matteo, Alfredo, James, Alessio, Filippo e Sebastiano, per riuscire, ogni volta, a farmi sentire a casa, anche se sono sei anni che siamo più lontani.

Infine, voglio dedicare questa mia tesi a Davide.

Questo lavoro è la cosa più importante che posso dedicarti. Grazie per essere stato parte della nostra vita, per aver condiviso e creato con noi alcuni dei momenti più belli.

PROJECT BY CARLO PAVESATO

