Gruppo 14: Luca Desogus, Camilla Manna, Giorgio Ventura

Lab. di Progettazione di Artefatti e Sistemi Complessi - 2019-2020

Le Mille e una Notte

Relazione di progetto

Politecnico di Milano - Scuola del Design

Indice

0. Introduzione 3
1. Ricerca iconografica 4
1.1 Introduzione 5
1.2 L'origine e gli autori 6
1.3 Principali edizioni 7
1.4 Tipografia 8
1.5 Illustrazioni 9
1.6 Caratteristiche narrative 11

2. Booktrailer Accessibile 13
2.1 Obiettivi e Concept 14
2.2 Casi studio 18
2.3 Moodboard 26
2.4 Storyboard 27
2.5 Testi e Tipografia 30
2.6 Musica e Audio 31
2.7 Relazione audio-video 33
2.8 Caratteristiche di Accessibilità 39

3. Campagna Instagram 40
3.1 Obiettivi e Concept 41
3.2 Casi studio 44
3.3 Pagine artefatto 47
3.4 Testi e Tipografia 57
3.5 Musica e Audio 58
3.6 Caratteristiche di Accessibilità 59

4. Video di Spiegazione 60
4.1 Obiettivi e Concept 61
4.2 Storyboard 63

5. Sistema di artefatti 65
5.1 Sintesi Progettuale 66

6. Fonti 69

0.0 Introduzione

In questa relazione si analizza il percorso progettuale intrapreso da Luca Desogus, Camilla Manna e Giorgio Ventura, con il fine di progettare un sistema di artefatti comunicativi coerente che ruoti intorno alla promozione di un audiolibro di partenza: *Le Mille e una Notte*, celebre raccolta di novelle di origine e ambientazione araba.
Il *leitmotiv* dell'intero laboratorio progettuale è stato imparare a rendere accessibili a un numero sempre maggiore di persone tutti gli artefatti realizzati. Si è cercato quindi di veicolare il contenuto di ciascun prodotto tenendo in considerazione differenti linguaggi (appartenenti per lo più alla dimensione visiva e sonora) col fine di ottenere una fruizione agevole e quanto più completa per un pubblico più ampio possibile.

PARTE 1

Ricerca Iconografica

1.1 Introduzione

La prima fase della progettazione è stata caratterizzata da una ricerca iconografica. Si è trattato di un punto di partenza fondamentale per comprendere in che modo l'immaginario di riferimento de *Le Mille e una Notte* è stato rappresentato in passato e quali sono le motivazioni che hanno spinto a compiere queste scelte progettuali.

A tal proposito sono state indagate le origini della raccolta e i suoi contenuti, le principali edizioni nel corso della sua storia, la tipografia utilizzata e l'evoluzione delle illustrazioni che l'accompagnavano. La ricerca ci ha permesso di sviluppare un discorso più ampio e approfondito sugli elementi visivi e di contesto narrativo, facendoci assumere maggior consapevolezza per quanto riguarda le componenti da utilizzare nei nostri artefatti.

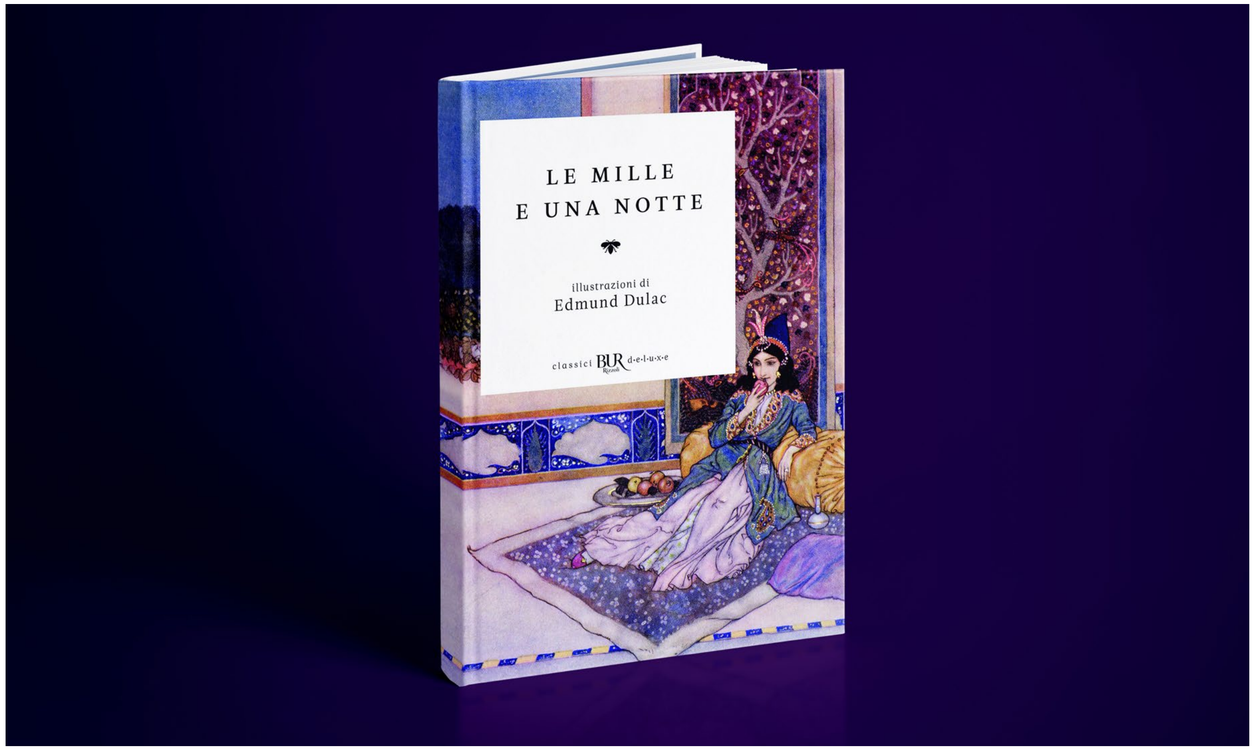


Fig [1] — Copertina *Le Mille e una Notte*, edizioni BUR, Milano 2010.

1.2 L'origine e gli autori

Le Mille e una Notte è una raccolta di innumerevoli novelle orientali di varia ambientazione storico-geografica tramandate da differenti autori, prima oralmente, poi con le prime edizioni scritte. Non è quindi chiara l'origine dell'opera e si susseguono ipotesi sulla sua genesi: se da una parte si attribuisce la stesura delle novelle a uno scrittore anonimo, dall'altra si presuppone che le storie siano nate da un insieme di racconti tramandati oralmente a livello popolare.

Gli studi sembrano concordare sull'origine indiana, già nell'VIII secolo d.C., della cornice principale dell'opera e delle novelle più antiche del racconto. Successivamente la raccolta è stata ripresa e ampliata dapprima in Persia e poi in Iraq, con l'aggiunta di alcune novelle e le prime edizioni manoscritte. Intorno al XII e XVI secolo l'adattamento alla cultura egizia apporta alla raccolta una componente fantastica che si affianca ai racconti realistici. Vengono quindi aggiunte storie avventurose e brevi colme di prodigi ed incantesimi.

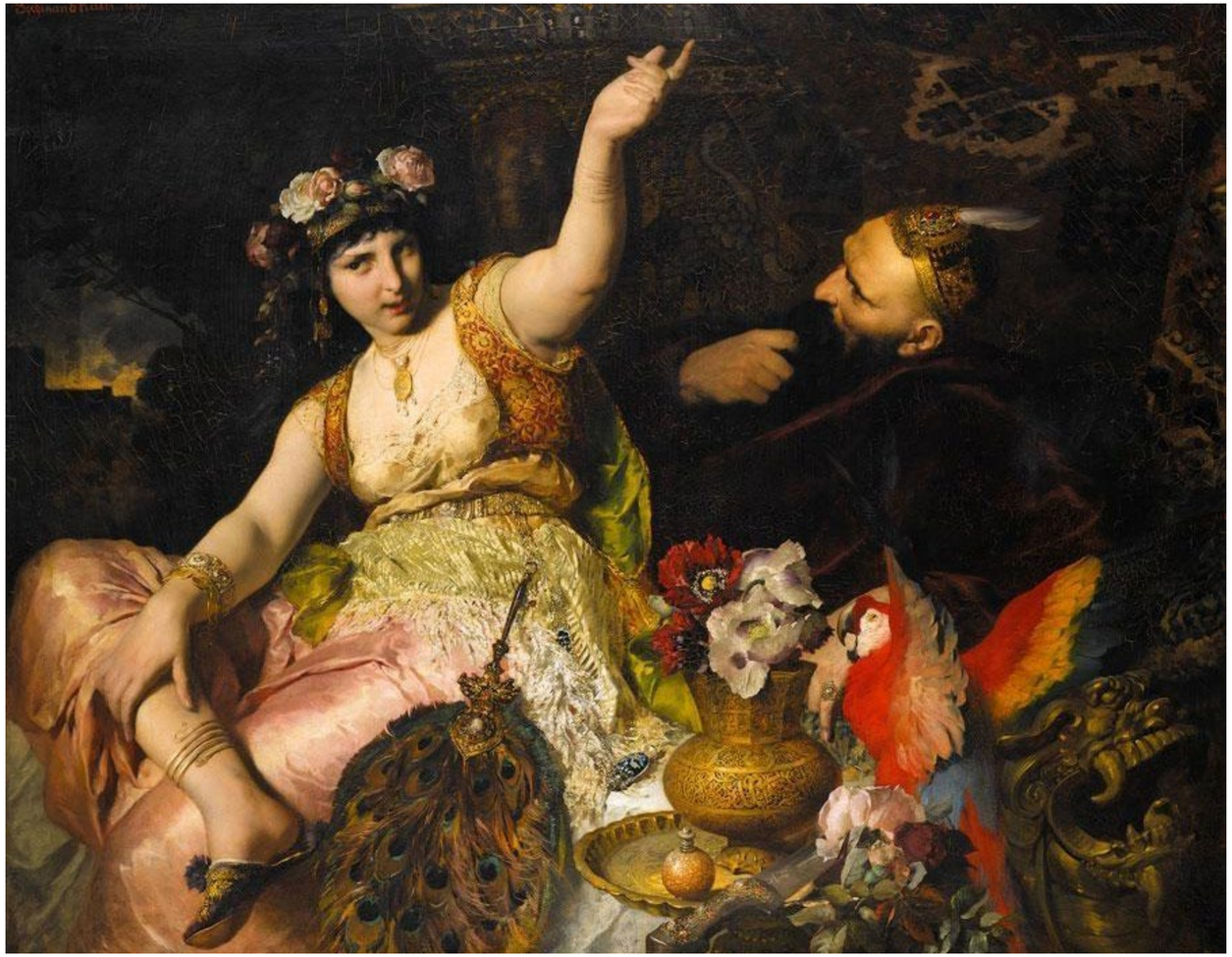
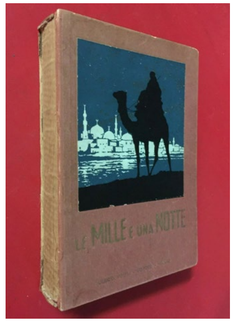


Fig [2] — 1880: dipinto di Ferdinand Keller, "Scheherazade und Sultan Schariar".
È raffigurata Shahrazad mentre racconta una favola al salutano.

1.3 Principali edizioni

L' opera si diffonde in Europa dal XVIII secolo grazie all'approdo in Francia di un antico manoscritto siriano e viene tradotta da Galland.
Nonostante l'origine della raccolta, la prima pubblicazione ufficiale in lingua araba risale al 1815, a Calcutta, seguita poi da altre pubblicazioni più complete sempre in lingua araba e dalle versioni inglesi di Payne (1882) e Burton (1885).

Lo schema a lato riassume la storia delle edizioni e le trasformazioni dell'opera:



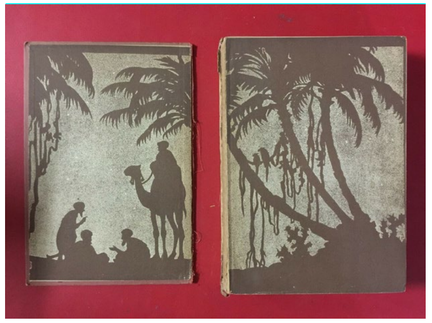
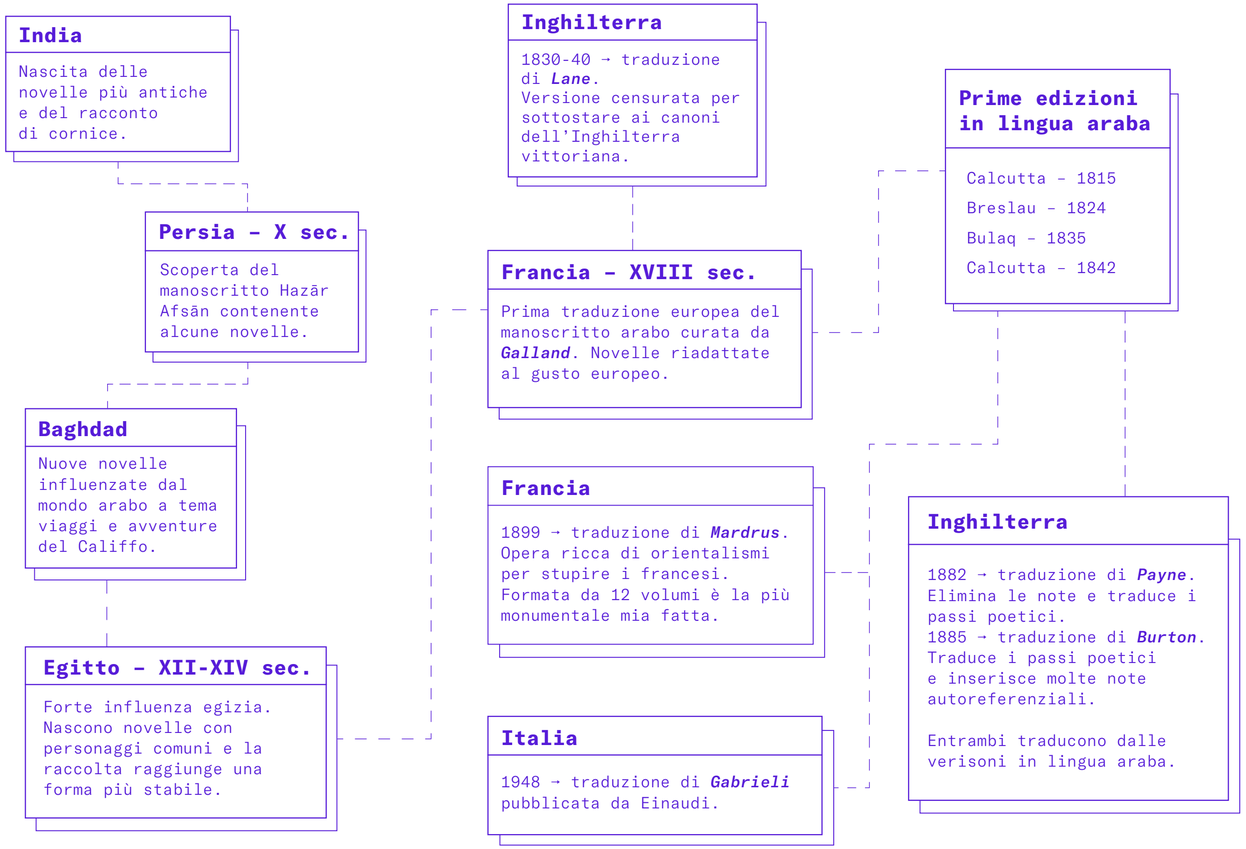


Fig [3a] e [3b] — 1945: copertina e sguardie interne dell'edizione di Hoepli del 1945 rivisitata da Teresita e Flora Oddone.



Schema [1] — Riassunto scehmatico delle edizioni.

14 Tipografia

L' analisi della tipografia utilizzata nelle innumerevoli edizioni pubblicate ha riscontrato una netta dominanza di **caratteri *serif***.
Tra questi prevalgono le font ascrivibili alla categoria 'transizionali':

- ricerca di **forme geometriche**
- contrasto medio tra aste verticali e orizzontali
- grazie appiattite
- allineamento verticale negli occhielli delle lettere.

Per copertine e titolazioni la tendenza predominante è quella di scegliere **font che richiamino la scrittura manuale**.

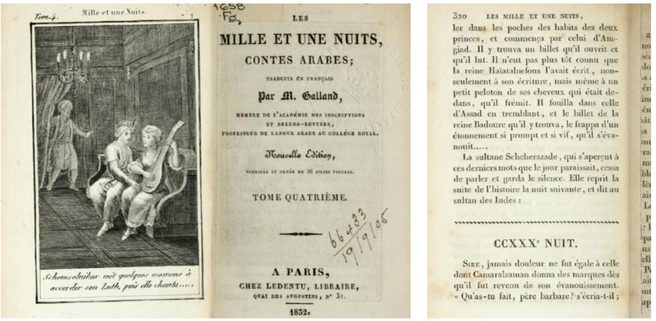
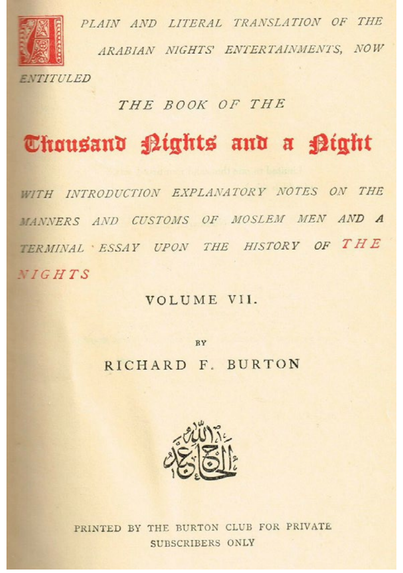


Fig [4a] e [4b] — 1852: pagine della prima edizione europea. Francia, Antonie Galland.



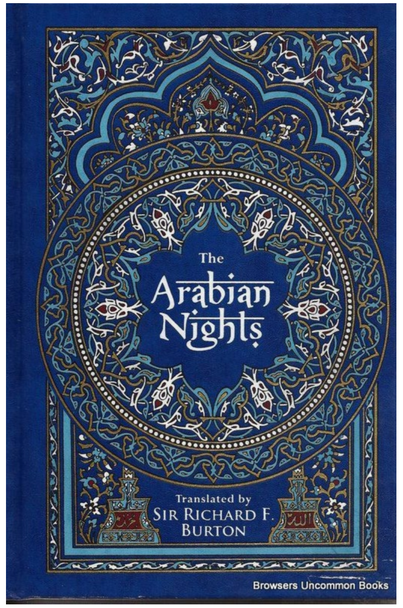
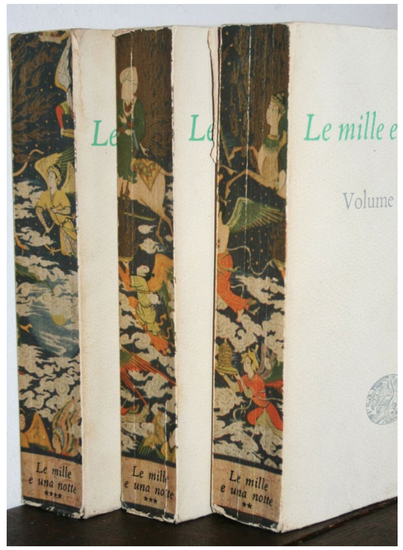


Fig [5a] e [5b] sopra — 1885: prima pagina dell'edizione di Burton pubblicata da *The Burton Club* + copertina di una delle edizioni tradotte da Burton.

Fig [6a] e [6b] sotto — 1948-58: dettaglio di copertina e coste della prima edizione italiana della raccolta tradotta da Francesco Gabrieli e pubblicata da Einaudi nel 1948 a Torino (sopra) e ristampa del 1958 (sotto).

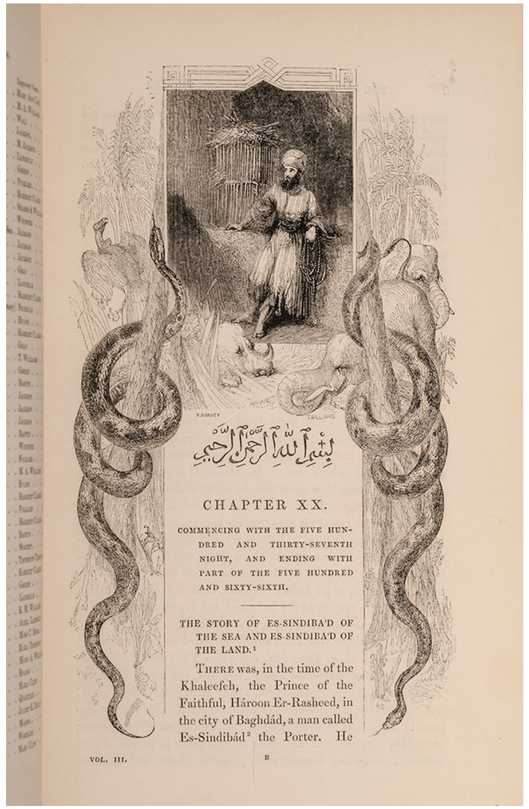


1.5 Illustrazioni

Le prime edizioni de *Le mille e una Notte* non avevano immagini e anche quando, alla fine del XVIII secolo, iniziarono a essere pubblicate edizioni interamente illustrate, queste restituivano poco senso dell'esotico mondo arabo medievale in cui erano ambientate le storie. Solo a partire dal XIX secolo alcuni illustratori tentarono di capire le giuste ambientazioni e costumi arabi da andare a rappresentare.

Tra questi sicuramente William Harvey che nel 1839 illustrò la versione che Lane tradusse direttamente dall'arabo, e non dalla raccolta francese di Galland, con l'intento di avvicinarsi il più possibile al mondo egiziano e moresco.

Fig [7] — 1838-40: incisione di William Harvey, "*The Story of Abd Allah of the Land and Abd Allah of the Sea*", vol. 3 di *Arabian Nights*.



CHAPTER XX.

COMMENCING WITH THE FIVE HUNDRED AND THIRTY-SEVENTH NIGHT, AND ENDING WITH PART OF THE FIVE HUNDRED AND SIXTY-SIXTH.

THE STORY OF ES-SINDIBA'D OF THE SEA AND ES-SINDIBA'D OF THE LAND.[1]

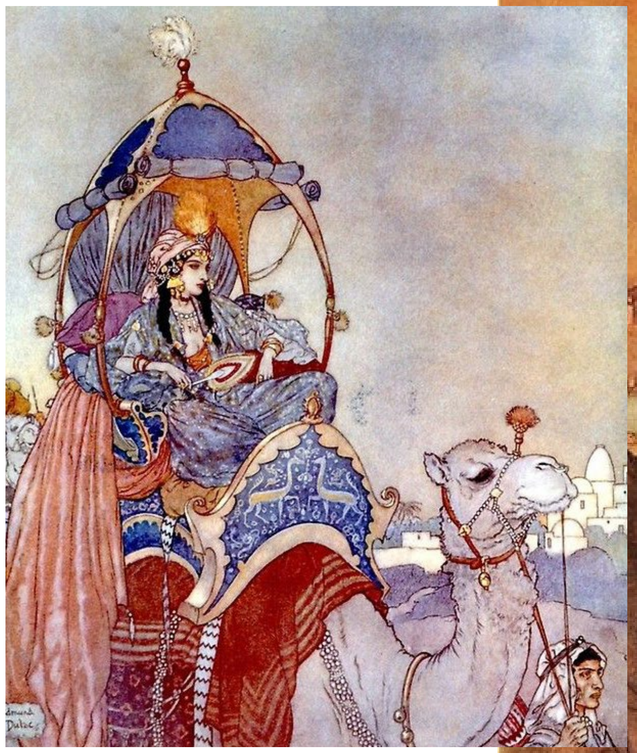
THERE was, in the time of the Khaleefeh, the Prince of the Faithful, Hároon Er-Rasheed, in the city of Baghdád, a man called Es-Sindibád[2] the Porter. He

VOL. III. B

Fig [8a], [8b] e [8c] — 1841: illustrazioni di William Harvey.

1.5 Illustrazioni

Hanno scandito passaggi fondamentali nella storia delle illustrazioni de *Le Mille e una Notte* anche l'edizione persiana con le miniature basso-medievali arabe e indiane di Sani ol Molk, la spettacolare edizione "*Dalziel's Illustrated Arabian Nights Entertainments*" decorata da vari illustratori famosi, la versione illustrata per bambini di Walter Crane e infine il ritorno della componente erotica con Letchford. Le più famose in assoluto rimangono le illustrazioni di **Dulac** per la versione di Housman, nelle quali imitò i **colori gioiosi** delle miniature persiane, con **forte gusto per l'esotico**.
Questa versione ha influenzato tutte le successive, compreso il film d'animazione Disney, Aladdin.



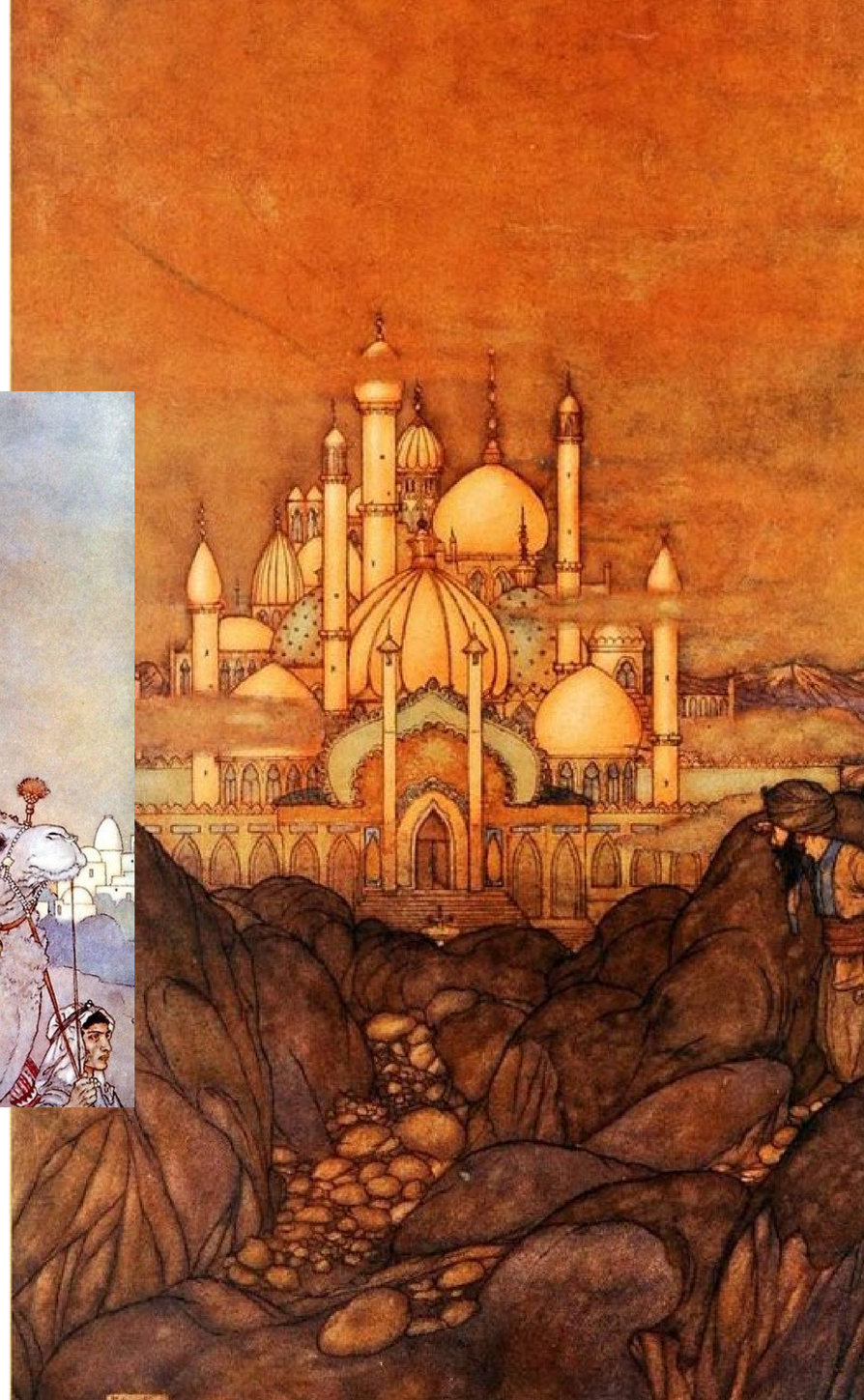


Fig [9a], [9b], [9c],[9d] — 1907-14:
illustrazioni di Edmond Dulac.

1.6 Caratteristiche narrative

Il periodo storico in cui svolgono i racconti è solitamente imprecisato e remoto. Nell'antichità, in Oriente, **lo scorrere del tempo si misurava in notti**, da qui probabilmente l'origine del titolo.

Le storie narrate si sviluppano principalmente nelle **aree medio-orientali** dell'India, della Persia, e dell'Egitto. La provenienza delle singole novelle, però, non è facilmente rintracciabile a causa della **trasmissione orale** delle stesse.
Questa incertezza conferisce a *Le Mille e una Notte* un alone di mistero e magia.
I **principali temi** trattati nei racconti sono l'amore visto come motore dell'azione, il viaggio, la fedeltà, il tradimento, l'odio, la vendetta, la povertà e l'agiatezza.

Fig [10] — 1849: miniatura di Sani ol Molk raffigurante Sharazad raccontare le novelle al sultano.

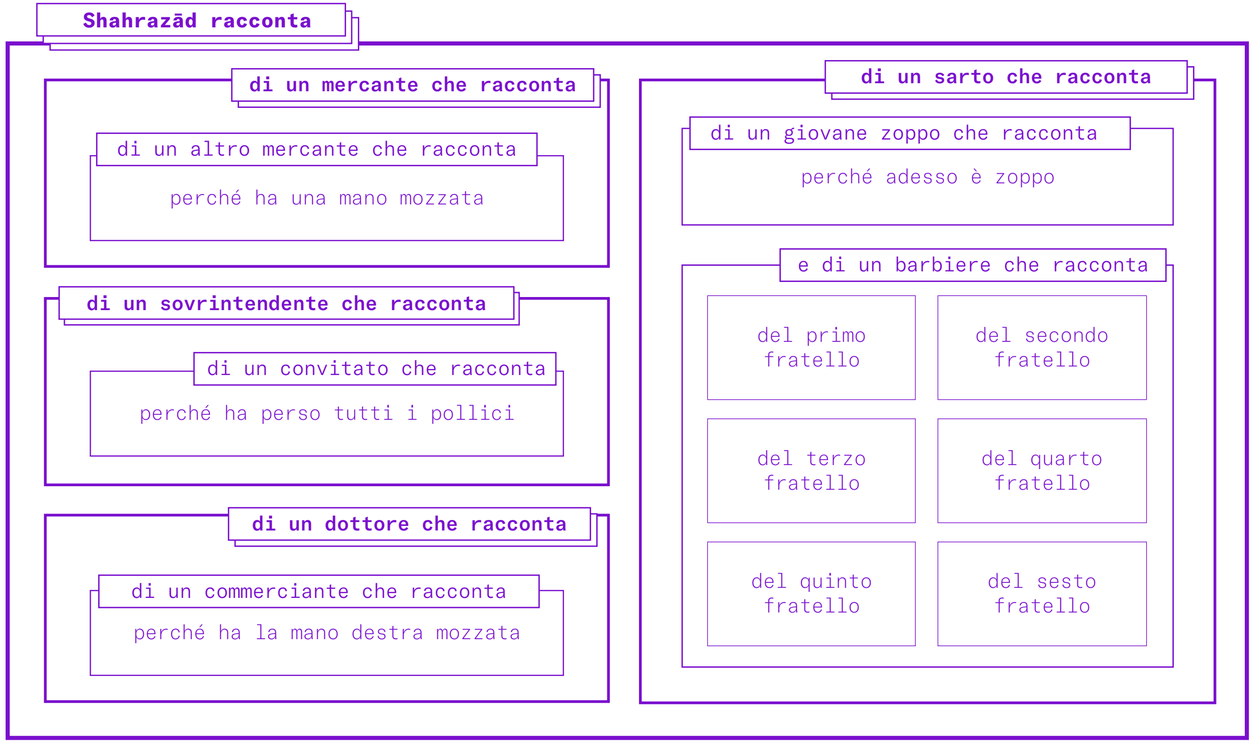
Fig [11] — 1983: illustrazioni di Errolle Cain, "Aladdin: And the Wonderful Lamp".
Il mago africano a palazzo si prepara a combattere Aladino.

1.6 Caratteristiche narrative

La raccolta è caratterizzata da una **struttura a matrioska** o a scatole cinesi: l'espediente è contraddistinto dalla narrazione di un personaggio principale, il quale raccontando la storia introduce un altro personaggio che a sua volta prende parola per narrare. Quest'ultimo a sua volta potrà presentare altre figure che a loro volta potranno prendere parola realizzando pertanto una **narrazione dentro la narrazione.** In sintesi le varie storie raccontate sono concatenate tra loro e relazionate da una **struttura gerarchica**.

Nel caso specifico de *Le Mille e una Notte*, la **cornice principale** è composta dai **racconti di Sharazad** al principe, all'interno dei quali altri personaggi raccontano storie di altri personaggi che introducono a loro volta storie, e così via.

La struttura di una delle novelle più intricate, "La storia del piccolo gobbo", è riassunta nell'infografica a lato:



Schema [2] — La struttura a matrioska de "La storia del piccolo gobbo".

PARTE 2

Booktrailer Accessibile

2.1 Obiettivi e Concept

Il booktrailer è stato il primo artefatto ideato con lo scopo di fornire **un'anteprima** del mondo esotico de *Le Mille e una Notte*. Ha principalmente **carattere evocativo**, in quanto riassume in pochissimi minuti un'intera raccolta di favole, ma anche **informativo**, poiché presenta elementi ricorrenti rimediati senza entrare nel dettaglio di ogni singola storia, lasciando al fruitore dell'artefatto la **curiosità** di poter scoprire personalmente il libro. Il booktrailer pertanto oscilla essenzialmente su due tematiche: i **personaggi** che solitamente prendono parola nelle favole e i **valori** e le emozioni principali che emergono dalla lettura/ascolto de *Le Mille e una Notte*. Questi due temi sono stati cruciali per la stesura del ***copy*** della narrazione.

Realizzando un brainstorming dei punti chiave già precedentemente studiati nella ricerca iconografica (categorie di personaggi, e oggetti che li potevano contraddistinguere maggiormente, ed emozioni visivamente più traducibili in termini di immagini metaforiche) abbiamo declinato ogni caratteristica della raccolta nel nostro artefatto.

Fig [12] — Titolo che contestualizza l'inizio del booktrailer.

2.1 Obiettivi e Concept

- **La struttura a matrioska**

Nel booktrailer è ripreso l'**espediente** caratteristico **del dialogo** di *incipit* al quale segue la presa di parola da parte di uno dei personaggi che introduce la sua storia. Nel nostro caso lo scambio verbale iniziale è fra il Principe e Sharazad (protagonisti anche della raccolta). Successivamente è la giovane sposa a portarci nel mondo fantastico de *Le Mille e una Notte* evocando i propri ricordi, scanditi da transizioni fluide mai nette, proprio per dare l'idea di un **flusso di narrazione unico** in cui volta per volta seguiamo ciò che emerge dalla mente di Sharazad.

- **Il mondo dei sogni / immaginazione e subconscio**

Il tema è strettamente connesso all'idea di struttura a matrioska, poiché nell'**evocare i ricordi**, Sharazad mette insieme i tasselli dei propri ricordi e si lascia andare nella **narrazione di mondi fantastici** con immagini volutamente caricaturali di ciò che racconta per catturare la curiosità dello spettatore.

Fig [13]
1915: illustrazione di Kay Nielsen.

2.1 Obiettivi e Concept

- **La concatenazione delle vicende**

  Non vi è mai un cambio di scena che non segue quanto detto precedentemente da Sharazad. L'effetto è visibile nel **cambio di scena** in cui un elemento rimane sempre presente e a questo si associa un altro che entra in gioco per far proseguire la storia.

- **I temi trattati**

  Destino, viaggi, ricchezza, passione, cupidigia e magia vengono tradotti in immagini fisiche di occhi, mondi dalle cromie sature e elementi visivi evocativo-metaforici non letterali. È il caso per esempio della fiamma della passione che è riassunta da un occhio che arde per la brama di un elisir.

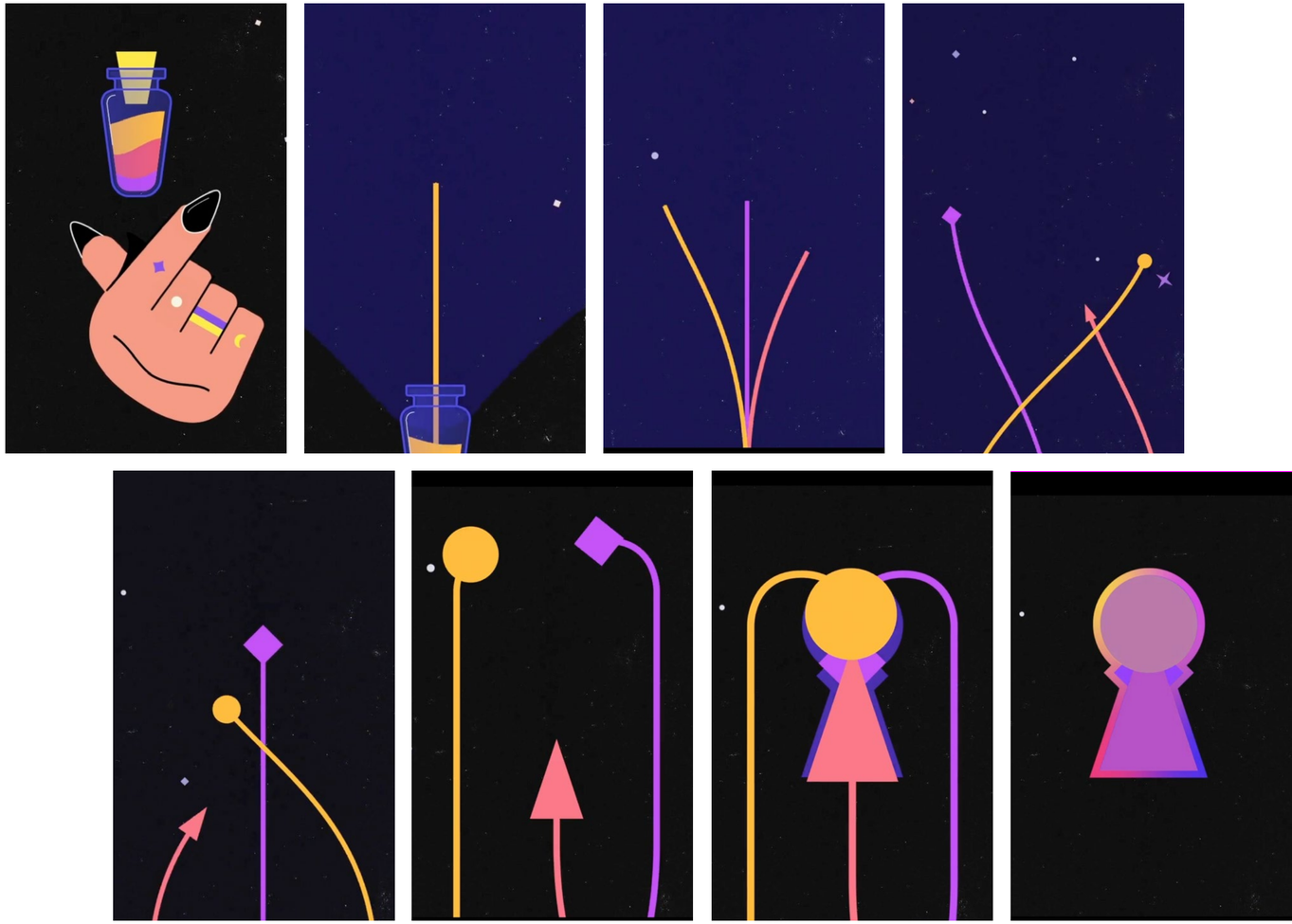


Fig [14 - serie] — BTA: concatenazione di due scene

2.1 Obiettivi e Concept

Per ottenere un **rendering** efficace degli elementi utilizzati nel booktrailer meritano menzione gli espedienti visuali adoperati per suggerire un'ambientazione surreale e onirica:

- **cielo notturno** di *background* contraddistinto da texture con grana + stelle animate dalle forme caricaturali che accompagnano la narrazione;
- **palette dalle cromie molto sature** che evochino mondi surreali;
- ***shape morphing* nelle transizioni**, nessun oggetto scompare mai senza lasciare traccia di qualche elemento;
- **carrellate** verticali, riduzione o ingrandimento di scala nella scena;
- dissolvenze nei montaggi, transizioni **kaleidoscopiche** seguite da un crescendo nella musica intervallare il dialogo di Sharazad;
- **musica arabeggiante**, che fa uso di un ampio ventaglio di strumenti per scandire un ritmo movimentato e coinvolgente.

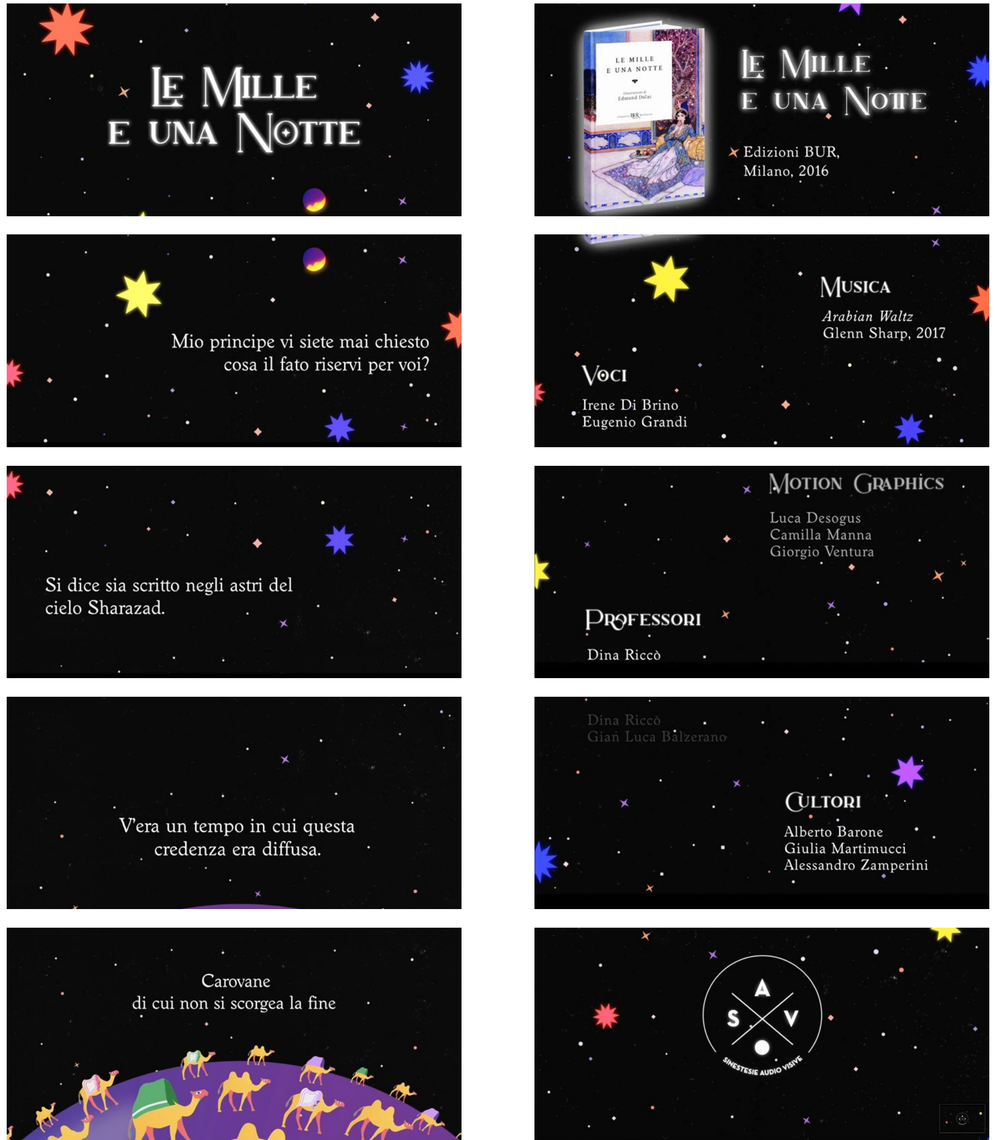


Fig [15 -serie]
BTA: carrellate intro e titoli di coda

2.2 Casi studio / ambientazione

Dream - Sofie Lee

- **Ambientazione onirica** e astratta.
- **Metamorfosi**: metafora più sfruttata (pesce, ambientazione, mani, figure astratte che si auto-generano).
- **Transizioni molto fluide** e lente, accompagnate da audio che trasmette tranquillità.
- **Linea sinuosa** ampiamente sfruttata.

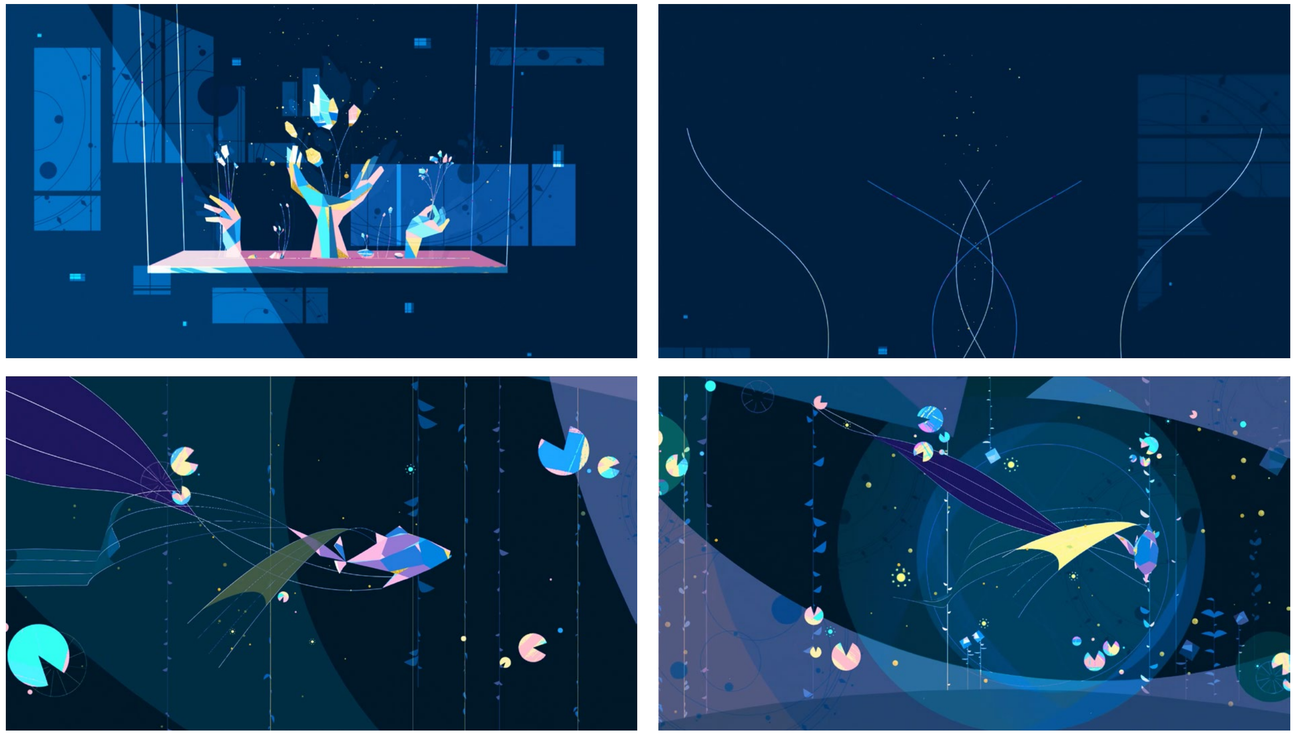


Fig [16a], [16b], [16c] e [16d] — 2019: Frames del video "Dream", di Sofie Lee. (https://vimeo.com/325355987)

2.2 Casi studio / ambientazione

A Secret Message - Coat of Arms

- Video con **intento didattico.**
- Transizioni con oggetti che coprono momentaneamente la camera.
- **Ambientazioni surreali.**
- Audio contraddistinto da **dialogo** fra vari protagonisti (donna +bambini).
- **Linee sinuose** e tratti che si uniscono per formare nuove figure.

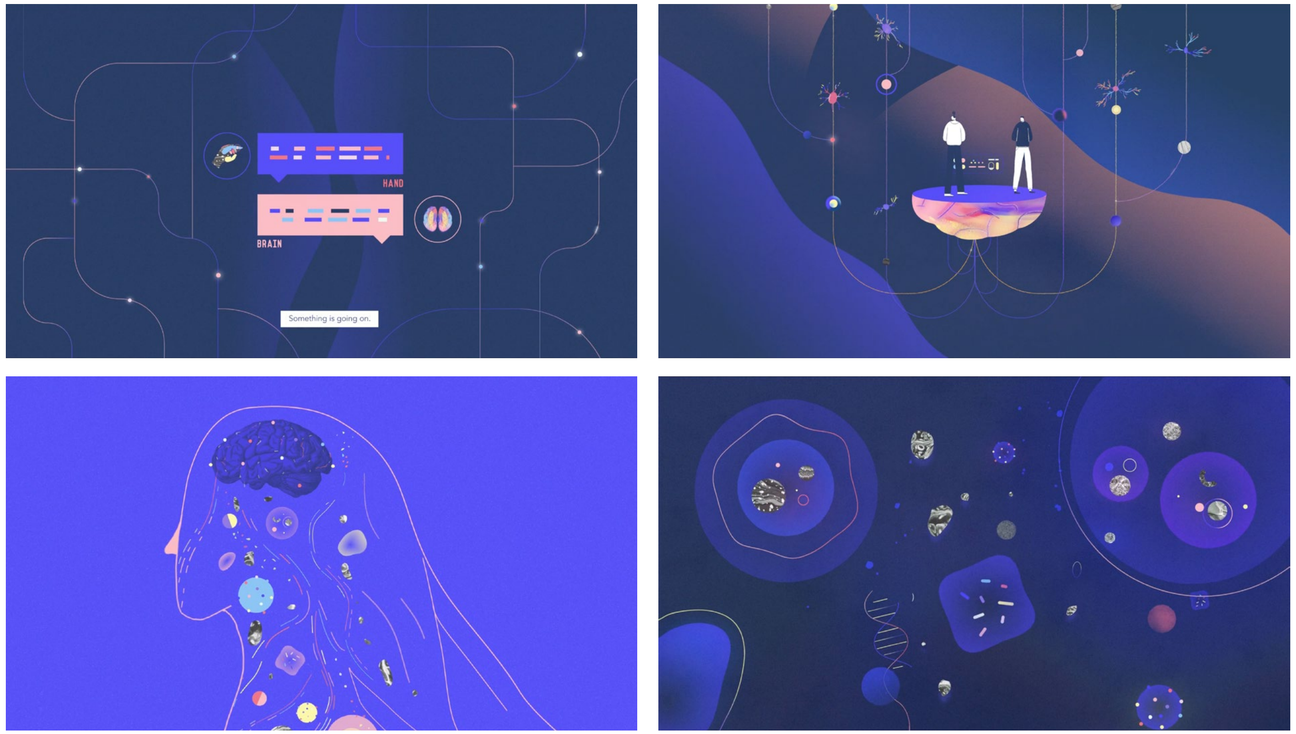


Fig [17a], [17b], [17c] e [17d] — 2018: Frames del video "A Secret Message", di Coat of Arms. (https://vimeo.com/249403365)

2.2 Casi studio / ambientazione

Optimistic Nihilism - Kurzgesagt

- **Ambientazioni oniriche e surreali** (costellazioni, galassie).
- Transizioni lente e fluide scandite dal **tappeto sonoro** che contribuisce a rendere l'atmosfera onirica.
- Utilizzo di **palette** cromatica sui colori del **blu e** del **viola.**
- **Forme geometriche** semplici.

Fig [18a], [18b], [18c] e [18d] — 2018: Frames del video "Optimistic Nihilism", di Kurzegasgt.

(https://www.youtube.com/watch?v=MBRquoYOH14)

2.2 Casi studio / stile illustrativo

Laurentiulunic

- **Assenza di ambientazioni** realistiche. Predilige sfondi astratti e surreali.
- Rimandi alla cartomanzia.
- **Sfondi scuri** in contrasto con le tinte piatte delle illustrazioni.
- **Palette cromatica ristretta.**
- Forme geometriche lineari e pulite.

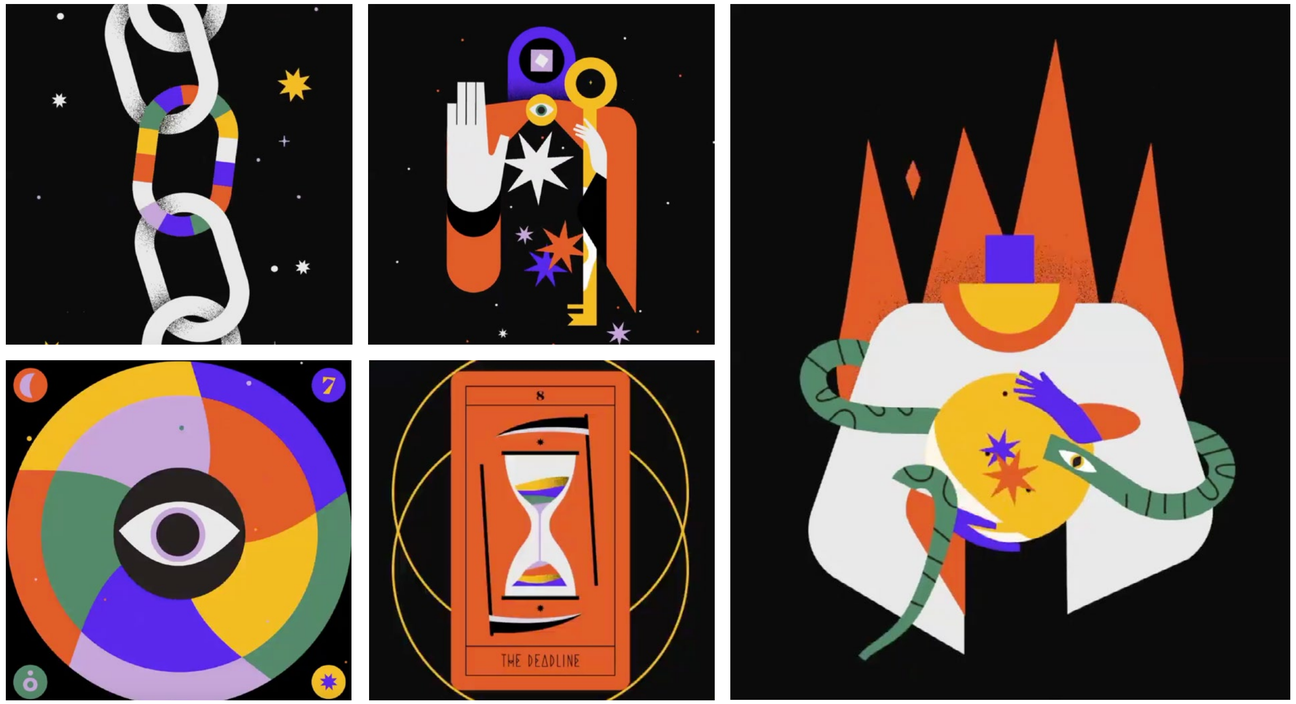


Fig [19a], [19b], [19c], [19d] e [19e] — Post instagram di Laurentiulunic. (https://www.instagram.com/laurentiulunic/?hl=it)

2.2 Casi studio / stile illustrativo

Oelhan

- Utilizzo di **sfondi** scuri **in contrasto** con illustrazioni in primo piano.
- **Transizioni fluide** e animazioni brevi e semplici.
- Palette cromatica ristretta.
- Transizioni e **giochi kaleodoscopici.**

Fig [20a], [20b], [20c], [21d] e [20e] — Post instagram di OELHAN. (https://www.instagram.com/oelhan.tv/?hl=it)

2.2 Casi studio / sinestesie

Book Trailer – Colorless Tsukuru Tazaki

- Animazione di forme geometriche semplici.
- **Sincronismo audio-visivo.**
- Rimando visivo a una **partitura musicale.**
- La musica si sviluppa in crescendo e il **ritmo** diventa sempre più **incalzante.**

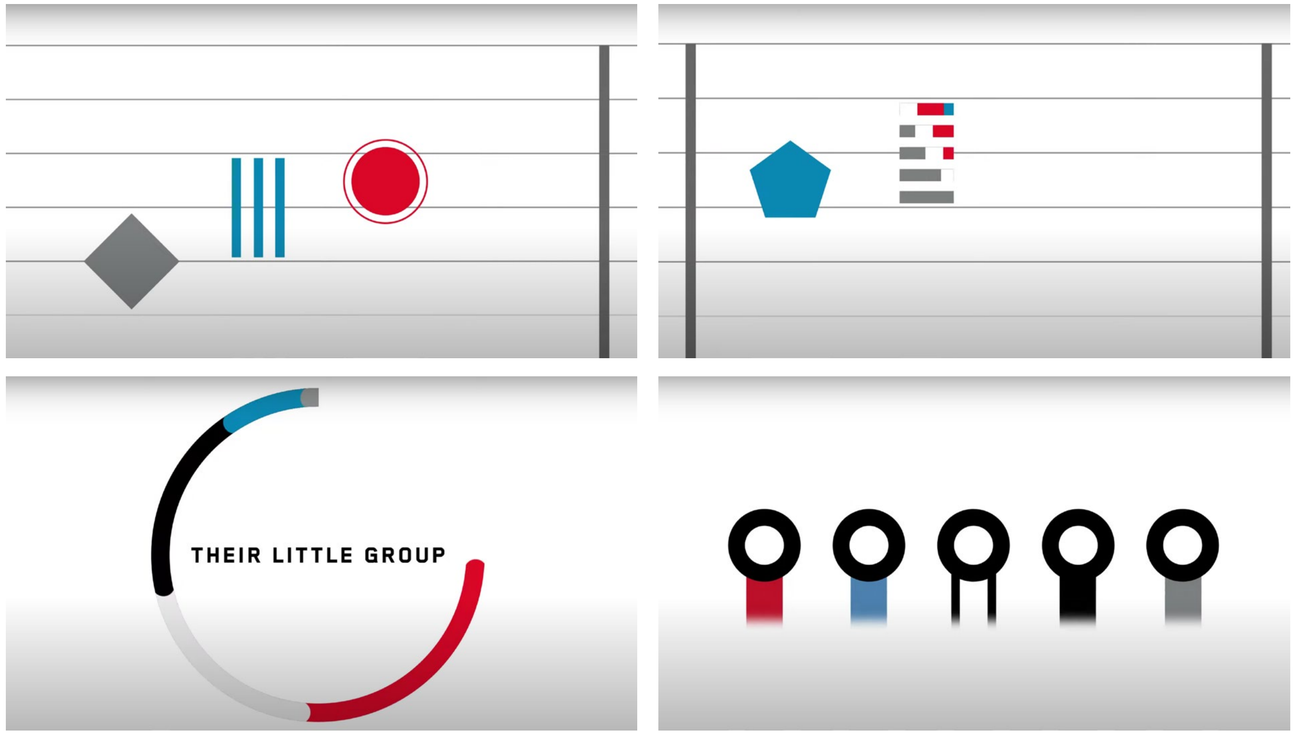


Fig [21a], [21b], [21c] e [21d] — 2014: Frames del video "Colorless Tsukuru Tazaki", di Knopfdoubleday.

(https://www.youtube.com/watch?v=bPQnYYvnBZA)

2.2 Casi studio / accessibilità

Booktrailer - This Is Not My Hat

- Presenza di **sottotitoli** che seguono lo svolgimento della storia.
- **Ambientazione semplice**: mancanza di colori, molto spazio è lasciato ai sottotitoli.
- I **sottotitoli** assumono una **posizione centrale** rispetto alla composizione e **compaiono in opacità** seguendo la voce parlante.

Fig [22a], [22b], [22c] e [22d] — 2013: Frames del video "This Is Not My Hat", di Jon Klassen. (https://www.youtube.com/watch?v=DSZFT58ne-8)

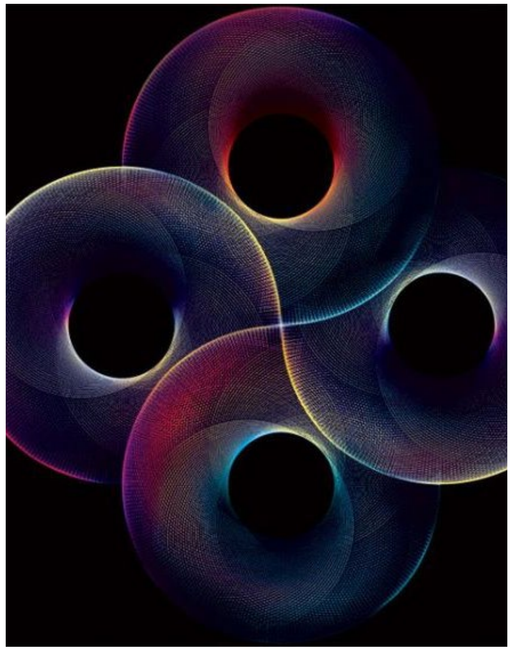
2.2 Casi studio / accessibilità

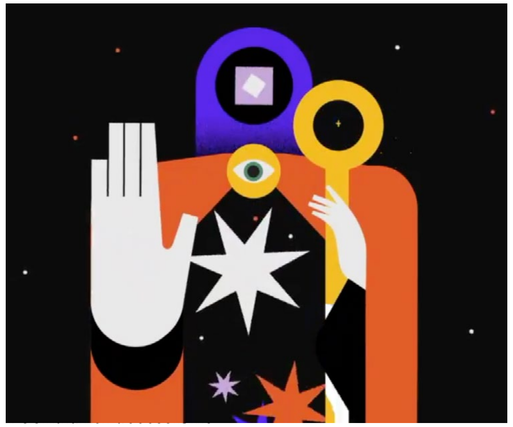
Booktrailer - Maggot Moon

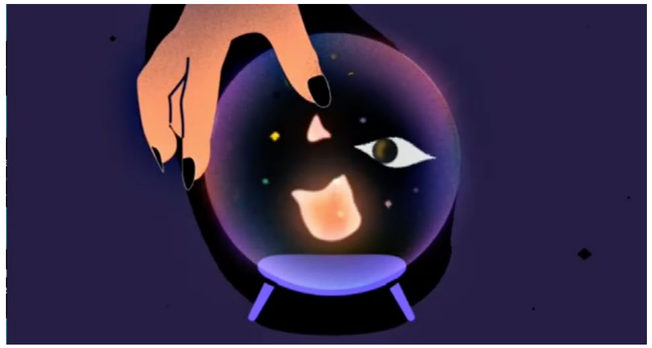
- Presenza di **sottotitoli** che seguono lo svolgimento della storia.
- Mancanza di ambientazione realistica, **sfondi piatti e monocromatici** (anche scuri in contrasto con tipografia in bianco).
- I **sottotitoli** occupano una **posizione centrale** all'interno della composizione e compaiono in opacità.

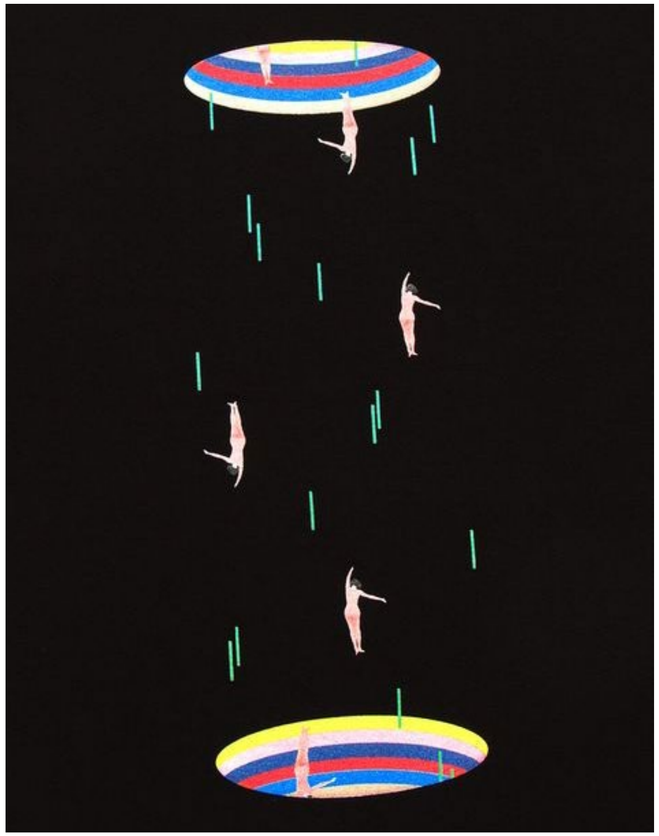
Fig [23a], [23b], [23c] e [23d] — 2013: Frames del video "Maggot Moon", di Sally Gardner. (https://www.youtube.com/watch?-v=5lIOkZzXIa4&list=PLEqVZlLgos-W5m-QPXddmDHEvAWDxSEpOg&index=17)

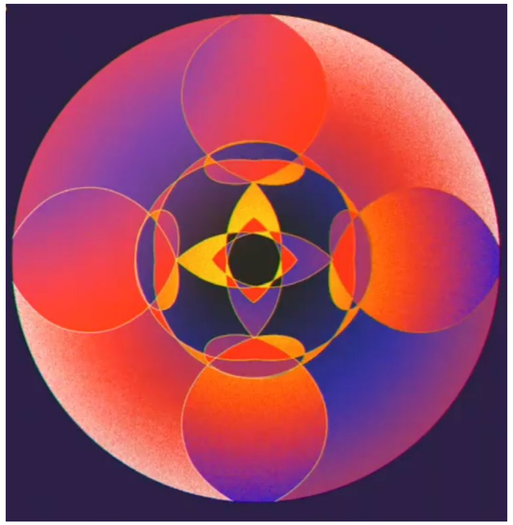
2.3 Moodboard





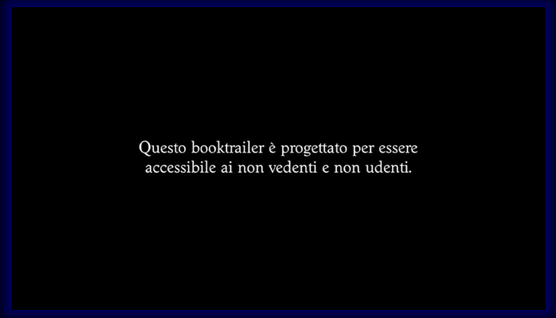






24 Storyboard

00:03

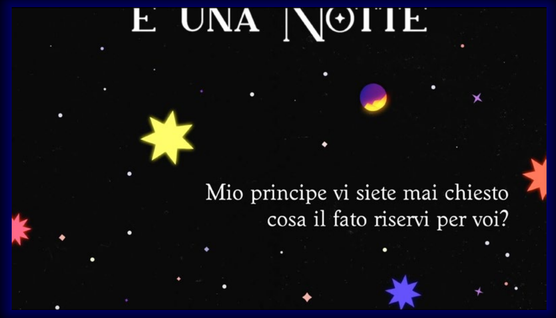


1. Intro - accessibilità booktrailer
Il testo compare in opacità

00:15

2. Titolo - “Le Mille e una Notte”
Bagliore sul testo in sincro con l’audio

00:20



3. Carrellata - mentre scorre lo sfondo inizia il dialogo tra Sharazad e il principe

00:34

4. Rotazione del mondo con le carovane di cammelli. Sottotitoli a comparsa in opacità

00:40

5. Dualismo: anime buone / anime corrotte

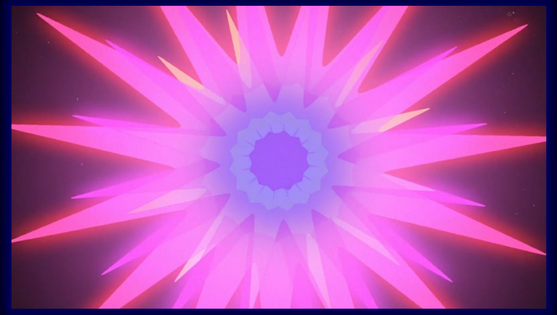
00:46

6. Orme - tema dei lunghi viaggi

00:50

7. Incontro - destini che si incrociano

00:58



8. Mandala - transizione kaleidoscopica

01:10

9. Occhio accecato dalla brama di ricchezze

01:15

10. Occhio - piacere fittizio delle ricchezze

01:20

11. Occhio - fiamma della passione

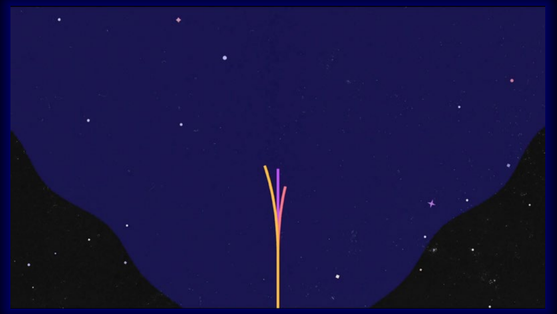
01:26

12. Elisir - componenti magiche

01:30

13. Stappo Elisir, fuoriesce fumo-essenza

01:32

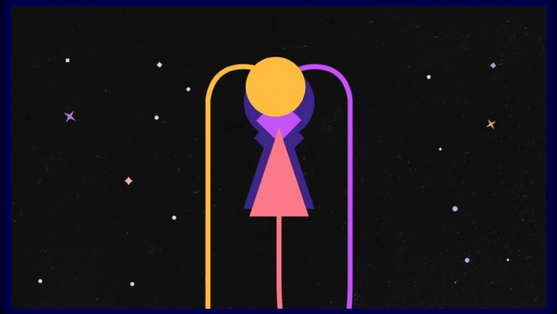


14. Carrellata - linee salgono verso l'alto

01:34

15. Le forme salgono intrecciandosi

01:36



16. Le tre forme compongono la serratura

01:39

17. La serratura viene completata

01:46

18. *Cliffhanger* - invito a scoprire il contenuto dello scrigno

01:55

19. Titoli di coda - informazioni audiolibro compaiono in carrellata verticale

02:14

21. Titoli di coda - musica e voci

02:30

21. Titoli di coda - professori e cultori

02:50

21. Titoli di coda - Logo SAV

2.5 Testi e Tipografia

La voce di Sharazad recita uno script che unisce i numerosi elementi narrativi presenti nella raccolta. Una sistema di **sottotitoli** segue fedelmente per tutto il video quanto detto a voce, in modo da offrire anche alle persone non-udenti la possibilità di una fruizione completa dell'artefatto.

Rifacendoci alle indicazioni trovate nel corso della ricerca iconografica (vedi cap 1.2) abbiamo scelto come font principale il "**Worcester Regular**".
Un carattere dalle grazie marcate da **terminazioni stondate** che si ispira alla scrittura manuale di tipologia rinascimentale. La peculiarità del font è, oltre al suo ottimo **equilibrio** nei tratti e nelle controforme per facilitare la leggibilità, la rotondità delle sue **grazie** declinata anche in elementi di dettaglio e in gliphi aggiuntivi che **richiamano l'esotico** e sposano bene la grafica da noi scelta contraddistinta da forme circolari, romboidali e a stella: è il caso per esempio dei puntini delle i composti da piccoli rombi smussati.

Per le titolazioni abbiamo invece cercato un font che unisse da un lato il mondo arabo e dall'altro l'ispirazione onirico-fantastica. La scelta è ricaduta quindi sulla font "**LotusEater Regular**": carattere **egiziano** che ben si lega agli sfondi stellati per via dei suoi **dettagli** in concomitanza delle **grazie caricaturalmente estese**; ricorda infatti l'immaginario **arabeggiante** pur rimanendo **geometrico** in accordo con gran parte delle nostre grafiche.

Aa

Worcester regular

A c c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

A C C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

Regular *Italic*

Aa

LOTUS EATER REGULAR

A C C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z

A C C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

REGULAR

2.6 Musica e Audio

Per quanto riguarda la componente audio del booktrailer, sono state utilizzate due melodie principali assemblate successivamente in **Adobe Audition**: una per introdurre la narrazione e l'altra che, invece, ne segue tutta la durata. Le due musiche sono intervallate ad alcuni **effetti sonori** che mettono l'accento su determinate animazioni facilitando così la percezione di **sinestesie audiovisive**.

La prima melodia è "**Arabian Nights**" di Akashic Records pubblicata nel 2013. La musica ha un andamento lento e tranquillo caratterizzato da un costante **tappeto sonoro** che immerge in un'ambientazione notturna, il ritmo è scandito unicamente dal suono di un flauto che introduce l'ascoltatore a suoni tipici del mondo arabo.
Il tappeto sonoro rimane **costante** ed è intervallato da alcuni suoni puntuali di **triangolo** che restituiscono note più acute.

Inizialmente, nel nostro percorso progettuale la scelta musicale era ricaduta unicamente su questa traccia, secondariamente però, ci siamo resi conto che fosse necessario trovare una melodia più ritmata che si alternasse alla precedente in modo da scandire le diverse parti della narrazione.

> **"Con l'espressione valore aggiunto designiamo il valore espressivo e informativo di cui un suono arricchisce un'immagine data, sino a far credere, nell'impressione immediata che se ne ha o nel ricordo che se ne conserva, che quell'informazione o quell'espressione derivino «naturalmente» da ciò che si vede, e siano già contenute nella semplice immagine."**

☞ M.Chion, 2017: L' audiovisione, Cap-1

2.6 Musica e Audio

La seconda melodia scelta è **“Arabian Waltz”** di Glenn Sharp pubblicata nel 2017. Quest’ultima parte con rullo di tamburi che scandisce l’**andamento movimentato** della musica. La melodia prosegue con la sovrapposizione armonica di strumenti ad archi, che creano sia il tappeto sonoro, che la melodia principale, con le percussioni che, invece, scandiscono il ritmo. La melodia si presenta come una sorta di **dialogo puntuale** tra l’arco principale e gli archi di sottofondo che vengono percepiti separatamente; a 0:25, invece, gli archi si uniscono tra loro generando un aumento di intensità. Questi momenti di **dialogo tra gli strumenti** si alternano durante la melodia che si caratterizza, quindi, per momenti di intensità differenti.
Anche in questo caso l’andamento melodico inserisce l’ascoltatore in un immaginario tipicamente arabo.

Per introdurre l’ambientazione notturna del cielo stellato e quindi l’inizio della prima melodia, è stato inserito un effetto sonoro che rimanda al frinire dei grilli, a 00:12 si inserisce la voce di Sharazad in concomitanza con l’inizio della prima melodia. Da 00:12 a 00:28 si alternano in un dialogo le voci di Sharazad e del Principe Shahriyar. Da 00:28 fino alla conclusione l’unica voce narrante rimane quella di Sharazad, la quale racconta al principe una serie di aneddoti caratteristici; a 00:28 si passa anche alla seconda melodia che, grazie all’iniziale rullo di tamburi, scandisce la divisione tra le due parti della narrazione e inserisce l’ascoltatore all’interno dell’ambientazione araba.

La seconda melodia è costantemente presente fino alla fine del booktrailer con delle **variazioni di intensità** in corrispondenza dei silenzi della narratrice. La voce di Sharazad rappresenta un esempio di **suono acusmatizzato**, il narratore è interno alla storia ma **eterodiegetico** a causa del metodo di narrazione delle scatole cinesi.
Il passaggio tra le due musiche è scandito dal rullo di tamburi che spezza l’intimità del dialogo della prima parte per dare spazio a una narrazione più fitta e ricca di elementi narrativi.

Fig [24] — 2013: Cover artwork del brano “Arabian Night”, di Akashic Records.

2.7 Relazione audio-video

La traccia audio composta dalle melodie precedentemente presentate contribuisce alla creazione di un'**ambientazione onirica** e allo stesso tempo rimanda direttamente a un **immaginario mediorientale.** La selezione delle musiche è stata fatta in concomitanza alla creazione dello storyboard in modo da compiere scelte coerenti sia con lo stile grafico utilizzato sia con la narrazione.

All'interno del booktrailer sono diversi i momenti di **sincronismo tra audio e video**, in particolare tra elementi tipografici e voce narrante. I sottotitoli si stagliano sempre sullo sfondo del cielo stellato e la loro **comparsa** in opacità, in molti casi, avviene **in sincrono** rispetto alla voce di Sharazad.

Nella comparsa del titolo iniziale e nella carrellata dei titoli di coda, la tipografia viene arricchita da un **effetto di bagliore esterno** il quale si attiva sincronicamente rispetto alla voce narrante e agli effetti sonori (nell'intro del titolo si attiva con il suono dei piatti).

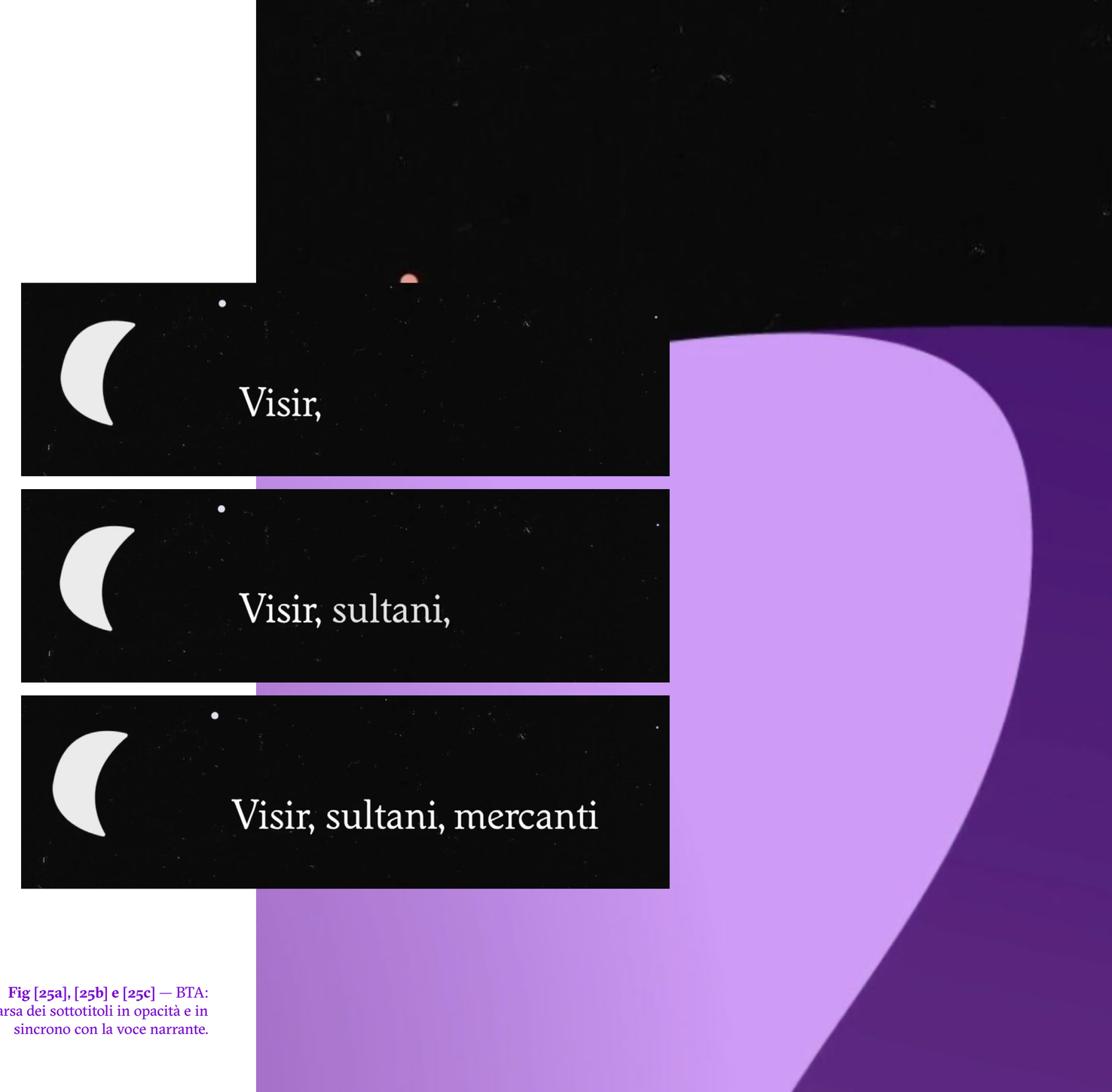


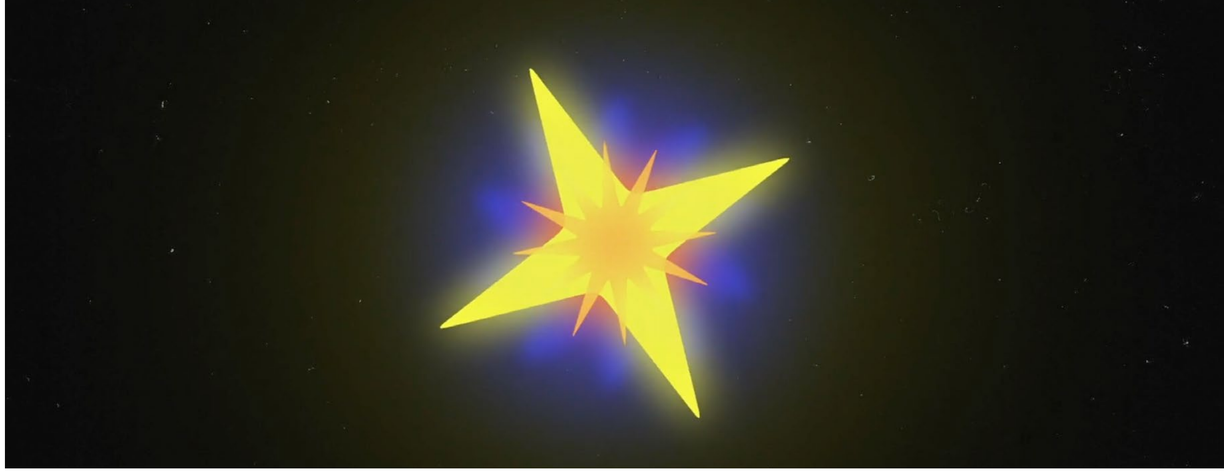
Fig [25a], [25b] e [25c] — BTA: Comparsa dei sottotitoli in opacità e in sincrono con la voce narrante.

2.7 Relazione audio-video

Un secondo momento in cui la componente audio e quella video sono sincronizzate fino a stimolare percezioni sinestetiche corrisponde alla **scena del mandala** (00:52). All'aumentare del diametro del mandala, aumenta l'intensità della musica fino a quando il mandala si dissolve e ritorna la voce narrante.

Gli aumenti di intensità nella traccia audio corrispondono ai frame del video in cui vi è mancanza della voce narrante in modo da creare un **climax ascendente** che si risolve poi nella narrazione di Sherazade.

Per verificare la coerenza audiovisiva dell'artefatto abbiamo applicato il **metodo delle mascherature** proposto da M. Chion nel suo libro *L'audiovisione* in modo da poter isolare suono e immagine e percepirli così come essi sono senza l'influenza delle altre componenti. Questo metodo è risultato particolarmente utile nelle scene in cui vi è mancanza di voce narrante in quanto ci ha permesso di comprendere se la narrazione audiovisiva da noi progettata fosse coerente con le percezioni degli osservatori.



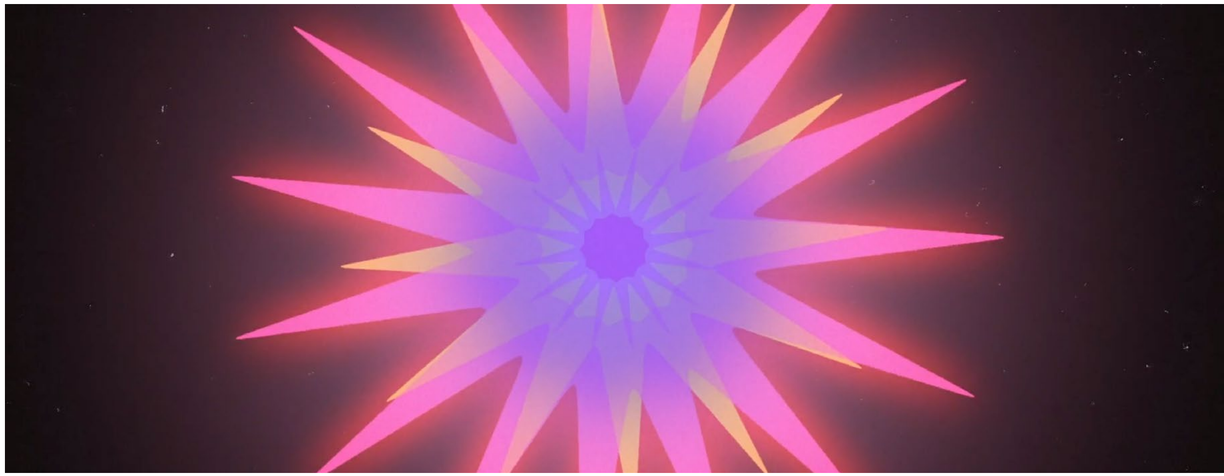
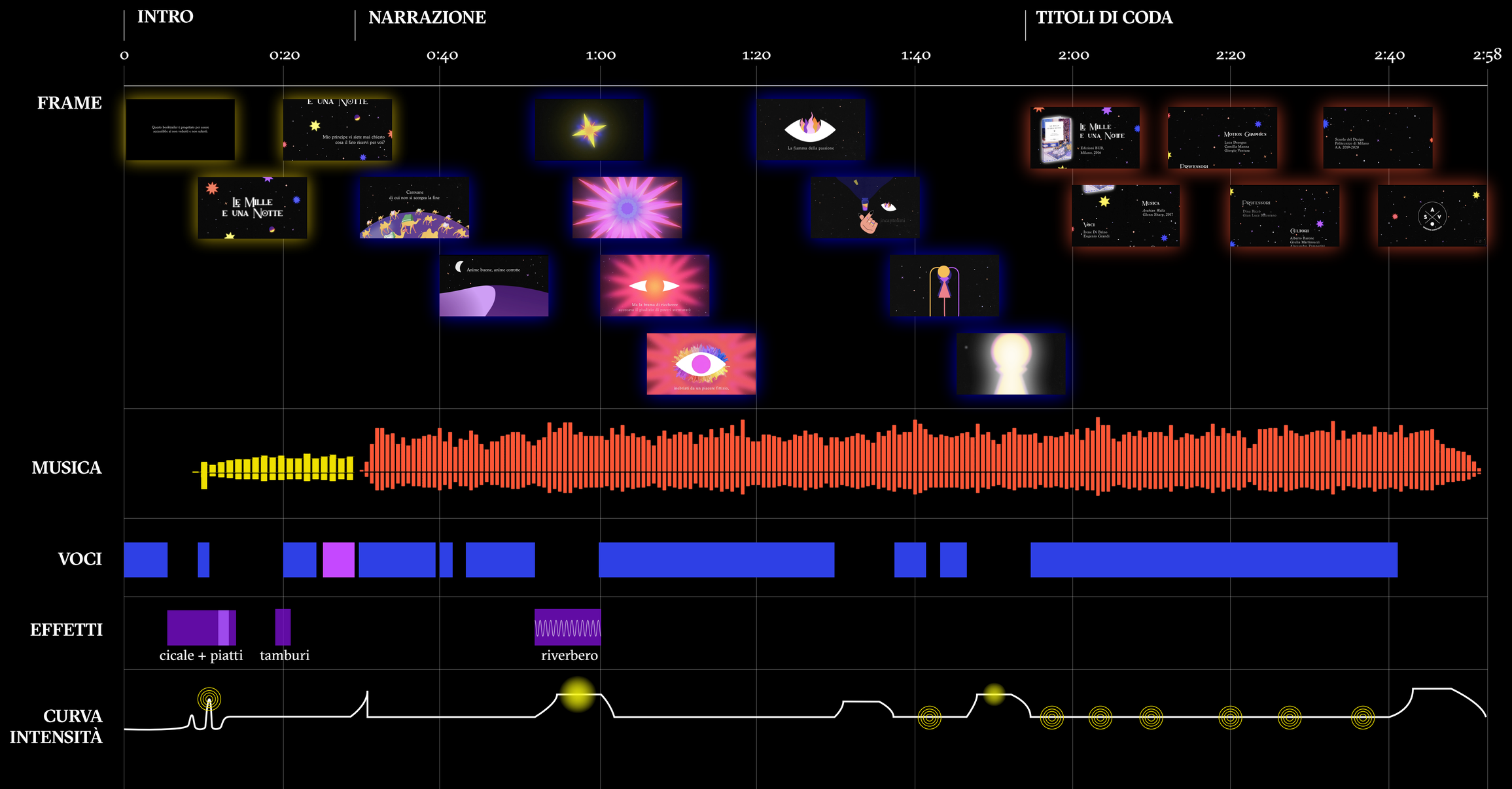


Fig [26a], [26b], e [26c]
BTA: Frames della transizione con il mandala.

Partitura intercodice

LEGENDA:

- effetto di sfocatura dell'immagine in sincro con i picchi del suono
- effetto di bagliore del testo in sincro con la voce narrante



0 | 0:10 | 0:20 | 0:30 | 0:40 | 0:50 | 01:00

FRAME

TESTO

Questo booktrailer è progettato per essere accessibile a non vedenti e non udenti.

Le Mille e una Notte.

Mio principe vi siete mai chiesto cosa il fato riservi per voi?

Si dice sia scritto negli astri del cielo Sharazad.

V'era un tempo in cui questa credenza era diffusa.

Carovane di cui non si scorgea la fine esploravano i confini del mondo conosciuto.

Anime buone, anime corrotte

Visir, sultani, mercanti

spinti dal desiderio di compiere il loro destino partivano per lunghi viaggi incrociando il cammino con quello di altri peregrini.

MUSICA

VOCI

EFFETTI

cicale

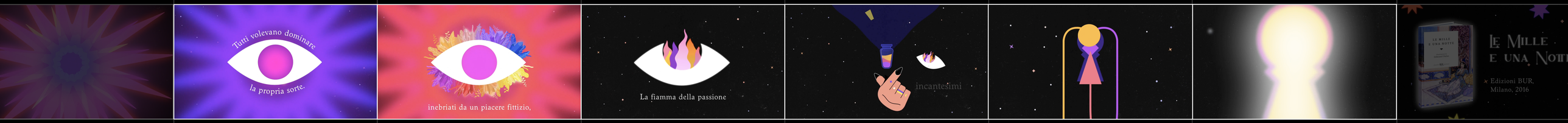
piatti

tamburi

riverbero

CURVA INTENSITÀ

1:00 1:10 1:20 1:30 1:40 1:50 2:00



Tutti volevano dominare
la propria sorte.

inebriati da un piacere
fittizio, in molti cedevano
al richiamo dell'avidità.

La fiamma della passione
spingeva gli uomini
a compiere scelte avventate.

Ma a ogni azione corrisponde
sempre una conseguenza.

Ma la brama di ricchezze
accecava il giudizio
di poveri sventurati:

Intrugli, elisir,
pozioni, incantesimi.

Siete pronto mio principe ad
aprire lo scrigno delle verità?

riverbero

2:00 2:10 2:20 2:30 2:40 2:50 2:58

Le Mille e una Notte
Edizioni BUR
Milano, 2016

Voci
Irene di Brino
Eugenio grandi

Motion Graphics
Luca Desogus
Camilla Manna
Giorgio Ventura

Cultori
Alberto Barone
Giulia Martimucci
Alessandro Zamperini

Musica
Arabian Waltz
Glenn Sharp, 2017

Professori
Dina Riccò
Gian Luca Balzerano

Scuola del Design
Politecnico di Milano
A.A. 2019-2020

2.8 Caratteristiche di Accessibilità

Il concetto di **accessibilità** è stato declinato nell'artefatto considerando **rimandi sinestesici** che coinvolgono soprattutto la dimensione visivo-cromatica e sonora (la musica rimanda alla medesima estetica esotica di riferimento dei visual, evocando un'immaginario sognante e misterioso).

Per rendere accessibile il contenuto ai non udenti abbiamo dunque previsto la **voce narrante acusmatizzata** di Sharazad, personaggio inizialmente interno alla storia il quale terminato il breve dialogo col principe, diventa narratore eterodiegetico delle vicende presentate, in linea con la struttura a matrioska che compone la raccolta e anche il nostro booktrailer.

Il **rimando voce-musica-visivo** è presente soprattutto nel **sistema di sottotitoli** che accompagna la narrazione e che si sviluppa parallelamente in sincrono con la voce.

Le **animazioni** della tipografia sono poche ma essenziali: fungono infatti da compendio per il suo rimando sinestesico tra cadenza della voce e della musica.
Questo espediente che è stato declinato soprattutto nelle **transizioni in opacità** di comparsa del testo, il quale talvolta viene illuminato da un bagliore nel momento in cui la voce di Sharazad vuole evidenziare un punto cruciale della narrazione. Stesso bagliore che illumina i testi dei titoli di coda nel momento in cui vengono letti dalla voce.

Per facilitare la lettura i **sottotitoli** sono **ben contrastati**: scritti sempre in bianco sullo sfondo composto dal cielo nero, per tutta la durata del booktrailer. Un altro elemento di facilitazione della lettura è costituito dalla posizione: i sottotitoli **si trovano** nello **stesso punto dello schermo** per tutta la durata dei singoli periodi in modo tale da evitare repentini spostamenti nella direzione di lettura.

Fig [27a], [27b], e [27c]
BTA: Bagliore sottotitoli, sincronizzato con la voce e regolato a seconda dell'intensità della melodia.

PARTE 3

Campagna Instagram

3.1 Obiettivi e Concept

Terminato il booktrailer, abbiamo ragionato sugli elementi narrativi del video che necessitavano di un ulteriore approfondimento su un secondo artefatto. Caratteristica nel nostro prodotto audio-visivo è la **serie di personaggi** e di oggetti menzionata da Sharazad; essi, però non vengono volutamente approfonditi a livello narrativo per alimentare la curiosità dell'osservatore. Inoltre il video si conclude con un ***cliffhanger*** in cui Sharazad esorta il principe a scoprire lo scrigno delle verità senza rivelare cosa vi sia al suo interno.
Questi elementi si sono rivelati pertanto cruciali per realizzare una traduzione crossmediale del booktrailer su Instagram mediante una caccia al tesoro volta a recuperare gli elementi per aprire lo scrigno.

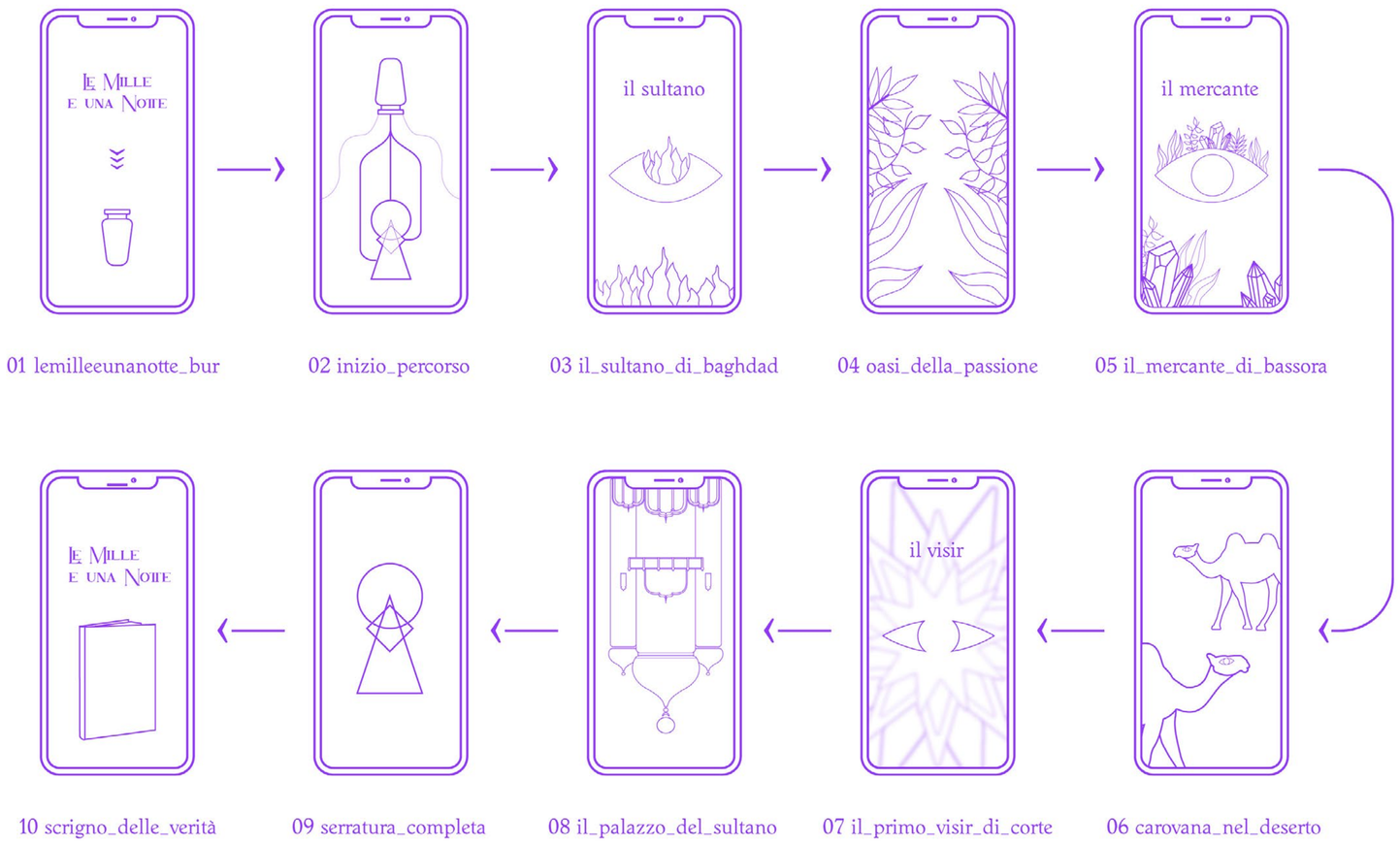
Fig [28]
Mockup rappresentativo della caccia al tesoro creata su Instagram.

3.1 Obiettivi e Concept

Gli aspetto principali che sono stati ripresi dal booktrailer sono i seguenti:

- il **tema del viaggio** e della **ricerca** (cercare il post nella pagina che contiene il tag che fa procedere nella ricerca);
- la **complessità nella struttura narrativa** della raccolta data dalla declinazione non in una singola pagina ma in più pagine concatenate tra loro;
- la **struttura a matrioska** (diretta conseguenza del punto appena sopra menzionato: l'artefatto si sviluppa pagina dopo pagina, tag dopo tag, aggiungendo ogni tassello della storia al proseguire delle pagine);
- **la ricompensa a termine** delle fatiche (nella raccolta le azioni del protagonista nel bene o nel male vengono ripagate con la stessa moneta: coloro che si mostrano determinati a proseguire nella ricerca superando tutte le pagine vengono premiati con l'apertura dello scrigno delle verità).

Inizialmente guidato da Sharazad che introduce la narrazione riprendendo l'elisir presentato a fine video, l'utente si muoverà all'interno di un **percorso lineare tra le pagine**, tramite l'**apertura dei molteplici post** all'interno della singola pagina alla ricerca di quello giusto che gli permetta di procedere nel percorso.



Schema [3]
rappresentazione semplificata della concatenazione tra le pagine Instagram.

3.1 Obiettivi e Concept

Riprendendo dal video l'idea che la serratura sia contraddistinta da **tre forme geometriche** che si concatenano, abbiamo approfondito la narrazione legata a questi elementi: pertanto al triangolo corrisponde la freccia del coraggio, al rombo la gemma della ricchezza e al cerchio il cerchio magico. Esse vengono **associate** a loro volta **a un personaggio** menzionato nel booktrailer: la freccia al sultano, la gemma a un mercante e infine il cerchio al visir. Abbiamo aggiunto un quarto elemento dato da una **chiave** che permetta di aprire lo scrigno e che verrà donata dal visir al termine della ricerca come simbolo del riconoscimento del vostro valore.
Aperta la serratura troviamo nuovamente **Sharazad** che **ci invita ad aprire un link**: in esso si trova l'incipit dell'audiolibro de *Le Mille e una Notte*, in cui la protagonista svela che la verità è che racconterà le storie per evitare di essere uccisa dal principe e narrerà le prime favole. Come **elemento** aggiuntivo **di ricompensa** si è pensato di sviluppare anche alcuni **sfondi animati** e statici per il telefono che potessero essere impostati sul proprio smartphone per avere un continuo rimando a tutti gli artefatti sviluppati: l'obiettivo di Sharazad in fondo era ricordare sempre al principe che aveva una nuova storia da raccontare.

Fig [29]
Mockup che mostrano gli sfondi animati, ricompensa della caccia al tesoro.

3.2 Casi studio / caccia al tesoro

@rickandmortyrickstaverse

- Prima **campagna promozionale sotto forma di gioco** progettata per essere fruito interamente su Instagram.
- **Caccia al tesoro virtuale** guidata dalla ricerca di hyperlink nascosti nelle pagine.
- Le **scelte** che si compiono ramificano sempre di più lo svolgimento della ricerca.
- Ogni pagina rappresenta un universo differente ed è collegata alle altre con una **struttura a matrioska.**

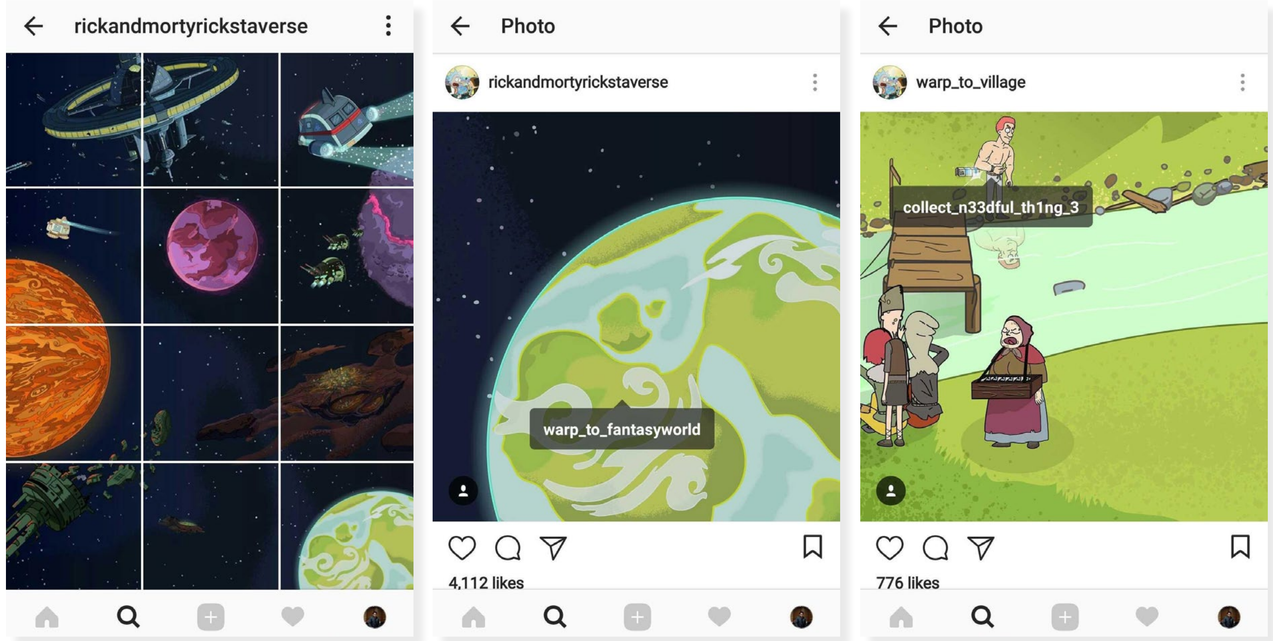


Fig. [30a],[30b],[30c] schermate che mostrano i diversi mondi narrativi concatenati tra loro.

(https://www.youtube.com/watch?v=D2JA9_nIFkE&t=48s)

3.2 Casi studio / caccia al tesoro

@getlolli

- **Coinvolgimento dell'utente.**
- Presenza di una **missione da portare a termine** attraverso diverse scelte.
- Ogni pagina rappresenta una stanza con un'**ambientazione differente.**
- Presenza di **elementi visivi** (frecce) **che indirizzano** lo sguardo dell'utente verso i post contenenti i tag da cliccare.
- **Contenuti audiovideo** rendono l'esperienza più immersiva e partecipativa.

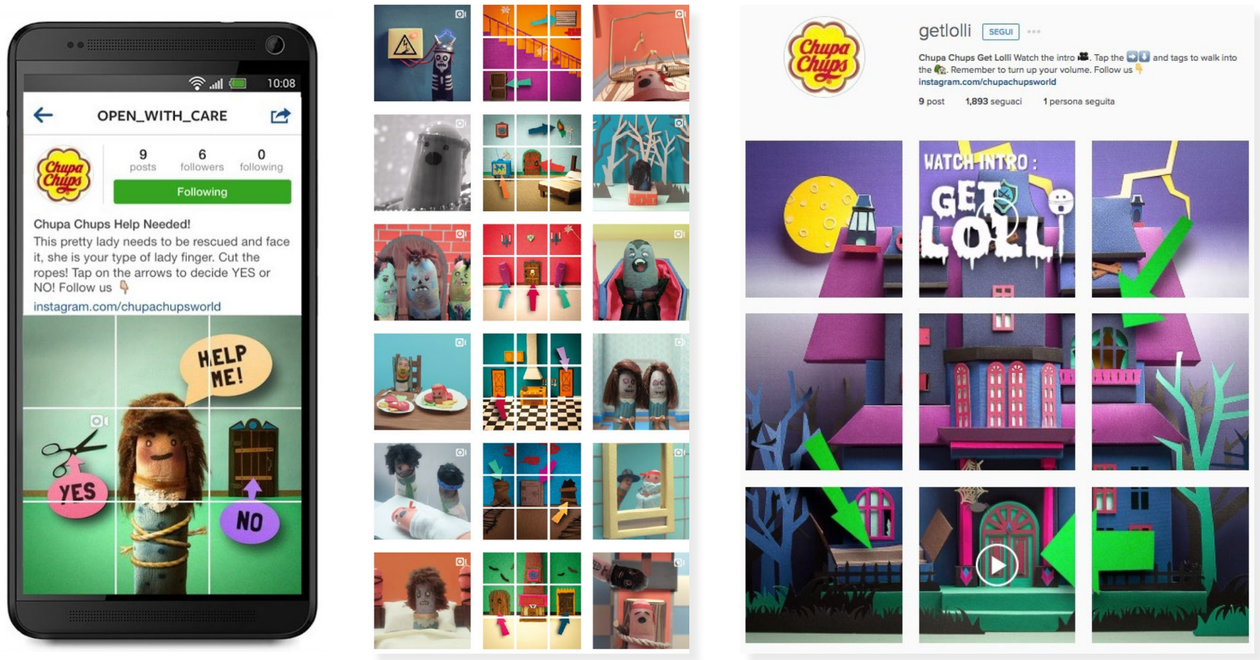


Fig. [31a],[31b],[31c] schermate che mostrano le differenti ambientazioni della narrazione.

(https://vimeo.com/115154794)

3.2 Casi studio / narrativa interattiva

@postdigitalfairytales

- Progetti di **narrazione digitale interattiva** svolti durante un workshop del Politecnico nel 2019.
- **Traduzione transmediale e crossmediale** di fiabe famose trasposte in un immaginario postdigitale.
- Presenza di **hyperlink** che permettono all'user di compiere percorsi differenti sulla base delle scelte che compie.
- Le **descrizioni** dei post e le biografie delle pagine, **guidano l'utente** nel percorso.

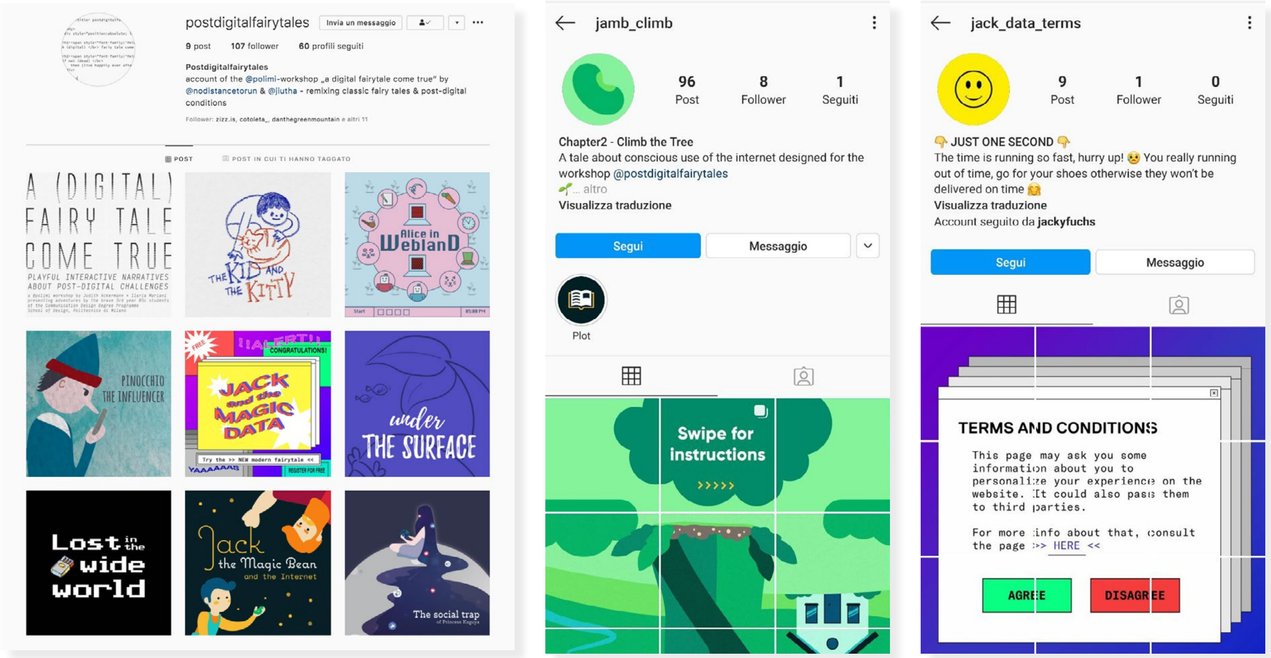


Fig. [32a],[32b],[32c] schermate rappresentative di alcune delle storie tradotte. (https://www.instagram.com/postdigitalfairytales/?hl=it)

3.3 Pagine Artefatto

9 post

@lemilleeunanotte_bur

- Questa pagina accoglie l'utente.
- La biografia presenta l'hashtag #scrignodelleverità il tag a @sinestesieaudiovisive e qualche breve consiglio di guida nella prima ricerca.
- Viene ripreso il **titolo della raccolta** sul background del cielo stellato animato. Una freccia situata nel post centrale indica qual è il post principale nel quale cercare l'inizio del percorso, vale a dire quello che ospita la **boccetta dell'elisir**. Una volta aperto, quest'ultimo presenta un video esplicativo sulla partenza e la fruizione del percorso.
- Gli altri video di contorno costituiscono il contesto immersivo dell'esperienza, prevedono semplicemente le **stelle animate** e un suono neutro che riprende l'intro della colonna sonora del booktrailer.

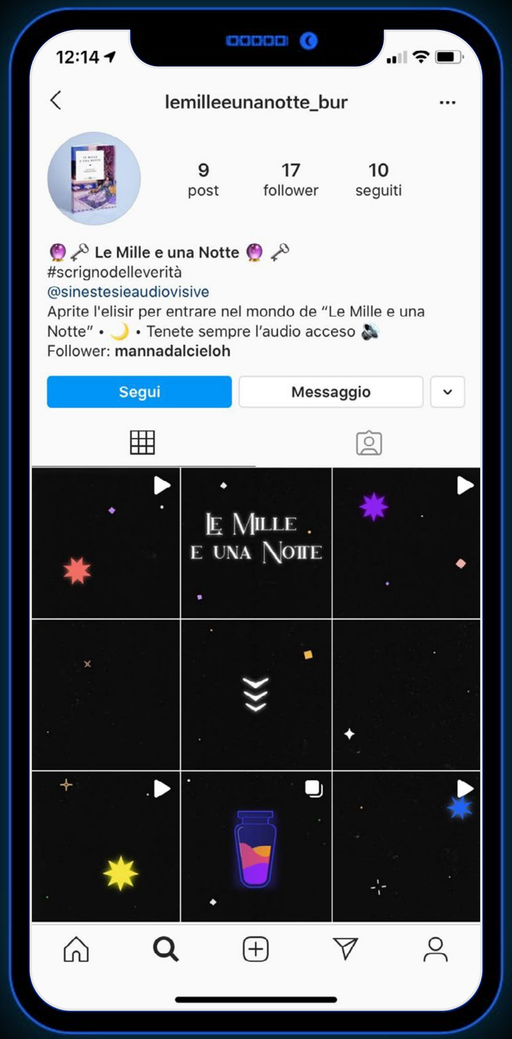
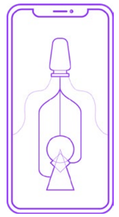


Fig. [33] schermata pag.1.

3.3 Pagine Artefatto



33 post

@inizio_percorso

- Questa pagina funge da **raccordo** con la narrazione del booktrailer. La biografia infatti riporta l'ultima frase del video. Le linee vanno a comporre la serratura e da qui si origina la caccia al tesoro, alla ricerca delle tre componenti per aprire lo scrigno.

- La grafica lunga suddivisa per post è il risultato di un adattamento di quanto già disegnato per il booktrailer. La serratura è invece riadattata affinché le **forme** che la compongono siano più **distinguibili nel post quadrato**.

- Alcune **animazioni di contesto**, in corrispondenza dei pianeti che cominciano a ruotare servono a scandire il ritmo di discesa e a fornire dettagli audio-visivi sull'ambiente di riferimento.

- L'ultimo post centrale presenta uno slider con più post: la serratura in copertina, un video di **spiegazioni di Sharazad** con tipografia animata e infine un video dove è animato lo **stroke della serratura** che contiene il tag alla pagina successiva.

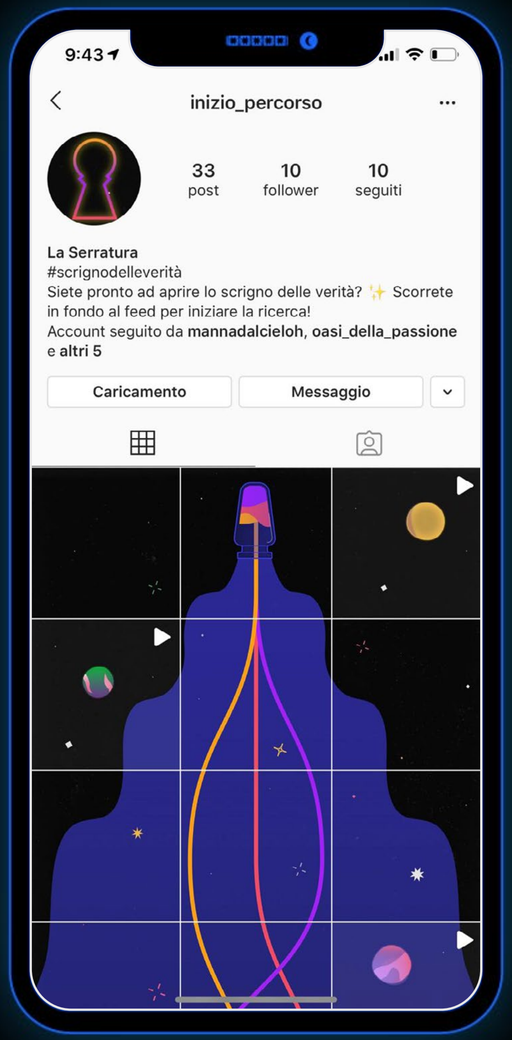


Fig. [34] schermata pag.2.

3.3 Pagine Artefatto

9 post

@Il_sultano_di_baghdad

- Questa pagina di 9 post introduce il **primo personaggio** che che l'utente incontra: il **Sultano di Baghdad**.
- Il sultano è presentato con le **fiamme nella pupilla**. Spesso nella raccolta i sultani incarnano sentimenti di passione amorosa, ma anche di **saggezza, forza valore e coraggio**.
- Aprendo il post centrale l'occhio si anima in un video, accompagnato dalla tipografia, nel quale il sultano si presenta e introduce il fruitore verso la prima ambientazione, dove si trova il primo dei tre oggetti, la freccia del coraggio, rossa poiché quest'ultimo arde nel cuore degli impavidi.

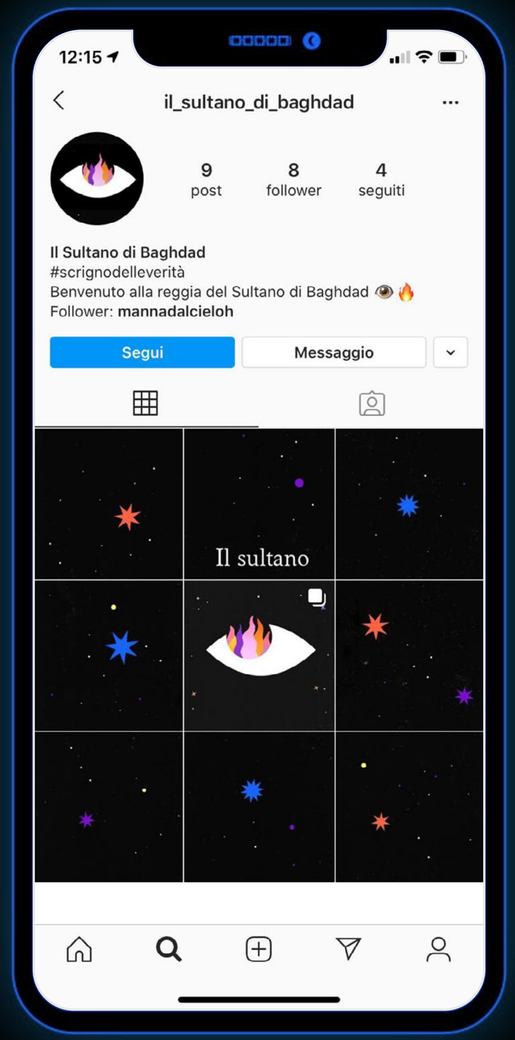


Fig. [35] schermata pag.3.

3.3 Pagine Artefatto

24 post

@oasi_della_passione

- La prima ambientazione è un'**oasi fantastica** ricca di piante dai **colori surreali**.
- Qui l'utente viene esortato a procedere per tentativi. Il primo oggetto, la **freccia del coraggio**, è nascosta dietro uno dei tanti post slider multipli.
- Aprendo uno dei tanti post volutamente fuorvianti l'utente è accolto da un'animazione accompagnata da un **suono di insuccesso**. Viceversa quando l'utente apre quello corretto, vi trova un'animazione accompagnata da un **suono ammaliante**, che indica successo. Se il risultato è stato positivo, facendo swipe, da destra verso sinistra, in un secondo video animato compare finalmente la freccia (forma triangolare) e il sultano si congratula, mostrando la via per procedere nella ricerca.
- Nell'ultimo post, la serratura presenta ora incastonata la prima forma, e sull'immagine è possibile cliccare il tag che conduce dal mercante.

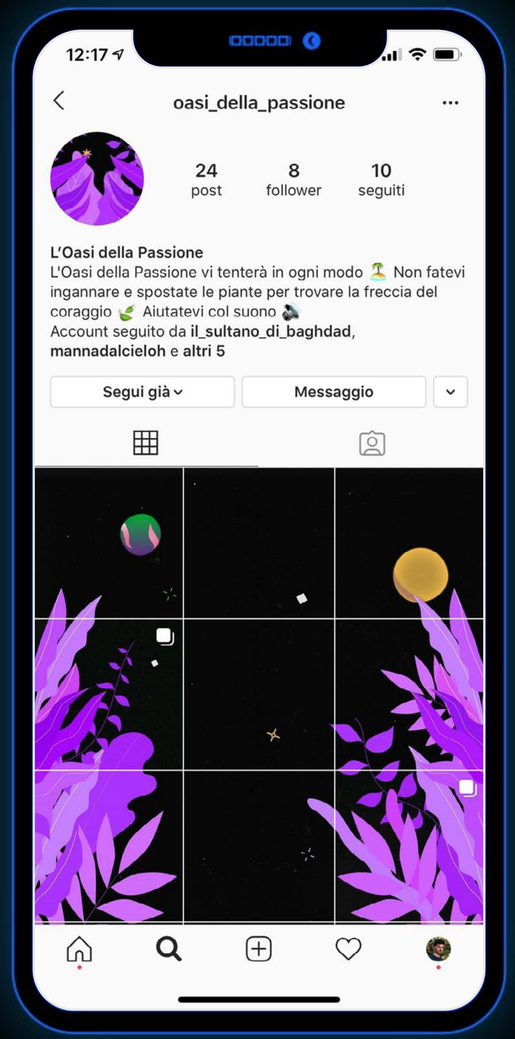


Fig. [36] schermata pag.4.

3.3 Pagine Artefatto

9 post

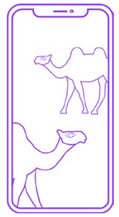
@il_mercante_di_bassora

- Il **mercante di Bassora** è presentato con l'occhio circondato di **piante e gemme** (medesimo espediente utilizzato nel booktrailer per parlare delle **ricchezze** che inebriano il giudizio di poveri sventurati). Qui con la stessa valenza, le ricchezze rappresentano simbolicamente il mercante che, per professione, è solito scambiarle con altre risorse.

- La dinamica di pagina è la medesima di quella del sultano, a differenza che questi ci condurrà nel deserto con la sua carovana.

Fig. [37] schermata pag.5.

3.3 Pagine Artefatto



27 post

@carovana_nel_deserto

- La seconda ambientazione del nostro artefatto è la **carovana nel deserto**. Qui tra i cammelli il mercante ha perso la **gemma della ricchezza**, il secondo oggetto da recuperare, di colore viola per sottolineare l'atmosfera di mistero, rarità e opulenza.
- La grafica è un'estensione di quella brevemente presentata all'inizio della narrazione di Sharazad nel BTA (es. la presenza di cammelli e dune del deserto).
- Si procede per tentativi, con le stesse modalità presentate all'oasi della passione. La dinamica è la medesima di quella dell'oasi della passione.

Fig. [38] schermata pag.6.

3.3 Pagine Artefatto

9 post

@il_primo_visir_di_corte

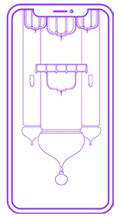
- Spesso nella raccolta di storie il visir è un personaggio **meschino**. Trama alle spalle del sultano o del povero protagonista delle novelle narrate ed impersonifica sovente la componente magica del racconto.Per questo motivo a lui è stata assegnata la custodia del terzo ed ultimo oggetto: il **cerchio magico**, giallo come il bagliore di un incantesimo.

- Per le stesse ragioni l'occhio del visir è immerso nelle pulsazioni kaleidoscopiche con un'ampia varietà di cromie che rimandano a un'atmosfera ipnotica, espediente già utilizzato come transizione e successivamente sfondo sul quale si stavagliava la narrazione nel BTA.

- Il visir conduce all'ultima ambientazione: il palazzo del sultano.

Fig. [39] schermata pag.7.

3.3 Pagine Artefatto



27 post

@il_palazzo_del_sultano

- La terza ed ultima ambientazione, il Palazzo del Sultano, è presentato **capovolta**. Questo ulteriore livello di difficoltà aggiunta, anche se lieve, garantisce una fruizione differente e mai monotona.

- Qui l'illustrazione, seppure con piccole componenti recuperate, è pressoché **creata *ad hoc*** per l'ultima parte della caccia al tesoro. La dinamica è la medesima dell'oasi della passione e della carovana nel deserto, con l'aggiunta di un ulteriore swipe nel post corretto che conduce all'immagine di una **chiave dorata** donataci dal visir per ricompensarci di tutte le prove affrontate contente il tag per aprire simbolicamente la serratura completata.

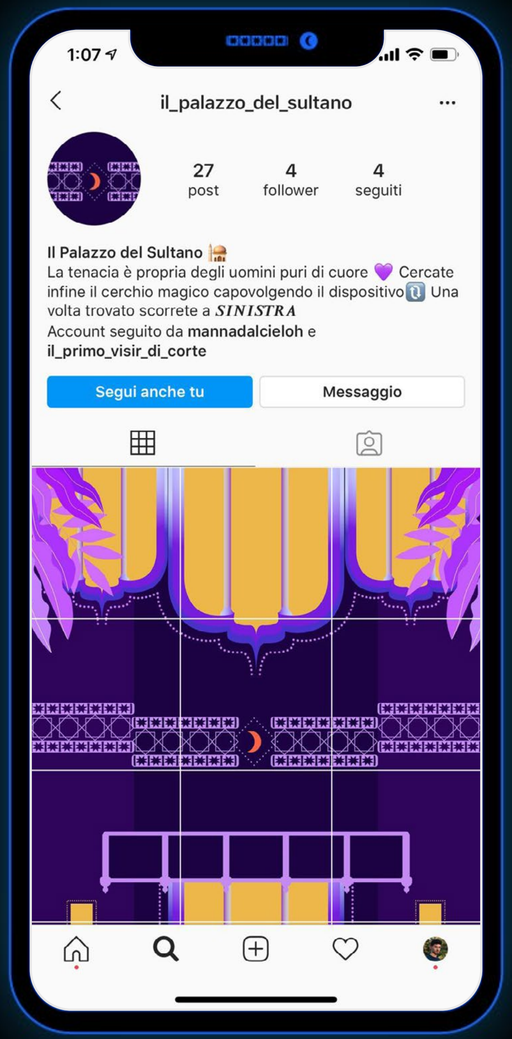
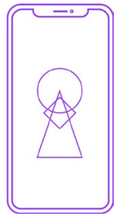


Fig. [40] schermata pag.8.

3.3 Pagine Artefatto



9 post

@serratura_completa

- L'unico post '**interattivo**', per invitare l'utente a giungere finalmente alla tanto ambita scoperta della verità di Sharazad è quello **nel mezzo**. Questo presenta uno slider con in copertina l'immagine della serratura completata dalle tre forme incastonate e al primo swipe un video ripreso dal **cliffhanger del booktrailer**, al quale è stato cambiato solamente il **voiceover** (qui parla ancora il visir, l'ultima guida nella nostra ricerca) e la tipografia animata.

- Aprendo il tag di questo video si può finalmente **accedere alla ricompensa** celata nello scrigno della verità.

Fig. [41] schermata pag.9.

3.3 Pagine Artefatto

9 post

@scrigno_delle_verita_bur

- È la pagina finale. Nella bio è contenuto il link alla pagina di Google Drive alla quale è possibile **scaricare gratuitamente la ricompensa** dello scrigno: l'anteprima dell'audiolibro de *Le Mille e una Notte* e alcuni sfondi animati per smartphone.

- L'unico post multiplo della pagine è quello che ospita la copertina del libro in 3d come nei titoli di coda del BTA: in questo scorrendo si può ritrovare Sharazad che spiega come godersi finalmente la meritata ricompensa.

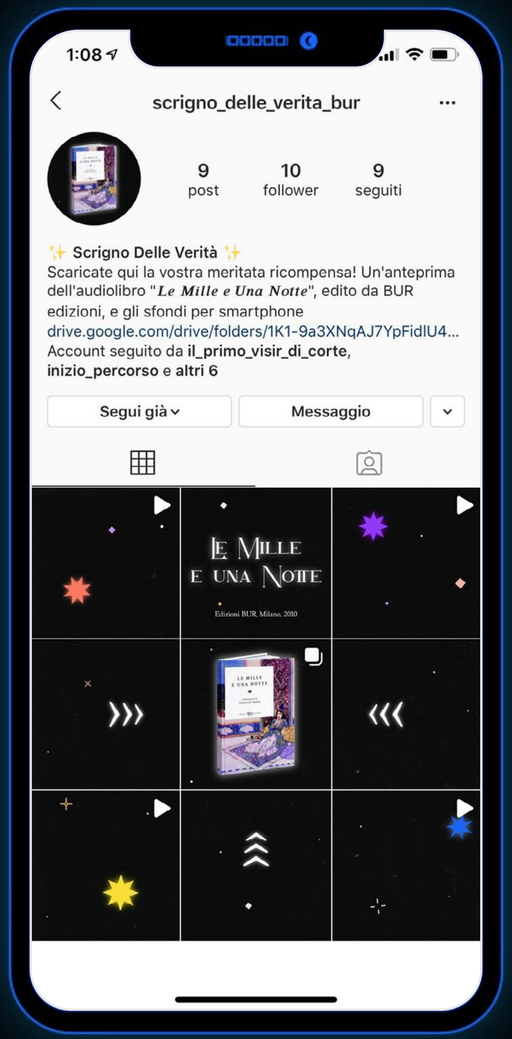


Fig. [42] schermata pag.10.

3.4 Testi e Tipografia

All'interno delle pagine instagram si alternano post visivi, audiovisivi e tipografici. I caratteri tipografici utilizzati sono i medesimi del booktrailer: "Lotus Eater Regular" per il titolo della pagina iniziale e finale e "Worcester Regular" per i testi. All'interno delle pagine la **tipografia** è **principalmente cinetica**, ad eccezione del titolo nella pagina iniziale e finale. I testi traducono visivamente le parole dette a voce dai personaggi i quali indicano all'user come procedere la propria ricerca.
Fondamentali per la fruizione dell'artefatto sono anche i **testi di descrizione** delle immagini e i testi presenti nelle **bio** delle pagine. Questi infatti, permettono all'user di muoversi all'interno della pagina con più consapevolezza e di capire come procedere la propria ricerca.

Fig. [43a],[43b],[43c]
alcuni esempi di descrizioni dei post e di una bibliografia di pagina.

Schema [4] rappresentazione di un post audiovideo prettamente tipografico.

3.5 Musica e Audio

Nella nostra caccia al tesoro **l'audio compie un ruolo fondamentale** nell'indicare la vicinanza o meno a un indizio. La tipografia esplicita la stessa **dualità errore/azione corretta** quando riporta l'ammonimento o le congratulazioni del personaggio che ci guida. La voce registrata segue la tipografia cinetica. La base musicale di tutti i video nei quali sono i personaggi a parlare è una parte di "Arabian Nights" degli Akashic Records, una delle due tracce già precedentemente utilizzata nella composizione sonora del booktrailer.

I video che invece compongono le pagine di ambientazione in cui cercare gli oggetti, presentano **due tipologie di suono** che indicano quando ci si trova in errore e quando invece si è aperto il post giusto. Queste tracce-informative sono composte in Adobe Audition mediante l'**unione di differenti suoni puntuali** per evocare rispettivamente una sensazione di pericolo e una di benessere.

Infine, le stelle che circondano il titolo nella pagina iniziale e i pianeti della pagina successiva sono animati su una melodia con **sonorità dal rimando sci-fi** per conferire contesto narrativo.

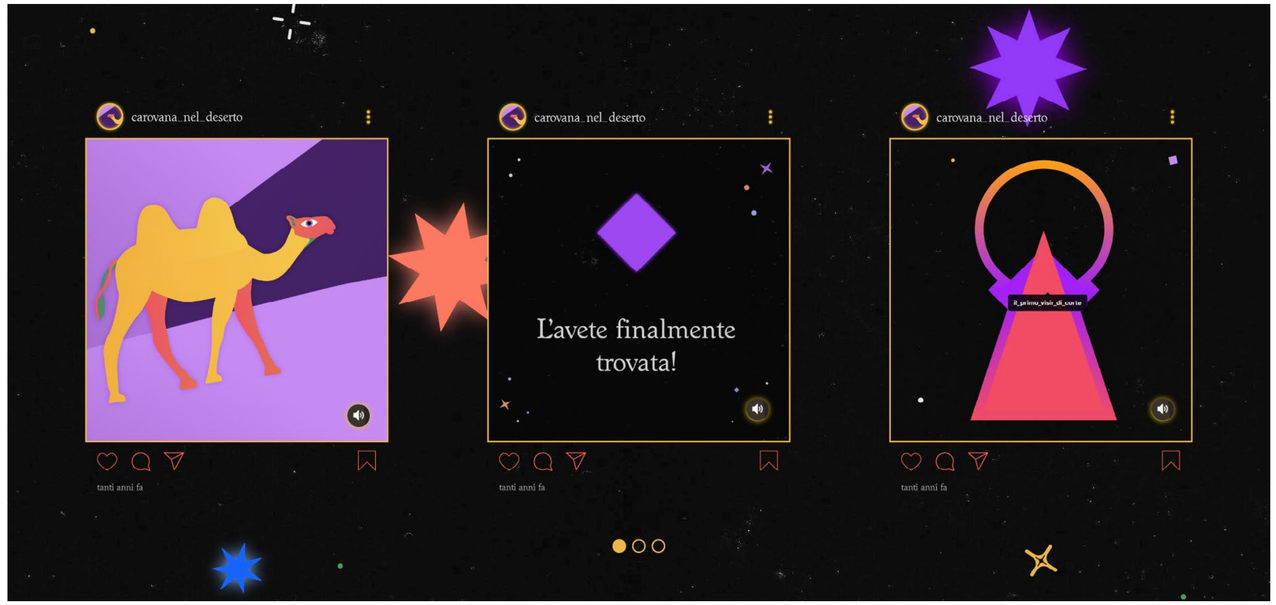


Fig. [44a],[44b]
in alto esempio di post contenente l'audio dell'indizio trovato, in basso la stessa tipologia di post ma con il suono che indica il mancato ritrovamento dell'indizio.

3.6 Caratteristiche di Accessibilità

Oltre a quanto precedentemente menzionato sulla componente di accessibilità audio-visiva (vedere 3.4 e 3.5), durante la progettazione dell'artefatto abbiamo simulato, tramite un **software Screen Reader**, la fruizione dell'artefatto da parte di un utente non vedente. Il software, infatti non solo legge ad alta voce le descrizioni delle immagini e delle biografie delle pagine instagram, ma fornisce anche una **descrizione abbastanza dettagliata delle componenti** visive presenti all'interno della pagina.
Ci siamo quindi resi conto che, l'utente non vedente riesce ad avere una traduzione vocale particolarmente precisa delle immagini riuscendo quindi a **muoversi** più agevolmente e **con maggior consapevolezza** all'interno della pagina.

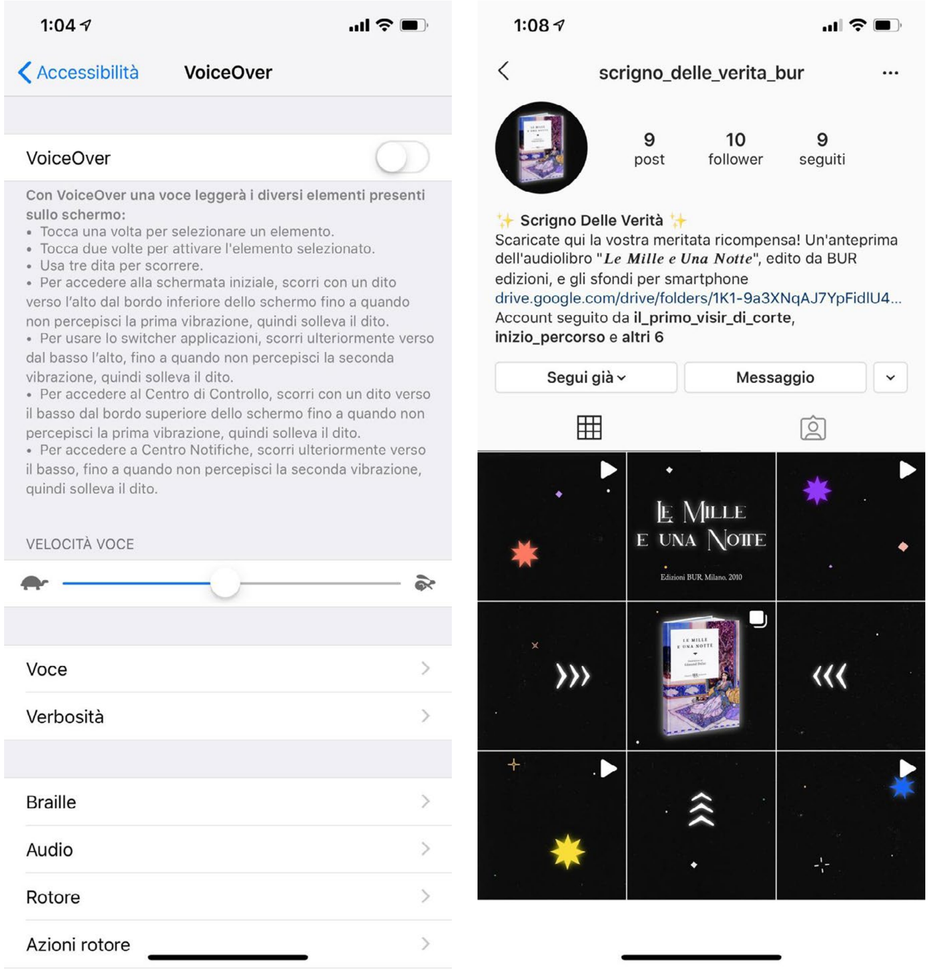


Fig. [45]
Modalità di attivazione del software screenreader.

PARTE 4

Video di Spiegazione

4.1 Obiettivi e Concept

Le modalità di funzionamento e gli obiettivi della campagna Instagram sono spiegati in un breve video. Il concept prevede continui stacchi di scena ad un **ritmo sostenuto**, scanditi da una **musica incalzante**. Questo espediente ci ha permesso di mostrare tutte le caratteristiche e i punti di forza di questo artefatto in un tempo contenuto.

Il brano scelto è “Persian Potion” di Joystock, pubblicata nel 2020. La melodia utilizza un beat digitalizzato dall’uso di sintetizzatori.
Il ritmo, regolare e sostenuto, presenta elementi di musica araba elettronica e tradizionale correttamente mixati. Il brano inoltre presenta un **crescendo iniziale che culmina** al secondo 0:13, **in perfetta corrispondenza della scena cardine del video**: lo schermo si divide in sei sezioni con le principali pagine dell’artefatto social.
In questo mosaico multimediale sono rappresentate le animazioni dei tre occhi, corrispondenti ai tre personaggi della caccia al tesoro, e le pagine lunghe di ambientazione.

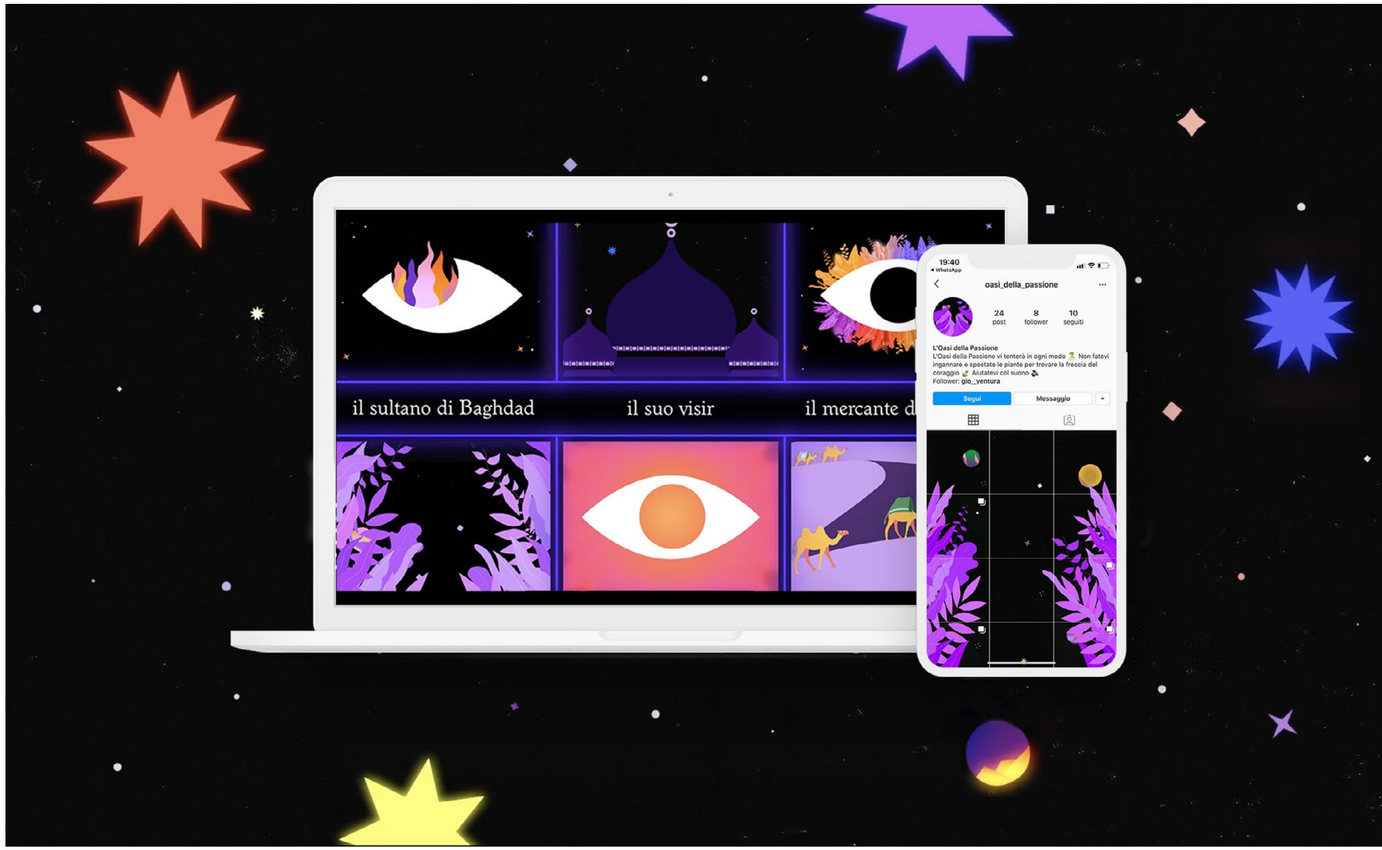


Fig. [46] Mockup che mostra una preview della campagna Instagram e un frame del video di spiegazione della stessa.

4.1 Obiettivi e Concept

È prevista la **voce narrante di Sharazad** per tutta la durata del video. Questa, partendo dalla frase che concludeva il booktrailer accessibile, racconta quali sono gli oggetti da trovare, quali personaggi interagiscono con l'utente e come farsi aiutare dai suoni disseminati lungo il percorso.
Lo script si conclude con la **promessa di una ricompensa** al termine della caccia al tesoro.
La tipografia segue fedelmente la voce narrante e i caratteri scelti sono gli stessi dei precedenti artefatti: "Worcester Regular" per i testi e "Lotus Eater Regular" per il titolo *Le mille e una Notte*, che conclude la composizione.

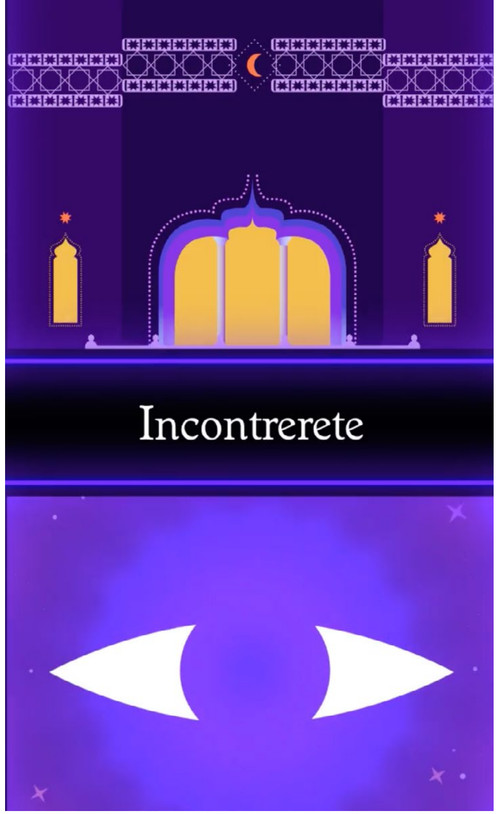
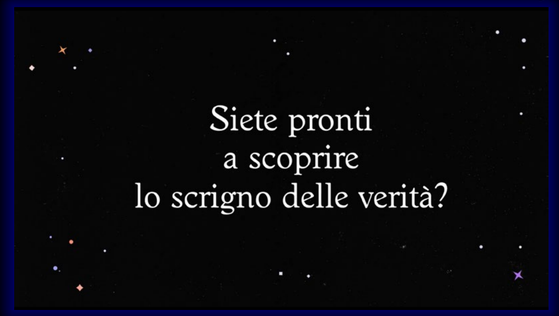


Fig. [47a],[47b],[47c],[47d],[47e] frame del video nei quali Sharazad si rivolge direttamente all'osservatore.

4.2 Storyboard

00.03



1. La frase che aveva chiuso il booktrailer da inizio al video come efficace raccordo tra i due artefatti

00.06

2. La tipografia interagisce con gli outline animati delle serrature. “Dovrete trovare” compare al centro tra le due sagome

00.07

3. Una terza serratura sostituisce il testo e preannuncia la tripartizione del percorso

00.09

4. Dal basso compare una sagoma rossa di smartphone. Questa mostra la pagina Instagram relativa alla ricerca della freccia del coraggio

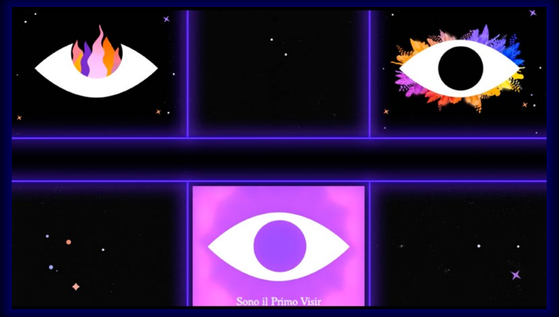
00.10

5. Da sinistra compare una seconda sagoma viola di smartphone che mostra le pagine relative alla ricerca della gemma della ricchezza

00.11

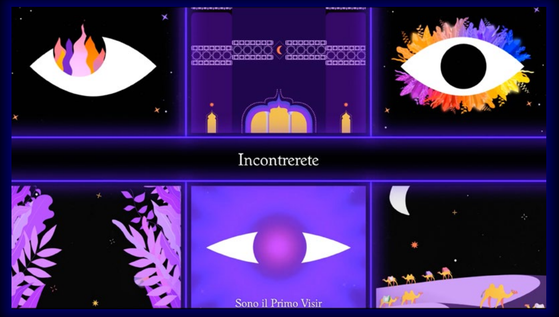
6. Da destra compare la terza sagoma di smartphone, gialla. Mostra il ritrovamento del cerchio del coraggio

00.13



7. Culmine del crescendo sonoro: la pagina si divide in sei sezioni indipendenti. Tre di queste mostrano gli occhi corrispondenti ai tre personaggi dell' artefatto

00.15



8. Allo stacco musicale successivo si riempiono anche le altre tre sezioni: scorrono le pagine verticali di ambientazione all’interno di maschere rettangolari

00.20

9. Sincronizzati con la narrazione appaiono da sinistra verso destra in nomi dei personaggi, in corrispondenza dell'occhio e dell'ambientazione cui fanno riferimento

00.24

10. Sulla sinistra è mostrata una pagina ambientazione, la tipografia e la voce spiegano come farsi aiutare dai suoni inseriti nel percorso

00.29

11. Come dimostrazione pratica, si apre uno dei post all'interno del quale si cela un oggetto, la musica si abbassa e risuona il suono di ritrovamento corretto

00.38

12. La sagoma di smartphone mostra il post con la chiave che conduce alla serratura completata e la narrazione promette una ricompensa a fine percorso

00.41

13. Il video si conclude con la comparsa del titolo "Le Mille e una Notte" come sigillo

00.47

6. Le informazioni dei titoli di coda compaiono in opacità, mentre si compone il logo 'sav' con la sua animazione.

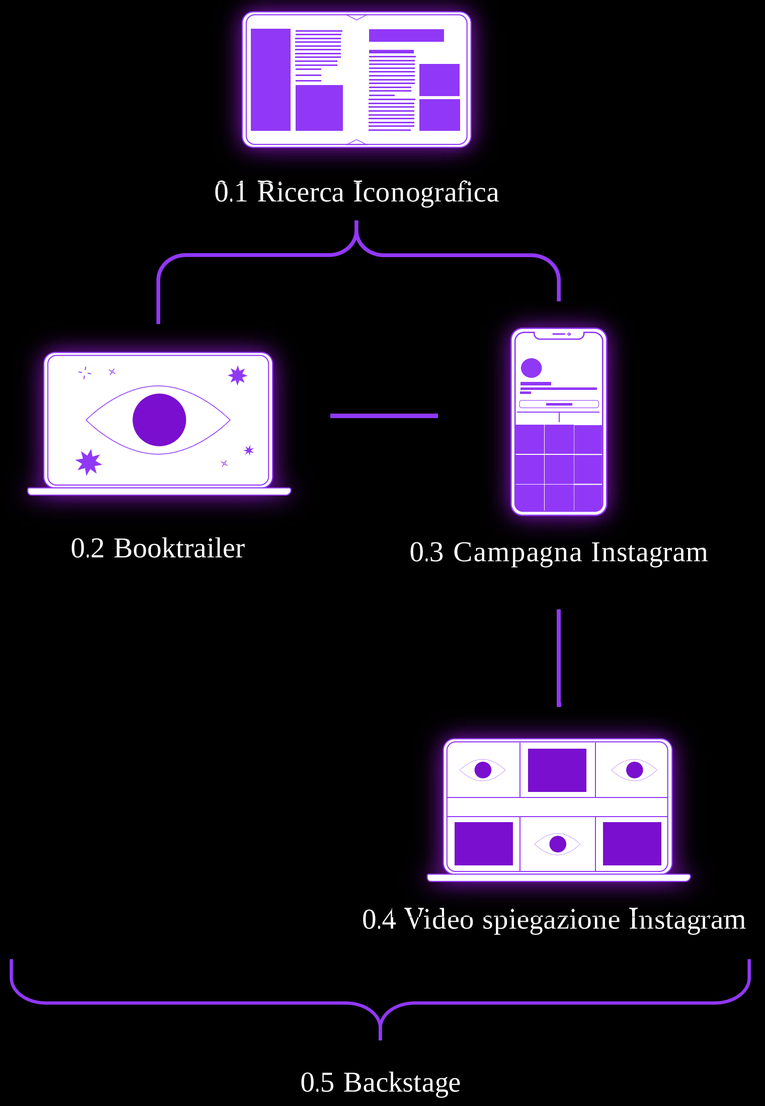
PARTE 5

Sistema di Artefatti

5.1 Sintesi Progettuale

Il sistema di artefatti da noi progettato comprende un booktrailer accessibile, una campagna Instagram che supporta la promozione del booktrailer e un video di spiegazione che esplicita e riassume le maggiori funzionalità della campagna.
All'inizio del nostro percorso progettuale abbiamo realizzato una ricerca iconografica che è risultata particolarmente utile per avvicinarci all'immaginario de *Le Mille e una Notte* e per introdurci al mondo iconografico legato alla raccolta.

La raccolta è caratterizzata da una **struttura a matrioska** che prevede il racconto di diverse storie concatenate una con l'altra; per questo motivo abbiamo progettato una modalità narrativa che potesse restituire le principali caratteristiche dei racconti, senza però approfondire alcuna storia specifica.
Durante la progettazione è stato fondamentale per noi comprendere in che modo poter restituire il concetto di matrioska all'interno del sistema di artefatti.

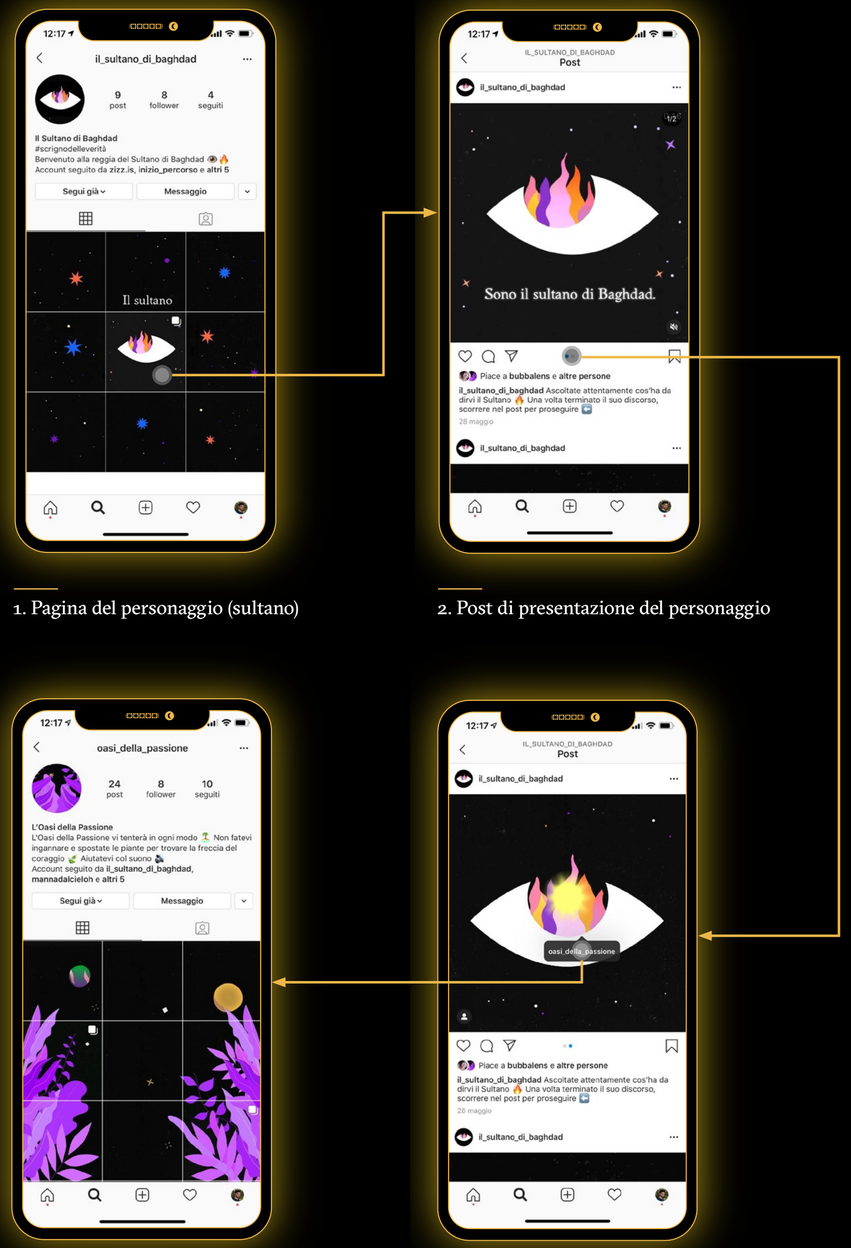


Schema. [5]
schema riassuntivo del sistema di artefatti e dei loro supporti.

5.1 Sintesi Progettuale

Per quanto riguarda il booktrailer è stato utilizzato l'**espediente del dialogo** tra Sharazad e il principe per creare la **cornice** all'interno della quale si sviluppa poi la narrazione principale.
Nella campagna Instagram, il concetto di matrioska è stato tradotto in una **caccia al tesoro** all'interno della quale gli indizi sono posizionati e nascosti nelle diverse pagine concatenate tra loro. L'utente deve quindi addentrarsi nelle ambientazioni ed **entrare in contatto con i personaggi** della narrazione per portare a termine il suo obiettivo.

Il *cliffhanger* del booktrailer funge da collegamento con l'artefatto sviluppato su Instagram, l'espediente della serratura ci ha permesso di progettare la caccia al tesoro intorno al concetto di scrigno delle verità già esplicitato nel video. Il booktrailer ha la finalità di riassumere in un video di pochi minuti le caratteristiche principali del libro, la campagna Instagram, invece, vuole approfondire alcuni elementi che nel video sono rimasti accennati, in modo da creare un'esperienza più coinvolgente per il fruitore.



1. Pagina del personaggio (sultano)

2. Post di presentazione del personaggio

4. Pagina dove cercare gli inizi

3. Collegamento alla pagina con gli indizi

Fig. [48]
alcune schermate di instagram che mostrano la struttura a matrioska delle pagine.

5.1 Sintesi Progettuale

Nel percorso progettuale sono state applicate **diverse forme e tipologie di traduzione** al fine di trasporre il racconto de *Le Mille e una Notte* su differenti supporti fruibili in diverse modalità. Nella prima fase progettuale è stata attuata una **traduzione intersemiotica** nel passaggio dal testo iniziale alle prime rappresentazioni extralinguistiche visive. La **traduzione** intersemiotica diventa **transmediale** nel momento in cui i contenuti della storia vengono adattati a seconda del formato e del supporto di riferimento.
Nel passaggio da booktrailer a campagna Instagram non c'è stato solo un cambiamento di formato evidente, ma un vero e proprio riadattamento dei contenuti. Essi sono stati approfonditi e rivisitati per **coinvolgere l'utente** in prima persona, infatti, se il booktrailer prevede una fruizione perlopiù passiva, la campagna Instagram consente una **fruizione più attiva**.
Inoltre, nel passaggio da booktrailer a campagna Instagram si ha un ulteriore livello di **traduzione** ovvero quella **crossmediale** che permette all'utente di muoversi all'interno della narrazione attraverso link di collegamento. Per quanto riguarda l'**accessibilità** del sistema di artefatti, oltre alla tipografia, studiata per accompagnare la voce narrante attraverso dei sottotitoli, si è fatto ricorso alle **sinestesie audiovisive** per rendere la comprensione degli elementi più immediata.

> **"Per attivare un processo traduttivo è necessario disporre di un testo che si presti ad essere tradotto in un linguaggio differente da quello di partenza. Quando il fine è la realizzazione di un'opera sinestesica, questo testo ha quasi sempre a che fare con il linguaggio della musica."**

☞ Riccò, 1999 : 119

PARTE 6

Fonti

Fonti

– Linkografia generale

ACADEMIA - Le mille e una notte, note filologiche.
(Consultato il 15 marzo 2020)
https://www.academia.edu/5191674/le_mille_e_una_notte_note_filologiche

Blog MareMagnum - Le favolose Mille e una notte.
(Consultato il 14 marzo 2020)
https://blog.maremagnum.com/le-favolose-mille-e-una-notte/

ENCYCLOpedia.com - The Arabian Nights: The Frame Tale.
(Consultato il 14 marzo 2020)
https://www.encyclopedia.com/arts/culture-magazines/arabian-nightsframe-tale

Forum Libri - Le Mille e una Notte
(Consultato il 16 Marzo 2020)
https://www.forumlibri.com/forum/showthread.php?t=1648

IRVIN, "The Arabian Nights: a thousand and one illustrations", The Guardian
(Consultato il 16 marzo 2020)
https://www.theguardian.com/books/2011/mar/12/arabian-nightsillustration

Letteratour - Le Mille e una Notte
(Consultato il 17 marzo 2020)
(https://www.letteratour.it/tesine/A06mille01.asp)

MARGUTTE, "Mille e una versione delle Notti Arabe".
(Consultato il 15 marzo 2020)
http://www.margutte.com/?p=21229

POPOVA, "A Visual History of Arabian Nights", The Atlantic
(Consultato il 14 marzo 2020)
https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/01/a-visualhistory-of-arabian-nights/251719/

Qassim Mohamed Azal Al-Itbaui, La fortuna delle Mille e una notte nella letteratura italiana, Dottorato di Ricerca Internazionale in Letteratura e Filologia italiana, 2015
(Consultato il 18 Marzo 2020)
https://flore.unifi.it/retrieve/handle/2158/1028890/115167/La%20fortuna%20delle%20Mille%20e%20una%20notte%20nella%20letteratura%20italiana.pdf

Raphaëlle Léostic, Les éditions illustrées de luxe des Mille et une Nuits dans les années 1920, Master LS, Mémoire d'étude, décembre 2009
(Consultato il 18 Marzo 2020)
https://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/48472-les-edition-illustrees-de-luxe-des-mille-et-une-nuits-dans-les-annees-1920.pdf?telecharger=1
https://flore.unifi.it/retrieve/handle/2158/1028890/115167/La%20fortuna%20delle%20Mille%20e%20una%20notte%20nella%20letteratura%20italiana.pdf

SeSaMO Italia - Mirella Cassarino: Studi sulle Mille e una notte.
(Consultato il 16 marzo 2020)
http://www.sesamoitalia.it/wp-content/uploads/2010/11/cassarino

SoloLibri - Le Mille e una Notte
(Consultato il 17 marzo 2020)
https://www.sololibri.net/Le-mille-e-una-notte.html

Treccani - Mille e una Notte
(Consultato il 14 Marzo 2020)
http://www.treccani.it/enciclopedia/mille-e-una-notte_%28Enciclopedia-Italiana%29/

Treccani - Feuilleton
(Consultato il 16 marzo 2020)
http://www.treccani.it/vocabolario/feuilleton/

Fonti

– Casi studio

Instagram - laurentiulunic
https://www.instagram.com/laurentiulunic/?hl=it

Instagram - oelhan.tv
https://www.instagram.com/oelhan.tv/?hl=it

Instagram - postdigitalfairytales
https://www.instagram.com/postdigitalfairytales/?hl=it

Vimeo - Chupa Chups 'Get Lolli'
https://vimeo.com/115154794

Vimeo - Dream
https://vimeo.com/325355987

Vimeo - Lullaby Theories: A Secret Message
https://vimeo.com/249403365

Youtube - Colorless Tsukuru Tazaki
https://www.youtube.com/watch?v=bPQnYYvnBZA

Youtube - Maggot Moon
https://www.youtube.com/watch?v=5lIOkZzXIa4&list=PLEqVZlLgos-W5mQPXddmDHEvAWDxSEpOg&index=17

Youtube - Optimistic Nihilism
https://www.youtube.com/watch?v=MBRquoYOH14&t=117s

Youtube - Rickstaverse Walkthrough
https://www.youtube.com/watch?v=D2JA9_nIFkE&t=48s

Youtube - This Is Not My Hat
https://www.youtube.com/watch?v=X1GVS8diA28

– Bibliografia

Baule Giovanni, Caratti Elena (a cura di), *Design è traduzione*, Franco Angeli, Milano, 2016.

Bettetini Gianfranco, *Il timpano dell'occhio. Gli intrecci e i giochi dei suoni e delle immagini*, Bompiani, Milano, 2009

Chion Michel, *L'audiovisione. Suono e immagine nel cinema*, Lindau, Torino, 1997.

Giachino Luigi, *Ascoltare le immagini*, Gremese, Roma, 2009

Riccò Dina, *Sentire il design. Sinestesie nel progetto di comunicazione*, Carocci, Roma, 2019

Riccò D., Cordoba M.J. (eds.), *MuVi5. Video and moving image on synesthesia and visual music /MuVi5. Vídeo e imagen en movimiento sobre sinestesia y música visual,* Ediciones Fundación Internacional Artecittà, Granada, 2018

SAV

SINESTESIE AUDIO VISIVE

Laboratorio di Progettazione di Artefatti e Sistemi Complessi

Studenti: Luca Desogus, Camilla Manna, Giorgio Ventura
Docenti: Gian Luca Balzerano, Dina Riccò
Cultori: Alberto Barone, Giulia Martimucci, Alessandro Zamperini

Politecnico di Milano, Scuola del Design
Corso di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione
A.A. 2019/2020