Fare Cose

Tesi di laurea di: Davide Cudia

Relatore: Luca Cattaneo

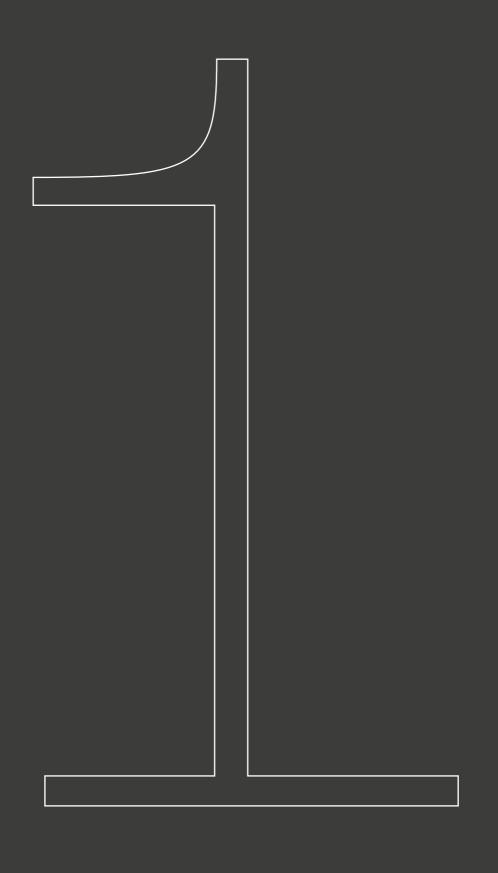
Laurea Triennale in Design e comunicazione visiva, Politecnico di Torino.

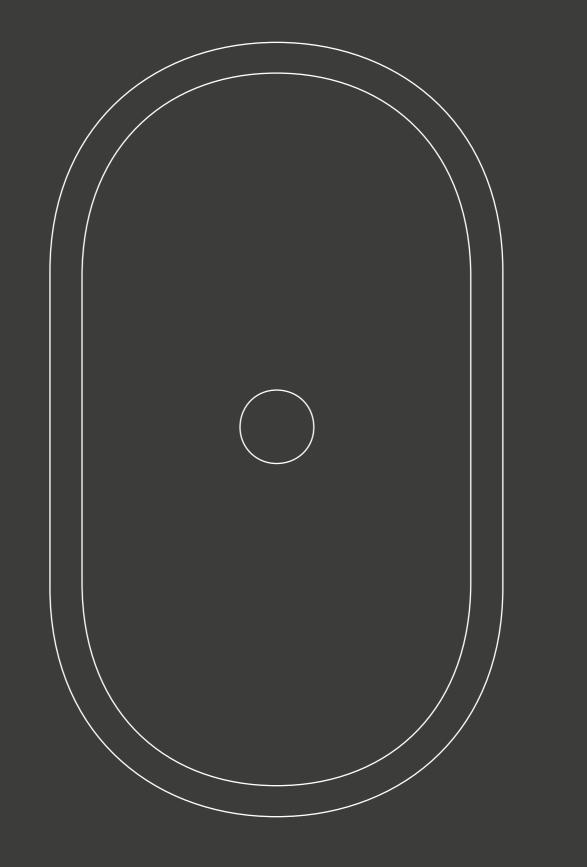


0.0 Indice

Introduzione	10
Motion Graphic Design	12
Graphic Design	15
Motion Graphics	19
Contesto storico e culturale Timeline	20 30
Animazione vs Motion	35
I 12 principi dell'animazione	43
Show Don't Tell	7′
Motion e Web Design	74
E-Motional Design Microinterazioni	76 78
Interazioni	88
I 12 principi della UX nel Motion Design	9′
Come e dove studiare Motion in Italia	95
Conclusioni	103
La pandemia Lockdown e didattica Digital Divide Cos'è la DAD? Analisi SWOT della DAD Eterogeneità della DAD Problemi psicologici Concentrazione Zoom Fatigue Soglia dell'attenzione La frequenza di rimbalzo Multitasking Sovraccarico cognitivo Nuove piattaforme	109 114 118 122 124 127 128 133 137 144 144 149 150
Twitch	157
Discord	164
La Community	168
Momenti di contatto con il lavoro	17C
Tirocinio	173
Portfolio Reviews	176
LinkedIn	180

	Contest Workshop	182 184
5.0	Casi studio	186
	Contest e Challenge Community Portali e divulgazione	188 202 212
6.0	Analisi della realtà di Immagine e Suono	186
	Presentazione del corso Valori Strumenti Skills	226 228 230 232
7.0	Personas	234
8.0	Progetto	268
	Concept Linee guida Schema di flusso Identità visiva Discord UX Slides Miro YouTube Spotify Instagram Instagram - IES x WeLoco Motion Graphics Loop Sito Web	273 275 276 278 286 300 306 314 316 318 320 324 326
9.0	Test	344
10	Fonti	354
	Ringraziamenti	360





Introduzione

1.1 Introduzione

Percorso progettuale

Quando nell'ottobre 2020 ho cominciato il mio percorso di tesi, il punto di partenza era diverso.

Inizialmente avevo pensato insieme al professor Cattaneo di progettare un contest sulla motion graphics a partire dal corso universitario di Immagine e Suono, che fa da supporto - tecnico operativo al modulo di Communication Design 2, e che tratta principalmente i temi della produzione video e della motion graphics.

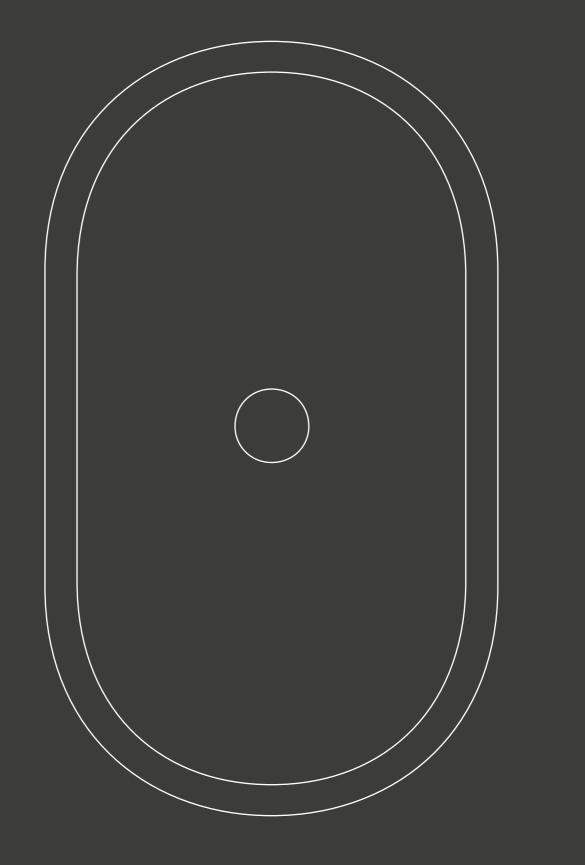
In quel periodo era stata avviata infatti dai docenti una pagina Instagram tutt'ora attiva in cui venivano pubblicati loop di motion realizzati come parte della prova d'esame finale dell'anno prima dagli studenti di Immagine e Suono ed era anche cominciata una pubblicazione su YouTube per quanto riguarda le esercitazioni video.

Era risultato rilevante pensare al contest come punto di contatto e integrazione tra studenti e professionisti, per trattare e garantire in qualche modo la crescita professionale dello studente ed avvicinarlo al mondo del lavoro. Spesso infatti la vita universitaria e quella professionale arrivano a sfiorarsi ma raramente si toccano: il momento più rilevante durante gli studi è il tirocinio, per molti prima esperienza lavorativa reale, che con l'arrivo della pandemia è stato svolto principalmente in smart-working.

In particolare il periodo pre e post laurea è quello in cui lo studente ha in genere più dubbi rispetto al proprio futuro, vivendo di speranze e di paure, ed il lavoro in remoto non riesce a far capire abbastanza le reali dinamiche lavorative, così come la didattica a distanza può far perdere attenzione ed interesse allo studio.

A questo punto del percorso il collegamento da realizzare era venuto un po' da sé: ho valutato l'importanza di preparare lo studente al mondo del lavoro in un momento in cui le possibilità di interfacciarsi concretamente con questo sono più basse, ed allo stesso tempo di sperimentare nuove modalità di erogazione della DAD per renderla più coinvolgente e meno alienante: molti docenti infatti non hanno cambiato metodo, almeno inizialmente, non differenziando in alcun modo la didattica in presenza da quella a distanza.





Motion Graphic Design

"Un graphic designer usa colori, lettere ed immagini per aiutare le persone a capire meglio le cose."

2.1 Graphic Design

Cosa è?

Il Graphic Design

Volendo analizzare innanzitutto il Graphic Design, esso è tradotto dall'inglese come "progettazione grafica" e viene spesso abbreviato come grafica.

AIGA

In breve potrebbe essere spiegato come "il prodotto della progettazione orientata alla comunicazione visiva"; tuttavia, volendo fornire una definizione più approfondita è possibile prendere come riferimento l'AIGA¹, una delle associazioni internazionali più importanti riguardo il mondo del graphic design, che lo descrive così: "l'arte e l'esercizio della pianificazione e progettazione di idee ed esperienze attraverso contenuti visivi e testuali. La forma di ciò può essere fisica o virtuale e può includere immagini, parole o qualsiasi elemento grafico. L'esperienza può avvenire in un istante o lungo un prolungato periodo di tempo. Il lavoro può essere fatto in qualunque scala: dal design di un francobollo alla progettazione di sistema identitario nazionale postale."

Dean Vipond

Se poi si volesse spiegare ad un bambino cosa è il graphic design, ma soprattutto cosa fa il graphic designer, si potrebbe citare Dean Vipond che, fornisce una spiegazione semplice ma alquanto immediata e facilmente comprensibile da tutti: "Un graphic designer usa colori, lettere ed immagini per aiutare le persone a capire meglio le cose".²

Nella definizione fornita dall'AIGA compare il termine "arte", che può facilmente ingannare il lettore, il quale potrebbe chiedersi se il graphic designer sia o meno un artista; la differenza sostanziale sta proprio nella semplice definizione fornita da Vipond: "...per aiutare le persone a capire meglio le cose".

Il designer, in quanto progettista e non artista, ha bisogno di risolvere problemi di altre persone (o aziende) per potersi definire in quel modo, è un professionista che identifica un problema e cerca di risolverlo, è colui che trova un modo per far comunicare un determinato messaggio nel modo migliore possibile.³

CAPITOLO 2 15

¹ https://www.aiga.org/our-story

² https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d

³ https://www.grafigata.com/cosa-e-graphic-design-definizione/

Nascita e storia del graphic design

Il graphic design, come ambito professionale orientato alla comunicazione visiva, nasce durante la prima metà secolo scorso, affondando le sue radici nelle sperimentazioni del Bauhaus, ancor prima nella separazione tra belle arti e arti applicate propugnata dal movimento Arts & Crafts e nelle arti visive in generale.

Le origini della grafica possono essere spinte ancora più indietro negli anni se intese come progettazione di caratteri tipografici o lettering e composizione del layout di pagina, fino all'invenzione della stampa, avvenuta orientativamente nel 1450 per merito di Johann Gutenberg, inventore di un torchio tipografico che utilizza caratteri mobili in metallo (prendendo spunto dal funzionamento di quelli utilizzati per spremere l'uva nella Renania).

Nuove figure

Arrivando ai giorni nostri e quindi all'era della comunicazione di massa, è possibile affermare che il design della comunicazione ha svolto un ruolo strategico per la realizzazione di campagne sociali, campagne pubblicitarie e per la creazione di identità visive.

Come già accennato, fino a quando i prodotti della grafica sono stati stampati su supporto cartaceo, le competenze del designer grafico si basavano principalmente sulla composizione di testo e immagine; a partire dagli anni 80' - 90', con lo sviluppo della computer grafica e dei nuovi canali di comunicazione, le competenze disciplinari del grafico si sono ampliate, producendo figure professionali nuove e specializzazioni diverse.

Motion Design

Se fino a poco tempo prima il designer lavorava principalmente con uno spazio bidimensionale (la pagina) o tridimensionale (l'allestimento, il packaging), il motion graphic design lo estendeva a quello che la fisica definisce come la struttura quadridimensionale dell'universo, grazie all'inserimento all'interno della progettazione del fattore tempo.

Oggi il marketing e la promozione aziendale viaggiano sempre più sul web, attraverso filmati multimediali, che includono tecniche grafiche animate (motion graphics, 3d animation, character animation ecc.) ed effetti visivi simili a quelli del cinema. ⁴

⁴ https://www.teknoring.com/wikitecnica/rappresentazione-e-media/ graphic-design/

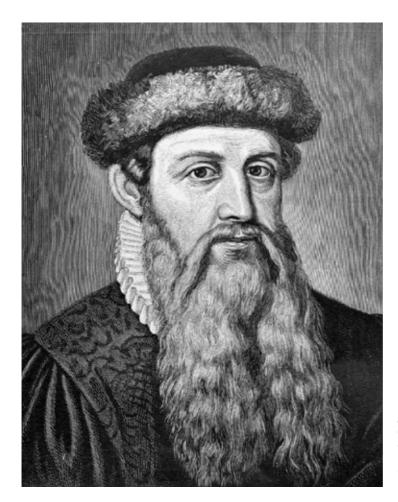


FIG. 1 Johannes Gensfleisch zum Gutenberg è stato un orafo e tipografo tedesco al quale si deve l'inizio della tecnica della stampa moderna in Europa.



FIG. 2 Lewis Capaldi - Before You Go (Animated Lyric Video).

2.2 Motion Graphics

Introduzione

Cosa è?

Soffermandosi sulla sottobranca motion graphics, argomento principale di questo capitolo, tenterò di darne una definizione analizzandola sotto diversi aspetti: storia, contesto culturale, applicazioni, figure professionali, criticità.

In generale il termine motion graphics è nato abbastanza recentemente e viene usato per uno specifico genere di animazione, che in realtà però esiste da molto tempo. La grafica in movimento (questa la traduzione letterale dall'inglese) può essere intesa come il crocevia tra animazione e design grafico. Di solito gli elaborati di motion graphics servono per presentare informazioni allo spettatore attraverso l'uso di testo o grafica animati: un esempio banale ma alquanto efficace può essere il testo a scorrimento di un karaoke, o la loro versione contemporanea ormai di moda su YouTube, ovvero i lyrics video, in cui la grafica riecheggia ciò che il / la cantante sta cantando.

"Con il termine motion graphics viene indicata una progettazione grafica (combinazione di testi, immagini e simboli) a cui si applicano tecniche di animazione. Immagini, testi e simboli che di per sé sarebbero elementi statici danno l'illusione di essere in movimento tramite il veloce susseguirsi di sequenze di immagini appositamente progettate e disegnate." ⁵

⁵ https://medium.com/@giannisinni/il-progetto-visivo-esteso-neltempo-ae943e56fcf5

2.3 Contesto storico e culturale

Radici della motion

Come già accennato, sebbene il termine sia abbastanza recente, l'ambito in sè ha radici molto più profonde.

"Dalle prime immagini disegnate sulle pareti delle caverne di Lascaux o di Altamira, fino alle sperimentazioni cubiste e futuriste e oltre, l'uomo si è ingegnato nel ricercare, con le tecniche a disposizione, quegli effetti che ricreassero, nella fissità di un'immagine, ciò che fisso non è" scrive Gianni Sinni in un articolo per Medium.

Nascita: 1800

Andando lontano si potrebbe far risalire la nascita del motion graphic design a molto prima dell'invenzione dell'elettronica e dei nuovi media, partendo dal 1800 e dalle tecniche di animazione pre-cinema. Nel XIX secolo infatti cominciarono a circolare le prime presentazioni su libri animati e sempre in quegli anni si assiste all'invenzione dello zootropio, così come di tanti altri strumenti (taumatropio, fenachistoscopio, stroboscopio, prassinoscopio e cineografo). Tuttavia un elemento che non era stato preso in considerazione, ma che risulta fondamentale quando si parla di motion, è il tempo e la sua rappresentazione artistica: attraverso il tempo viene scandita la velocità con cui le immagini si susseguono in modo da simularne il movimento, creando un'illusione per l'occhio umano e trarlo in inganno.

Cinematografo

Il fattore tempo entra in gioco grazie all'invenzione del cinematografo; scrive così Sinni: "Il cinema, così come la motion graphics, non manipola immagini provviste di un movimento reale, bensì utilizza, come tutti sanno, una successione di immagini statiche proiettate, o visualizzate sui pixel di uno schermo, a una velocità di un ventiquattresimo di secondo ciascuna, una velocità superiore alla possibilità umana di discernere la singolarità della visione" e prosegue integrando nel suo discorso il tema del design: "L'intervento dell'elemento temporale che si ha con la motion graphics all'interno delle possibilità espressive del design imprime un radicale

⁶ https://medium.com/@giannisinni/il-progetto-visivo-esteso-neltempo-ae943e56fcf5

cambio di passo nella percezione, nella progettazione e nelle modalità di fruizione della comunicazione visiva stessa... D'altra parte la possibilità di comunicare attraverso un'illusione di movimento fa sì che lo spettatore percepisca questa modalità come affine a ciò che sperimenta nel mondo naturale, potenziando così le capacità di memorizzazione e penetrazione del messaggio. Grafica statica e grafica in movimento rappresentano due modalità percettive diverse di cui il designer deve tenere conto." ⁶

Anni 20' in Germania

Già negli anni 20' in Germania venivano effettuati degli esperimenti attraverso dei film d'animazione in cui forme astratte animate giocavano un ruolo da protagonista per l'intera sequenza: possono essere citati "Rhythmus 21" di Hans Richter nel 1921, "Lichtspiel Opus I" di Walter Ruttman sempre nel 1921 o "Symphonie Diagonale" di Viking Eggeling nel 1924, fino al 1938 con "An Optical Poem" di Oskar Fishinger. Questi elencati sono comunque elaborati da ritenere d'avanguardia, realizzati interamente a mano e dunque dispendiosi in termini di tempo ed economicità. 7

1940: Stan Brakhage e Norman McLaren Arrivando al 1940 è utile invece citare il lavoro svolto da Stan Brakhage così come da Norman McLaren, animatore, art director e produttore che diede un grande contributo in campi come quello dell'animazione e filmmaking. Anche se più distaccato dal motion design e più vicino all'animazione, non può non essere preso in considerazione il suo ruolo nel campo della direct animation 8 (not a anche come "drawn-on-film animation" o "animation without camera"), una tecnica di animazione in cui le immagini vengono create fisicamente sulla pellicola (attraverso disegni, pittura, colla, graffi e molto altro) senza l'intervento di una camera, al contrario di qualsiasi altra forma di animazione in cui l'illusione del movimento nasce da una veloce sequenza di immagini o oggetti fotografati frame by frame grazie ad una camera. Questo primitivo metodo di animazione è possibile da effettuarsi su diversi formati di pellicola, preferendo i 70mm e 35mm per via della maggior larghezza, tuttavia può essere anche praticata su Super 8 e 16mm. Tuttavia è interessante la possibilità, su 35mm, di creare suoni sintetici e immagini disegnando o riproducendo in altro modo forme nella striscia audio in quanto ottica; come spiegherò successivamente, anche il sound design è

CAPITOLO 2 21

⁷ https://www.behance.net/gallery/91263795/John-Whitney-Father-of-Motion-Graphics?tracking_source=search%7Cessay%2Owriting

⁸ https://mubi.com/lists/direct-animation

un ambito che si integra bene con la motion graphics, diventando a tratti complementari, e per questo motivo è utile citare il lavoro di un pioniere come Norman McLaren, in quanto anche il sound design (in questo caso inteso nella sua forma primitiva di graphical sound) è un campo in cui il suo contributo risulta molto importante.

FIG. 3 Rhythmus 21, Hans Richter, 1921.



FIG. 4 An Optical Poem, Oskar Fischinger, 1924.



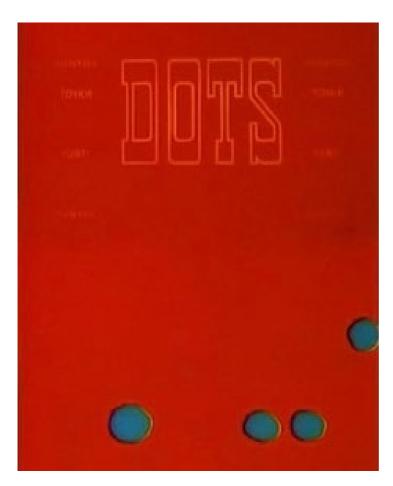


FIG. 5 Dots, Norman McLaren, 1940.



FIG. 6 Tecnica di direct animation "scratch on film".

Il ruolo del cinema

L'industria del cinema diede poi inizio all'evoluzione della motion verso una forma più precisa e raffinata: il merito va soprattutto a pionieri delle sequenze dei titoli di testa come Saul Bass ed Elaine Bass, primi significativi motion graphic designers prima che la computer grafica invadesse l'industria, che collaborarono con grandi maestri del cinema quali Alfred Hitchcock, Stanley Kubrick e Martin Scorsese.

In realtà la tecnica del film title design era già in uso dagli anni '20 sebbene in modo rudimentale e con un ruolo confinato alla comunicazione di diverse informazioni che precedevano l'inizio del film come il copyright di produzione o l'elenco del cast. Essa restava dunque una mera tecnica, un semplice strumento per "tappare i buchi" e non mostrava alcun tipo di progettazione alla base tale da poterne asserire l'inclusione in un ambito più vasto come il design.

Anni 50 - 60': Saul Bass

I lavori dei coniugi Bass ⁹ (presenti in alcuni classici del grande schermo degli anni '50-60 come "L'uomo dal braccio d'oro", "La donna che visse due volte", "Psycho") avevano invece la capacità di comunicare l'atmosfera del film tramite l'utilizzo di illustrazioni in movimento, facendone così da preludio e riuscendo a riassumere il concept della trama in pochi minuti.

Il mondo del cinema e quello del motion graphic design (che include così il graphic design, l'illustrazione e il sound design) iniziarono un connubio che dura fino ai giorni nostri ed è destinato a non morire mai. Grazie a Bass, Pablo Ferro, Maurice Binder e Richard Williams il titolo del film comincia ad essere utilizzato come un vero e proprio logotipo, dando molta rilevanza al font, come a definire l'identità visiva stessa del lungometraggio: logiche che riguardano il mondo del marketing (brand identity, merchandising, pubblicità, collegate da una coerenza visiva) invadono anche quello cinematografico. Per gli standard odierni, i progetti di Saul Bass sembrano relativamente semplici, ma all'epoca erano efficaci e considerati all'avanguardia. Durante questo periodo tutte le grafiche e le illustrazioni erano create a mano o su pellicola, senza l'ausilio di computer, ed erano estremamente lunghe e costose da produrre. Basti pensare che Bass ha progettato sequenze di titoli di apertura per 21 film negli anni '50, un risultato notevole considerando i limiti dispendiosi in termini di tempo presentati dalla tecnologia dell'epoca.

Ancora oggi Saul Bass riesce ad influenzare il campo del film title design, basta infatti pensare a sequenze di titoli abbastanza recenti in film come "Catch Me If You Can" (2002) o in serie TV come "Mad Men" (2007), ma non solo: è possibile trovare diverse analogie anche nel web design.



FIG. 7 Alcune delle sigle prodotte da Saul Bass.

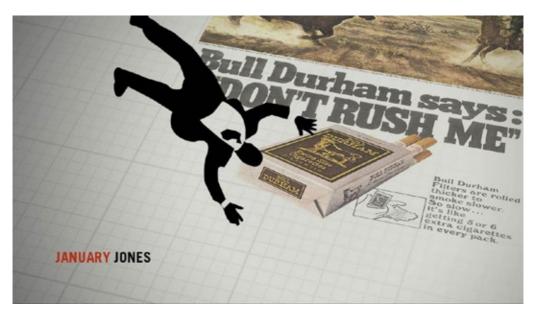


FIG. 8
Sigla di MadMen, creata dallo studio Imaginary Forces, 2007.

⁹ http://www.notcoming.com/saulbass/index2.php

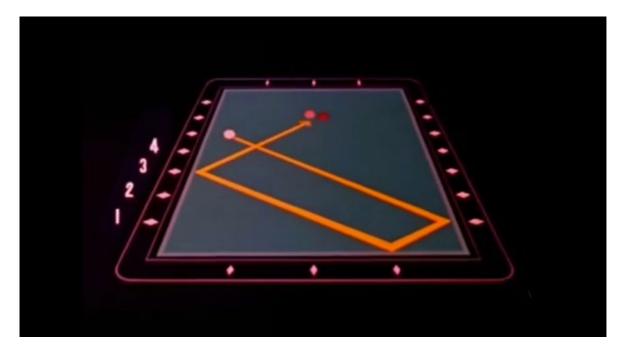


FIG. 9 Estratto del film d'animazione "Donald Duck in Mathmagic Land", Disney Productions, 1959.

¹⁰ https://www.lifewire.com/what-are-motion-graphics-4056786#:~:text=Motion%20graphics%20is%20a%20 new,of%20animated%20text%20or%20graphics

Primi esempi di motion graphic design

Sempre in quegli anni, precisamente nel 1959, vi sono altri tra i primi esempi di motion graphics per come viene intesa e concepita oggi. In un VHS intitolato "Donald Duck in Mathmagic Land" sono presenti alcuni minuti in cui su un tavolo da biliardo vengono animate delle linee per mostrare il rimbalzo e la traiettoria della palla bianca affinchè possa imbucare le palle colorate: in questo esempio scene di vita reale vengono affiancate a delle animazioni così come a dei momenti in cui viene effettivamente utilizzata la tecnica della motion graphics. Tuttavia essa, più che venir usata in modo squisitamente tecnico o accessorio, è utilizzata per fornire allo spettatore delle informazioni e facilitargli la comprensione di ciò che sta avvenendo: è evidente una certa progettazione a monte che esclude l'utilizzo della motion come mera animazione ma come vera e propria forma di design. 10

Anni 60-70': Broadcast Design

Purtroppo fino alla fine degli anni '60 la grafica in movimento, oltre a richiedere molto tempo come già detto, era anche abbastanza costosa, facendo sì che il suo utilizzo fosse strettamente limitato alla produzione cinematografica o televisiva ad alto budget. I miglioramenti nella tecnologia informatica in quegli anni hanno però portato all'avvento della grafica generata al computer, ovvero alla rappresentazione e manipolazione dei dati di un'immagine da parte di un computer. William Fetter (graphic designer per The Boeing Company), ha coniato il termine "computer graphics" nel 1960. I primi lavori di Fetter alla Boeing si sono concentrati su l'ergonomia degli interni dei simulatori di volo, attraverso appunto immagini generate al computer. L'uso della computer grafica non è stato però solo limitato alle suddette simulazioni e alla progettazione industriale. I vantaggi delle immagini e delle animazioni prodotti digitalmente si sono presto fatti strada nei film e nelle trasmissioni televisive, dando vita ad aziende specializzate nella produzione e distribuzione di motion graphics digitale. Una delle prime case di computer grafica, Digital Effects, è stata fondata a New York nel 1978; DE non solo ha contribuito a produrre seguenze di titoli di apertura per film come "TRON", ma si è affermata tra le principali reti televisive producendo elaborati multimediali per pubblicità nazionali e promozioni televisive. 11

¹¹ https://evolutionofbroadcastgraphics.wordpress.com/history/

Nel giro di qualche anno anche la produzione televisiva a basso - medio budget riuscì ad accedere al mondo della motion graphics, facendo estendere la richiesta di una nuova figura specializzata come il broadcast designer: un professionista coinvolto nella creazione di elementi grafici e media digitali all'interno di produzioni televisive, come ciò che riguarda il "branding" di canali televisivi o gli elementi grafici in sovraimpressione nel corso di una trasmissione televisiva.

John Whitney

Il primo a riconoscere il ruolo della motion graphics e darle questo termine fu John Whitney, ritenuto il vero padre del motion graphic design, il quale fondò nel 1960 la Motion Graphics Inc., un'azienda che si occupava di creare sigle per la televisione e il cinema.

Già tra il 1940 e il 1945 Whitney cominciò a lavorare in questo ambito, muovendo i suoi primi passi nel mondo cinematografico con "Five Film Exercises" insieme al fratello James, il quale gli valse nel 1948 un Guggenheim Award che gli permise di continuare il suo lavoro. Successivamente nel 1958, attraverso la collaborazione con un altro pioniere della motion già citato, Saul Bass, creò la sequenza di titoli per il film di Alfred Hitchcock "Vertigo".

I suoi lavori sono comunque innumerevoli ed il suo contributo nell'evoluzione della computer grafica così come in quella tecnologica per permettere la creazione di elaborati sempre di maggior pregio è stato fondamentale. Tuttavia il suo focus principale non era lo strumento o la tecnica di animazione in sè, ma poneva grande attenzione nel risultato artistico finale cui intendeva raggiungere. Nonostante la tecnologia non fosse avanzatissima in quegli anni, Whitney dimostrò essere anche un visionario portando con sè la forte convinzione che i digital artists del futuro avrebbero dovuto padroneggiare skills relative al codice e alla programmazione per essere competitivi e di successo.

Grazie a professionisti come Whitney e i coniugi Bass è possibile affermare che già all'inizio degli anni 70' la motion graphic moderna era ufficialmente nata.¹²

¹² https://www.behance.net/gallery/91263795/John-Whitney-Father-of-Motion-Graphics?tracking_source=search%7Cessay%2Owriting

Anni 80': sviluppo dei softwares

Tra la fine degli anni '80 e la metà degli anni '90, i costosi software proprietari come quelli di Quantel erano abbastanza comuni in molte stazioni televisive. Le workstation Quantel (tra le più famose Mirage e Paintbox) erano lo standard grafico di trasmissione dell'epoca. Alcuni tra I primi softwares 3D proprietari sono stati anche sviluppati specificamente per la progettazione di trasmissioni come il Bosch FGS-4000, utilizzato per la produzione del video musicale "Money for Nothing" dei Dire Straits.

L'avvento di computer desktop più potenti e l'arrivo di Photoshop a metà degli anni '90 ha infine ridotto drasticamente i costi di produzione di grafica digitale, accelerandone la diffusione.

Successivamente, con la disponibilità di programmi come Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro e Apple Motion, la motion graphics è diventata sempre più accessibile ed utilizzata. ¹³

Adobe After Effects

Introdotto nel 1993, After Effects è stato il primo software progettato per realizzare animazioni, compositing ed effetti speciali sul personal computer.

Le sue funzionalità possono essere paragonate a quelle di Photoshop e Illustrator, aggiungendo la possibilità di lavorare in un formato audiovisivo anzichè prettamente statico e di poter combinare i due mondi (fotografia, effetti visivi e illustrazione).

Il linguaggio visivo che si può adoperare grazie ad AE è simile alla logica del remix musicale; quest'ultimo implica infatti la combinazione di contenuti, ad esempio tracce musicali diverse.

In questo caso ciò che viene remixato non è solo il contenuto di diversi media o semplicemente la loro estetica, ma le loro tecniche fondamentali, metodi di lavoro, linguaggi e presupposti. Uniti nell'ambiente software comune, la cinematografia, l'animazione, l'animazione al computer, gli effetti speciali, il design grafico e la tipografia sono arrivati a formare un nuovo metamedium. Un lavoro prodotto in questo nuovo metamedium può utilizzare tutte le tecniche che in precedenza erano uniche per questi diversi media, o qualsiasi sottoinsieme di queste tecniche. ¹⁴

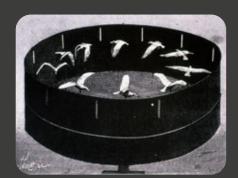
CAPITOLO 2 29

¹³ https://it.xcv.wiki/wiki/Motion_graphics

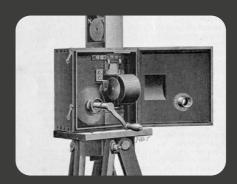
¹⁴ https://www.grafigata.com/tutorial/cosa-e-adobe-after-effects/#gref

2.3.1 Timeline

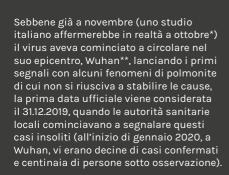
Evoluzione della motion graphics



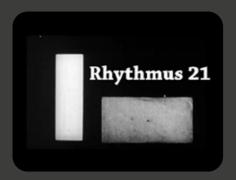
1834 Zootropio



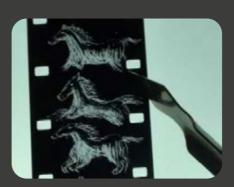
1893 Cinematografo



Il 9 gennaio le autorità sanitarie dichiaravano ai media la natura della malattia: un nuovo patogeno appartenente alla famiglia dei coronavirus responsabili della Sars. Il 10 gennaio l'Oms divulgava poi la notizia, fornendo le prime istruzioni per evitare il contagio (soprattutto evitare il contatto con le persone sintomatiche). Il 12 gennaio infine il virus veniva sequenziato in modo da poter sviluppare e diffondere i kit diagnostici.



1921Rhytmus 21



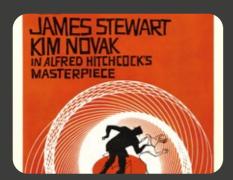
1940° Direct Animation

Il 21 gennaio l'Oms annuncia che il virus, che probabilmente è stato trasmesso dall'animale all'essere umano (un salto di specie), si trasmette anche da uomo a uomo, senza ancora capire però quanto alto fosse il tasso di contagiosità. Diversi Stati cominciavano a raccomandare di non fare viaggi in Cina se non per necessità, allo stesso tempo Wuhan entrava nel suo primo lockdown totale.

In Italia al 29 gennaio i casi erano pochi, tutti provenienti dalla Cina*.
Nella serata del 30 gennaio l'Oms dichiarava l'emergenza sanitaria pubblica di interesse internazionale e l'Italia bloccava i voli da e per la Cina, unica in Europa. Tuttavia l'8 Febbraio l'Oms annunciava che i casi in Cina si stavano stabilizzando.

2.3.1 Timeline

Evoluzione della motion graphics



1950° <u>Film Title Design</u>



1978 Digital Effects

Sebbene già a novembre (uno studio italiano affermerebbe in realtà a ottobre*) il virus aveva cominciato a circolare nel suo epicentro, Wuhan**, lanciando i primi segnali con alcuni fenomeni di polmonite di cui non si riusciva a stabilire le cause, la prima data ufficiale viene considerata il 31.12.2019, quando le autorità sanitarie locali cominciavano a segnalare questi casi insoliti (all'inizio di gennaio 2020, a Wuhan, vi erano decine di casi confermati e centinaia di persone sotto osservazione).

Il 9 gennaio le autorità sanitarie dichiaravano ai media la natura della malattia: un nuovo patogeno appartenente alla famiglia dei coronavirus responsabili della Sars. Il 10 gennaio l'Oms divulgava poi la notizia, fornendo le prime istruzioni per evitare il contagio (soprattutto evitare il contatto con le persone sintomatiche). Il 12 gennaio infine il virus veniva sequenziato in modo da poter sviluppare e diffondere i kit diagnostici.



1990 Quantel Paintbox



1993 After Effects

Il 21 gennaio l'Oms annuncia che il virus, che probabilmente è stato trasmesso dall'animale all'essere umano (un salto di specie), si trasmette anche da uomo a uomo, senza ancora capire però quanto alto fosse il tasso di contagiosità.

Diversi Stati cominciavano a raccomandare di non fare viaggi in Cina se non per necessità, allo stesso tempo Wuhan entrava nel suo primo lockdown totale.

In Italia al 29 gennaio i casi erano pochi, tutti provenienti dalla Cina*.
Nella serata del 30 gennaio l'Oms dichiarava l'emergenza sanitaria pubblica di interesse internazionale e l'Italia bloccava i voli da e per la Cina, unica in Europa. Tuttavia l'8 Febbraio l'Oms annunciava che i casi in Cina si stavano stabilizzando.

"La possibilità di comunicare attraverso un'illusione di movimento fa sì che lo spettatore percepisca questa modalità come affine a ciò che sperimenta nel mondo naturale, potenziando così le capacità di memorizzazione e penetrazione del messaggio."

2.4 Animazione vs Motion

La motion graphics e l'animazione presentano diverse analogie che spesso le portano ad essere confuse e inter-scambiate, o addirittura assimilate sotto lo stesso significato in maniera, in realtà, non del tutto errata. Tuttavia è possibile individuare delle differenze tra i due mondi che aiutano a capire quando si parla di motion e quando di animazione riuscendo a distinguerle con maggior facilità.

Nel capitolo precedente la motion è stata definita come "una progettazione grafica (combinazione di testi, immagini e simboli) a cui si applicano tecniche di animazione. Immagini, testi e simboli che di per sé sarebbero elementi statici danno l'illusione di essere in movimento tramite il veloce susseguirsi di sequenze di immagini appositamente progettate e disegnate". Il motion graphic designer potrebbe essere dunque definito come un graphic designer in grado di padroneggiare software di animazione allo scopo di donare movimento e dinamicità agli elaborati che produce.

2.4.1 Motion

Animazione vs Motion

Come attuare dunque una distinzione? Per quanto riguarda il motion design, esso può essere descritto e riassunto in alcuni punti fondamentali.

Concetti astratti

Generalmente mostra concetti astratti anziché un racconto, una storia. ¹





FIG. 10 GIF Animata prima e dopo. La sua utilità è quella di far vedere qualcosa di caratteristico di Londra accostandolo al suo stesso nome, in modo immediato e semplice.

¹⁵ https://invideo.io/blog/what-are-motion-graphics

La sua natura è più informativa ed istruttiva.

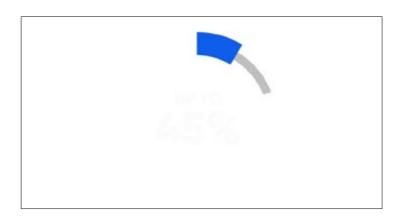




FIG 11 Infografica animata per indicare l'incremento della produttività agricola in Europa.

Pulizia visiva

L'elaborato finale, in generale, è visivamente pulito e privo di troppi particolari; spesso non vi è la necessità di mostrare un contesto per far arrivare il messaggio al destinatario e renderlo comprensibile.

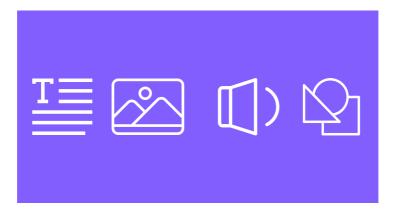
Ciò fa sì che il messaggio comunicato attraverso un video di motion graphic sia raggiunto da molti più spettatori.



FIG. 12 "The art of computing", Illo, gennaio 2016 per Quadro. 16

Elementi visivi

In genere include testo combinato con forme e talvolta immagini, tutti elementi tratti dal graphic design.



¹⁶ https://vimeo.com/151003071

Aiuto visivo

Può illustrare visivamente idee complesse, come fosse un aiuto visivo. Alcune idee (soprattutto quelle complesse e astratte) sono difficili da spiegare con parole o immagini fisse. Pochi secondi di motion possono chiarire tutto perfettamente. Un esempio è la compilazione errata di una password, segnalata da una colorazione rossa di quest'ultima spesso associata ad una vibrazione, invitando così l'utente a re-inserirla correttamente.



FIG. 13 Messaggio di errore all'inserimento della password sbagliata su un iPhone.

Broadcast Design

Oltre a questi punti è importante ricordare come la motion si integra anche con riprese video, come già visto nel capitolo precedente quando è stato trattato il tema del broadcast design, per rafforzare il messaggio diretto allo spettatore.



FIG. 14 Sigla della FOX 17.

2.4.2 Animazione

Animazione vs Motion

Differenze

Per quanto riguarda invece l'animazione, essa richiede in genere un budget più alto e una sequenza temporale più lunga rispetto alla motion.

I punti fondamentali attraverso i quali l'animazione si differenzia dalla motion non sono opposti bensì complementari:

Storia e trama

Un video animato vuole raccontare una storia con una trama.

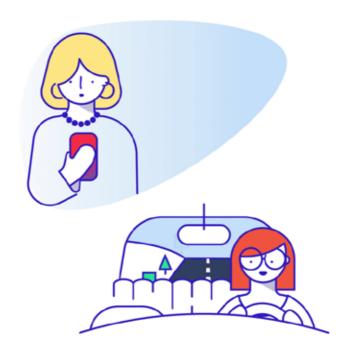


FIG. 15 Questa animazione racconta la storia di ciò che accade quando si inviano messaggi durante la guida, di SB.D.

Abilità artistiche

Comunica meno informazioni, dando più visibilità alle abilità artistiche.

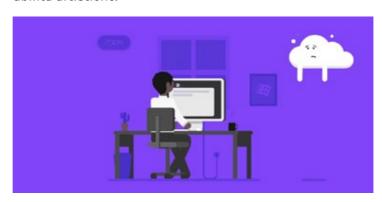


FIG. 16 Questa animazione spiega attraverso una narrazione divertente come i dati vengono salvati nel cloud. Animazione di Janos Nyujto.

Personalità

Sono presenti personaggi, oggetti, mondi e contesti completamente sviluppati; per esempio i personaggi mostrano un certo carattere e sono dotati di una loro personalità.



FIG. 17 Scena tratta dal film d'animazione Disney Aladdin, 1992.

Conclusioni

Sostanzialmente la grafica in movimento si concentra sul dare movimento agli elementi di progettazione grafica, ma tende ad avere un aspetto narrativo meno concreto rispetto ad altri tipi di animazione.

Alcuni video di animazione però non riescono a raggiungere concretamente molti utenti in quanto spesso è associata ad una visione più infantile, ricordando un po' troppo lo stile ed il linguaggio visivo dei cartoni animati. In definitiva alcuni progetti richiedono un mondo animato e personaggi con un carattere e personalità sviluppati, ma altri traggono vantaggio dalla semplicità visiva della motion graphic; tuttavia, sebbene quest'ultima sia visivamente più semplice, spesso richiede la stessa pianificazione, riflessione e cura di un pezzo animato.

"When we say 'real', we mean only what the audience accepts as being real, for obviously a real animal cannot act or emote as broadly as animators require. The more an animator goes toward caricaturing the animal, and the more he seems to be capturing possibilities for acting. Style and design are part of this, too. A caricature cannot be made without them. But the biq point is that the characters on the screen appear to be the most real when they can be animated to have personalities."

2.5 I 12 principi dell'animazione

Walt Disney

Quando si parla di animazione non si può non citare lo studio più famoso di sempre: l'operato di Walt Disney ha rivoluzionato il mondo dell'animazione attraverso un approccio ed una tecnica che con il passare degli anni sono diventati dei comandamenti, dei punti cardine per diverse generazioni di animatori, produttori, sceneggiatori e registi.

Non a caso quando si parla dello studio di animazione con sede a Burbank si usa il termine "disneyanità", riassuntivo delle caratteristiche e della vision che da sempre contraddistinguono The Walt Disney Company.
L'approccio disneyano, considerato in un primo momento tanto rivoluzionario quanto innovativo, si è affermato diventando un classico, uno standard da seguire quasi tassativamente per una ottima riuscita dell'elaborato finale.

In particolar modo risulta utile citare la teorizzazione dei 12 principi fondamentali dell'animazione, introdotti dagli animatori Ollie Johnston e Frank Thomas nel loro libro "The Illusion of Life: Disney Animation" del 1981. Il contenuto del libro si basa sul lavoro degli animatori Disney dagli anni '30 in poi e la loro volontà di produrre animazioni sempre più fedeli alla realtà.

Lo scopo principale di questi 12 punti è quello di ottenere l'illusione che i personaggi dei cartoni animati aderiscano alle leggi fondamentali della fisica, ma si occupano anche di questioni come il tempismo emotivo e l'appeal del personaggio. ¹⁶

Leggi della fisica

Prendendo in esame il volo di Dumbo, si può notare quanto questo risulti essere un movimento irreale, ma allo stesso tempo molto credibile: in maniera quasi scientifica il peso corporeo, la forza dell'aria sulle orecchie (che sembrano ali), la gravità, il bilanciamento del corpo, vengono percepiti dallo spettatore in modo spontaneo e naturale. Ciò che viene messo in primo piano sono dunque la fluidità e la naturalità delle azioni compiute dal personaggio.

Emotività

Alcune regole riguardano invece l'espressività e la comunicazione. L'esagerazione era per Disney l'aspetto più importante: la credibilità del personaggio animato deriva dalle emozioni che riesce a trasmettere; per questo tristezza, gioia, dolore, timidezza dovevano essere il più possibile espliciti. ¹⁷

Quando valgono?

Risulta importante sottolineare che i principi fondamentali non valgono esclusivamente in un ambiente di lavoro 2D e / o tradizionale. Essi vengono seguiti e restano validi anche nel mondo digitale, sia quando si parla di animazioni bi-dimensionali

Essi vengono seguiti e restano validi anche nel mondo digitale, sia quando si parla di animazioni bi-dimensional che tridimensionali; il trasferimento delle 12 regole al mondo della computer grafica si deve a John Lasseter e al suo già citato film d'animazione del 1988, Tin Toy.

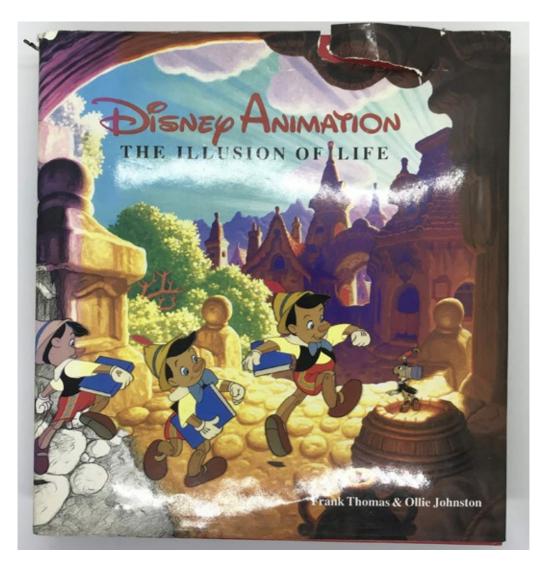


FIG. 18 Copertina di "The Illusion of Life", Frank Thomas & Ollie Johnston, 1981.

#1 Squash and Stretch

Lo Squash and Stretch è reputato da molti uno dei punti più importanti fra i 12. Esso è descrivibile come ciò che dà flessibilità agli oggetti, considerando fattori come la forza di gravità, il peso e la massa di un oggetto o personaggio. Il modo più semplice per capire come funzionano lo squash e lo stretching è guardare una palla che rimbalza. Quando la palla inizia a cadere e prende velocità si allunga appena prima dell'impatto col suolo; quando colpisce il terreno invece si schiaccia, prima di allungarsi di nuovo mentre decolla.

Un aspetto da tener d'occhio è l'illusione del peso: per mantenere l'integrità della palla è importante che il volume di questa resti coerente in tutti i frame, sia quando è schiacciata che allungata.

Inoltre, più veloce è l'oggetto e più verrà deformato nelle due fasi.

Gli esempi nella realtà di squash e stretching sono molteplici: si possono prendere in esame le deformazioni che avvengono sul viso quando qualcuno parla, sorride, piange, si sorprende o si spaventa; nell'animazione queste vengono spesso esagerate, aggiungendo effetti comici o più appeal al personaggio.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

#2 Anticipation

L'anticipazione viene utilizzata nell'animazione per preparare il pubblico a un'azione che sta per accadere e rendere i movimenti più credibili.

Un esempio pratico e facilmente comprensibile è quello del giocatore di baseball: prima che questo lanci la palla, deve muovere tutto il corpo e il braccio all'indietro per guadagnare abbastanza energia per lanciare la palla in avanti. Quindi, se un personaggio animato ha bisogno di andare avanti, acquisisce credibilità agli occhi dello spettatore se prima esegue anche un leggero movimento nella direzione opposta; oltre ad aggiungere più credibilità, informa anche lo spettatore del movimento che verrà compiuto da parte del personaggio.

Altri casi in cui viene utilizzata l'anticipazione includono i momenti in cui un personaggio guarda fuori dallo schermo quando qualcuno sta arrivando, o quando l'attenzione di un personaggio è focalizzata su qualcosa che sta per fare. Esiste anche l'esatto opposto dell'anticipazione, ovvero la gag a sorpresa: si ottiene nel caso in cui ad esempio, lo spettatore sia convinto che si verifichi una determinata azione, ed improvvisamente se ne verifica un'altra. Il risultato è una sensazione di sorpresa e ilarità.

 $\label{limits} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

#3 Staging

Lo staging può essere tradotto come "messa in scena": è il modo in cui la scena viene impostata, dal posizionamento dei personaggi agli elementi di sfondo e di quelli in primo piano, l'umore del personaggio e il modo in cui è impostata l'angolazione della telecamera.

Lo staging viene utilizzato per rendere chiaro allo spettatore ciò che succede sullo schermo ed evitare che le animazioni lo confondano (talvolta è utile per eliminare dettagli in realtà non necessari).

Un'azione viene messa in scena affinché sia capita, una personalità perché sia riconoscibile, un'espressione perché possa essere vista, un sentimento perché influenzi il pubblico.

Lo stesso Walt Disney usò queste parole per rendere più chiaro il concetto: "Lavorate la maggior parte del tempo su silhouette, o comunque immaginate sempre di farlo, in modo che tutto sia chiaro già da lì. Non fate fare un movimento particolare ad una mano se questa è davanti al volto, altrimenti non vedrete cosa sarà. Disegnatela lontana dal volto, risulterà sicuramente più chiara."

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

Straight Ahead Action and Pose to Pose

L'azione diretta (Straight Ahead Action) è un approccio molto lineare all'animazione e consiste nell'animare dall'inizio alla fine, fotogramma per fotogramma. In questo modo si crea ogni posa dell'animazione una dopo l'altra. Quindi, se il personaggio sta atterrando a terra dopo aver saltato in aria, ci saranno diverse pose, da quando inizia a inginocchiarsi a quando è completamente accovacciato. Grazie a questo principio l'azione viene resa rapida, fluida e dinamica.

Da quando comincia a disegnare i vari frame, l'illustratore / animatore non ha bene in mente come evolveranno i movimenti del personaggio e di quanti disegni avrà bisogno, arrivando a nuove idee man mano che disegna. Con l'azione da posa a posa (Pose to pose) l'animazione è più metodica, attraverso le sole pose chiave necessarie per descrivere correttamente il movimento del personaggio. In questo caso l'animatore pianifica la sua azione, calcola esattamente quanti e quali disegni saranno necessari per animare la scena e ciò gli consente un lavoro più semplice, garantendo che le proporzioni e il tempismo siano corretti prima di aggiungere più intervalli in seguito (attraverso il supporto dell'assistente che disegna gli intermedi), ed è ottimo per scene lente, drammatiche o emotive. Spesso questi due approcci vengono utilizzati in combinazione ottenendo ottimi risultati

https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggi-animazione.pdf

Follow Through and Overlapping Action

Distinguere completamente questi due principi non è un esercizio semplice.

Nella vita reale, tutto si muove a velocità diverse e in diversi momenti nel tempo, quindi il "follow through and overlapping action" è importante per catturare movimenti realistici e fluidi.

Il follow-through è l'idea che parti separate del corpo continuano a muoversi dopo che il personaggio si è fermato. Quando un personaggio si ferma alla fine di una passeggiata, le braccia possono esercitare un ulteriore movimento prima di stabilirsi in una posizione di riposo. Si può fare un esempio anche immaginando i vestiti indossati da un personaggio: anch'essi subiscono il movimento riflesso degli arti e quando questi si fermano, gli abiti continuano ad oscillare per un breve periodo. L'azione di sovrapposizione (chiamata anche "trascina" o "guida e segui") è molto simile in quanto significa che diverse parti del corpo si muovono in momenti diversi. Un esempio di azione sovrapposta è quando un personaggio alza il braccio per salutare: la spalla si muoverà prima, poi il braccio e poi il gomito, prima che la mano rimanga indietro di alcuni fotogrammi. Lo stesso si può dire di un filo d'erba che ondeggia nel vento: si muove prima la base del filo e poi il resto dell'erba lo segue a velocità diverse, dandogli quel tipico movimento ondeggiante.

Quando l'intera figura arriva ad un completo stop, in un atteggiamento definitivo, questa posa viene chiamata "disegno tenuto" (held drawing).

Però è anche importante che i personaggi fermi mostrino una sorta di movimento (per esempio gli occhi che sbattono le palpebre, il respiro, ecc.) per evitare che l'animazione "muoia".

Questo effetto si chiama "moving hold", che in italiano si potrebbe tradurre con la locuzione "fisso in movimento".

 $\label{limits} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

Slow In and Slow Out

Quando un oggetto si muove o si ferma, deve esserci un tempo per l'accelerazione e la decelerazione. Senza Slow In and slow Out, i movimenti risultano innaturali e alquanto robotici.

Quando un'auto accelera, non raggiunge la piena velocità in un istante ma deve prima guadagnarla pian piano. Allo stesso modo, quando si ferma, non passa da cento a zero in un batter d'occhio ma rallenta fino a quando non si ferma completamente.

Questo principio può essere applicato nell'animazione tenendo conto della spaziatura tra i frame. Quando un personaggio si alza da una posizione seduta, la spaziatura di ciascuna posa sarà più ravvicinata all'inizio in modo che si possa rallentare il movimento in entrata. Man mano che si alza, le pose vengono ulteriormente distanziate fino alla fine dell'azione. Senza questa accelerazione e decelerazione delle azioni, tutto sarebbe molto brusco e a scatti.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

#7 Secondary Action

L'azione secondaria si riferisce alle azioni che supportano o enfatizzano l'azione principale per dare più vita all'animazione e creare una performance più convincente. È importante ricordare che l'azione secondaria dovrebbe essere tipicamente qualcosa di sottile che non sminuisca l'azione principale in corso (forse anche pensata come un'azione subconscia). Per questo motivo, i movimenti drammatici hanno la priorità sulle espressioni facciali. Supponendo che un personaggio stia parlando con un altro personaggio in una sala d'attesa, i due che parlano sarebbero l'azione principale, ma se uno di loro inizia a battere nervosamente il piede, quella sarebbe l'azione secondaria. Altri esempi potrebbero essere un personaggio che fischia, si appoggia a un muro o incrocia le braccia mentre è in corso un'azione primaria.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

Timing and Spacing

Il tempismo e la spaziatura nell'animazione sono ciò che donano a oggetti e personaggi l'illusione di muoversi secondo le leggi della fisica.

Il tempo si riferisce al numero di fotogrammi tra due pose o alla velocità di azione. Ad esempio quando si dice che una pallina si sposta da sinistra a destra dello schermo in 24 fotogrammi si parla di tempismo: sono necessari 24 fotogrammi o 1 secondo (se si lavora con una velocità di 24 fps, tipica del mondo cinematografico) perché la pallina raggiunga l'altro lato dello schermo. Il tempismo può anche stabilire l'umore, l'emozione e la personalità. La spaziatura si riferisce invece al modo in cui vengono posizionati i singoli fotogrammi. Ad esempio, nello stessa situazione descritta prima, la spaziatura sarebbe il modo in cui la pallina è posizionata negli altri 23 fotogrammi. Se la distanza è ravvicinata, la palla si muove più lentamente. Se la distanza è maggiore, la palla si muove più velocemente.

 $\label{limits} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

CAPITOLO 2

#9 Arc

Tutto nella vita reale si muove tipicamente realizzando dei movimenti ad arco. Dal momento che è innaturale pensare che le persone si muovano in linea retta, aderire a questo principio di animazione è fondamentale per assicurarsi di ottenere movimenti fluidi e realistici. Più velocemente si muove qualcosa, più piatto è l'arco e più ampio è il movimento. Qualcosa che si muove in linea retta è facilmente immaginabile come quelli che potrebbero essere i movimenti di un robot.

Se un personaggio gira la testa, la abbassa nel compiere il movimento per creando un arco.

Aver cura dei dettagli è altrettanto importante: quando un personaggio cammina, anche la punta delle dita dei piedi dovrebbero muoversi tracciando un movimento ad arco.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

#10 Exaggeration

L'esagerazione viene utilizzata per enfatizzare ulteriormente i movimenti, aggiungendo più fascino a un'azione; tuttavia dovrebbe sempre essere implementata in una certa misura.

L'esagerazione può essere utilizzata per creare movimenti estremamente fumettistici che includono alterazioni fisiche e surreali.

Allo stesso tempo l'esagerazione può essere applicata con moderazione per ottenere azioni più realistiche. Anche in questo caso però si può usare per rendere più divertente un movimento pur rimanendo fedele alla realtà. Quindi, se un personaggio si sta preparando a saltare giù da un trampolino, si può spingerlo un po' più in basso prima che salti giù.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

#11 Solid Drawing

Una progettazione efficace vede il personaggio apparire in diverse posizioni e da diverse angolazioni: il disegno solido svolge un ruolo fondamentale nel prendere in considerazione le forme in uno spazio tridimensionale, dando loro sia un volume che un peso.

Sono da evitare i disegni gemelli: le braccia e le gambe su entrambi i lati di un corpo creano una presentazione innaturale e risultano noiosi, poco attraenti.

 $\label{limits} \mbox{https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf}$

#12 Appeal

Questo principio può ridursi all'aggiungere più fascino e carisma ai personaggi e agli oggetti per renderli più reali e credibili e fare entrare l'osservatore in empatia con essi. E' importante avere un personaggio con cui il pubblico può connettersi o relazionarsi, mentre progettare un personaggio troppo complicato o confuso viene compreso e accettato difficilmente dallo spettatore.

Anche qui entra in gioco il principio dell'esagerazione: esagerare la mascella o giocare con la forma e grandezza degli occhi può donare maggior appeal al personaggio progettato.

 $\label{limit} https://www.gdr-online.com/download/tesi-dinamiche-linguaggianimazione.pdf$

"Ogni esperienza è una narrazione. Ogni designer è un narratore. Il motion design non solo aiuta i designer a trasmettere il messaggio in modo più efficiente, ma lo rende anche

più coinvolgente."

2.6 Show, don't tell

In base all'analisi svolta precedentemente, ciò che sembra dividere maggiormente il mondo dell'animatore e quello del motion designer risiede nel raccontare o meno una storia.

Tuttavia questa risulta essere un'affermazione piuttosto azzardata; occorre quindi definire meglio il ruolo del designer e gli strumenti progettuali attraverso cui egli può raggiungere i suoi obiettivi.

Storytelling

Nel mondo del design lo storytelling ha sempre giocato un ruolo fondamentale in modo più o meno velato, tuttavia l'oggetto di design così come l'elaborato visivo di qualità possiedono sempre un concept forte alla base attraverso il quale il designer intende comunicare il percorso che lo ha portato a concepire tale prodotto, le motivazioni, la natura e lo scopo finale.

Con un ottimo storytelling tutto ciò risulta più chiaro ed il prodotto acquisisce molto più valore.

Recentemente, con lo slittamento dal cartaceo al digitale e l'affermarsi di nuove branche del design della comunicazione visiva (web design, UX/UI design ecc.), il fattore storytelling è diventato sempre più esplicito e richiesto.

Narrative Design

Da circa un ventennio a questa parte si è potuto assistere alla nascita del Narrative Design, in particolar modo grazie all'espansione e all'affermazione dell'azienda videoludica. Sebbene si parli di narrative designer in ambito per lo più videoludico, una sua definizione più ampia estenderebbe il suo ruolo in molti più campi del design.

Il ruolo del narrative designer nello storytelling interattivo è unico in quanto è un processo attivo per creare una storia tramite la navigazione degli utenti di uno spazio dati.

¹ https://vimeo.com/151003071

Storytelling interattivo

Il termine "storytelling interattivo" sopracitato nasce anch'esso principalmente insieme ai videogiochi; esso è una forma di intrattenimento digitale in cui la trama non è predeterminata. L'autore crea l'ambientazione, i personaggi e il contesto su cui indirizzare la narrazione, ma l'utente sperimenta una storia unica basata sulle sue interazioni con il mondo della storia. L'utente in questione non deve essere necessariamente e unicamente visto come un videogiocatore; il tutto può essere anche osservato dal punto di vista di un utente che naviga su internet e dunque sotto l'aspetto della user experience e della user interface.

"Le storie sono un'opportunità per coinvolgere, evocare una risposta emotiva e creare una connessione profonda tra gli utenti e la piattaforma con cui si interfacciano; quando si inserisce la narrazione all'interno dell'esperienza di navigazione, l'utente diventa il vero protagonista." ¹⁷

Progettare a monte

Interazione e coinvolgimento risultano dunque essere due temi sempre più caldi in un mondo che si muove verso il digitale.

Per questo motivo il motion design assume maggiore rilevanza nella progettazione di interfacce e risulta sempre più presente nei materiali audiovisivi con cui ogni giorno abbiamo a che fare: è capace di creare interazione e coinvolgere l'utente nella sua esperienza online, ovviamente quando inserito nel progetto nel modo più efficiente possibile e non come mero accessorio o in quanto tecnica di animazione che non aggiunge valore al prodotto finale. Al contrario, una progettazione a monte che tiene conto della possibilità espressiva e funzionale del motion design aiuta ad ottenere un elaborato più valido.

Quando la motion genera emozioni

Nick Babich ha scritto nel 2018 un articolo intitolato "When Motion Creates Emotion" in cui tratta ampiamente questo argomento, criticando i designer che usano gli effetti animati alla fine del processo, come fosse un rossetto. Babich parte dal concetto che ogni esperienza è una narrazione e di conseguenza ogni designer è uno storyteller (ovvero un narratore). ¹⁸
Quante volte si usa dire che un'immagine spesso vale più di mille parole? È possibile rafforzare l'effetto di

Quante volte si usa dire che un'immagine spesso vale più di mille parole? È possibile rafforzare l'effetto di un'immagine introducendo il motion design: non solo aiuta i designer a trasmettere il messaggio in modo più efficiente, ma rende anche il progetto più coinvolgente. In questo modo si arriva al concetto dello "Show, don't tell".

¹⁷ https://www.labstories.it/il-narrative-design/

¹⁸ https://uxplanet.org/when-motion-creates-emotion-ad29befeb1b3

Lo "Show, don't tell" è una tecnica di scrittura in cui la storia e i personaggi sono collegati attraverso dettagli sensoriali e azioni piuttosto che attraverso l'esposizione. Promuove uno stile di scrittura più coinvolgente per il lettore, consentendo loro di "essere nella stanza" con i personaggi.

Mostrare

"Quando sua madre spense la luce e lasciò la stanza, Michael si irrigidì. Si rannicchiò sotto le coperte, afferrò le lenzuola e trattenne il respiro mentre il vento sfiorava la tenda."

Raccontare

"Michael aveva terribilmente paura del buio."



FIG. 19 Leo Natsume, "How to give the right destination for the trash", progetto per GZH, 2016.

2.7 Motion e Web Design

Effetti visivi

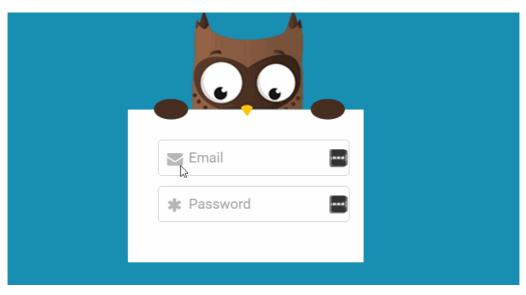
Vi sono effetti appartenenti al mondo dell'animazione e della motion che spesso vengono usati nel web design, come per esempio il parallax effect, che crea un effetto di scorrimento 3D mentre l'utente scorre la pagina verso il basso. Non deve essere visto nella sua accezione decorativa in quanto l'effetto parallasse ha un chiaro scopo funzionale: supporta la continuità visiva e aiuta i visitatori a capire dove si trovano durante la loro esperienza web.

Mobile App

Gli effetti animati sono particolarmente utili anche per le app: fanno dimenticare agli utenti che stanno solo toccando un pezzo di vetro e invece li fa sentire come se stessero interagendo con elementi reali sullo schermo. L'app Readme.io è un ottimo esempio di come si può progettare un animazione in modo funzionale durante la fase di login. L'app utilizza la sua mascotte (un gufo) durante questa fase. Quando gli utenti toccano il campo della password, il gufo si copre gli occhi. Viene messo in atto un comportamento tipico degli umani nella vita reale, ovvero il voltarsi di una persona accanto a noi quando dobbiamo digitare una password o un pin. L'utente in questo modo entra in empatia con l'applicazione ed è sicuramente più divertito e invogliato ad utilizzare questa piuttosto che una sua competitor, anche se con delle funzionalità migliori: la prima impressione è decisamente la più importante e, grazie a questo esempio, si può notare come attraverso una piccola animazione è più semplice conquistarsi la fiducia di un utente.

Feedback

L'azione che il gufo compie serve anche a fornire un feedback all'utente: qualcosa sta accadendo o è successo. Utilizzando anche un semplice effetto animato in un progetto, si può far percepire agli utenti che stanno interagendo con qualcosa, rende il tutto più "vivo".



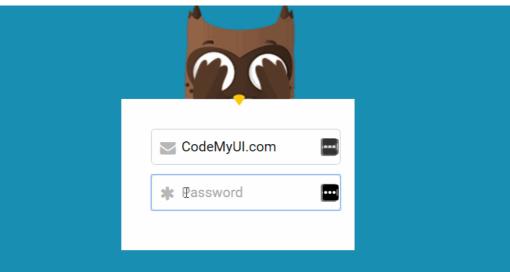


FIG. 20 Login form del sito web di Readme.

2.8 E-Motional Design

Suscitare emozioni

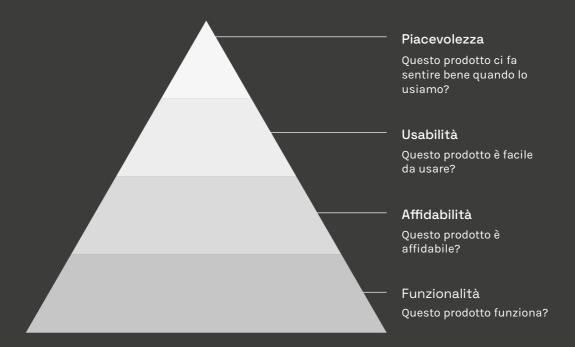
Attraverso dei dispositivi elettronici e delle piattaforme digitali è quindi possibile (anzi, doveroso) suscitare delle emozioni: non a caso si parla di emotional design o, volendo utilizzare un gioco di parole, e-motional design. In poche parole, quando si tratta di prodotti digitali, molte persone vogliono interagire con i dispositivi digitali nello stesso modo in cui interagiscono con altre persone. Non è più sufficiente al giorno d'oggi creare prodotti con una buona usabilità; è altrettanto importante suscitare reazioni emotive positive nel cuore degli utenti.

L'importanza della piacevolezza

Aarron Walter ¹⁹ ha utilizzato la gerarchia dei bisogni di Maslow per creare la piramide dei bisogni degli utenti. Nella figura della pagina accanto è possibile visionare la piramide teorizzata da Walter e i suoi punti cardine, che si interrogano sulle caratteristiche base di ogni prodotto. I prodotti piacevoli si connettono con gli utenti a livello emotivo e questa caratteristica crea il desiderio di usarla sempre di più.

Molti prodotti oggi disponibili sul mercato trasformano piccoli effetti animati in interazioni che imitano le reazioni umane naturali.

Un buon esempio è Apple iOS, che utilizza lo scuotimento quando l'utente inserisce una password errata. Questo semplice effetto animato è simile allo scuotimento della testa che le persone usano quando vogliono dire "No."
Un altro importante contributo viene dato dalle microinterazioni, ormai divenute fondamentali per l'utente che vuole interagire con un app o con un sito web.
Sebbene certe volte vengano viste e usate come dettagli, oggi hanno acquisito tanta importanza da risultare piuttosto dei veri e propri standard: basti pensare alle gestures che sono entrate a far parte della nostra quotidianità come uno scroll verso il basso per spostarsi su un social, lo swipe per ricaricare una pagina, lo scorrere verso un lato dello smartphone per sbloccarlo ed altro.



¹⁹ Dal libro "Designing for Emotion". https://www.aarronwalter.com/

2.9 Le microinterazioni

Punti fondamentali

Le microinterazioni ²⁰ risultano dunque fondamentali per i designer che utilizzano un approccio alla progettualità "Human-Centered". In 4 punti è possibile riassumere l'apporto che danno al prodotto:



Rilasciano un feedback e sono in grado di comunicare uno status del dispositivo che si utilizza, nonchè il risultato di un'azione.



Aumentano interattività e coinvolgimento fornendo all'utente una sensazione di manipolazione diretta dell'app / sito web.



Aiutano l'utente a visualizzare i risultati delle sue azioni prevenendone eventuali errori.



Svolgono un compito individuale.

²⁰ https://uxplanet.org/microinteractions-the-secret-to-great-appdesign-4cfe70fbaccf#.pgijnty0g

Cambiamenti importanti



FIG. 21 Arrivo di una mail. Quando si verifica un evento, è importante mostrare le notifiche per informare gli utenti al riguardo; un'animazione riesce a far notare di più questo "highlights change".

Visualizzare gli input

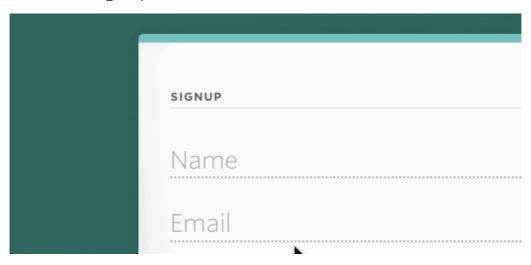


FIG. 22 Il campo di inserimento di alcuni dati come nome o mail indicano dove inserire le info richieste, in più il cursore lampeggiante avverte del fatto che il dispositivo è in funzione.

Call to Action



FIG. 23

Il personaggio rappresentato segue il mouse con lo sguardo, coinvolgendo maggiormente l'utente durante la navigazione sul sito web e catturando la sua attenzione sulla CTA.

Navigazione fluida

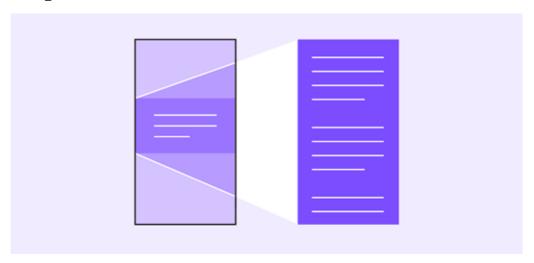


FIG. 24

Le transizioni da una schermata all'altra dell'app permettono di offrire all'untente una navigazione fluida, accompagnandolo durante la sua esperienza.

Mostrare lo status del sistema

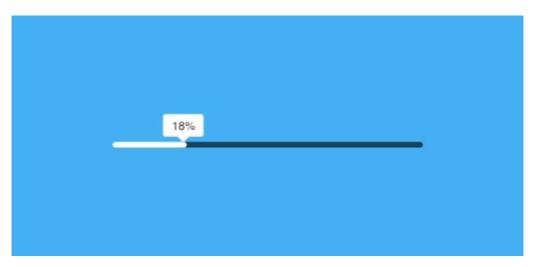


FIG. 25
Progress Bar per upload e download. Tengono informato l'utente sul fatto che l'upload o il download sia o meno in corso e a quale velocità.

Tenere informato l'utente durante la navigazione

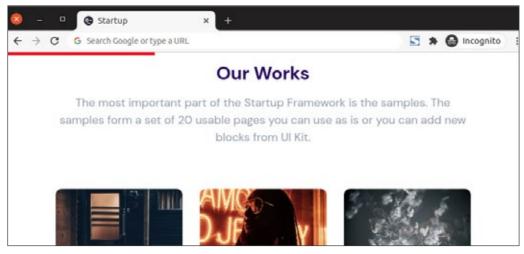


FIG. 26 Le scrolling progress bar informano l'utente a che punto della navigazione web è giunto.

2.9.1 Le 4 fasi

Microinterazioni

Trigger (evento/azione)

Il trigger è l'evento che da inizio alla microinterazione. Può essere un'azione manuale come un click o uno switch che necessita dunque dell'interazione intenzionale dell'utente con il prodotto.

Tuttavia il trigger può anche essere qualcosa di automatico come la vibrazione o il suono che segnalano l'arrivo di un messaggio: in questo caso si parla di trigger di sistema. ²¹

Rules (regole)

Le regole possono essere intese come i parametri che la microinterazione segue, determinano cosa l'utente può fare e cosa non può fare. Sono "invisibili" ed è per questo che necessitano di un feedback per essere comprese: esse definiscono dunque ciò che succede dopo l'esecuzione di un trigger. Per esempio quando viene premuto il pulsante di chiusura dell'auto, la portiera di quest'ultima si blocca. ²¹

Feedback (risposta/retroazione)

Informa l'utente di come la regola della microtransazione sta lavorando e la verifica che l'azione compiuta sta avendo una conseguenza, è stata riconosciuta dal dispositivo.

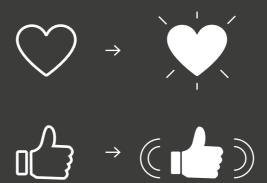
Si può prendere in esempio la vibrazione degli smartphone quando si inserisce la modalità silenziosa. ²¹

Loops & modes (cicli e modalità)

Questa fase determina come e con quali modalità la micro-interazione dovrà presentarsi nel tempo. I loop definiscono quanto dovrà essere lunga o ripetuta nel tempo, ad esempio la durata dell'icona di loading o una lavatrice che ha finito un carico di biancheria e ripete un suono a diversi intervalli di tempo per ricordare all'utente di svuotarla. ²¹

I modes rappresentano invece azioni critiche che richiedono l'intervento dell'utente come la modifica della propria posizione geografica per la visualizzazione del meteo o lo switch dello smartphone in modalità "Non disturbare", cambiando dunque la modalità in cui in genere opera il dispositivo. ²²

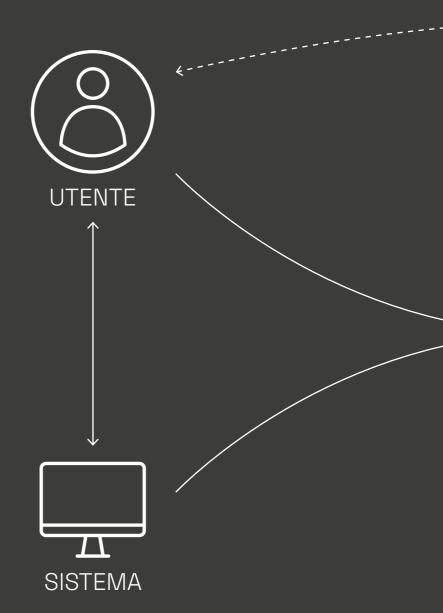




²¹ https://www.intesys.it/journal/design/microinterazioni-dettagli-fanno-la-differenza/

 $^{22 \} https://blog.prototypr.io/the-4-components-of-a-microinteraction-836732173c7c$

2.9.2 Schema di flusso Microinterazioni





2.9.3

Feedback

La fase più importante

Rassicura gli utenti che sta succedendo qualcosa. Basti pensare all'animazione dello scorrimento per eliminare un'e-mail, che si sposta nella direzione del gesto compiuto. Ciò risulta essere un'operazione molto più naturale e fluida rispetto ad un pop-up che chiede la conferma della cancellazione della mail. Nel primo caso il feedback è continuo, nel secondo è disconnesso e l'utente soffre un distacco maggiore dal dispositivo, dubitando anche della funzionalità di quest'ultimo. 23

Istruisce gli utenti su ciò che sta accadendo. Quando viene compiuta un'azione come avviare un videogioco o il postare una foto su un social network, l'animazione del loader (un indicatore di caricamento) informa l'utente del fatto che la sua azione è in fase di elaborazione e in alcuni casi fornisce anche una percentuale di caricamento, testuale o visiva, che aggiunge un importante informazione riguardo al tempo necessario affinchè l'azione venga portata a compimento. Senza il loader, sarebbe lecito chiedersi se sta succedendo qualcosa: la conseguenza sarebbe il continuare a cliccare incessantemente sul pulsante di caricamento. ²³

Può deliziare gli utenti con qualcosa di inaspettato. Un dettaglio sorprendente non deve sempre avere uno scopo funzionale diverso da quello di intrattenere o divertire. Si può prendere in esempio un'animazione nascosta presente nell'app di Glovo quando si entra nella sezione delle impostazioni e si esegue uno scroll down del menù (come se fosse un easter egg). ²³

Può aiutare ad incrementare la brand awareness.

Alcune microinterazioni sono così uniche e memorabili che diventano sinonimo di marchi e continuano persino a influenzare il modo in cui vengono progettati altri prodotti. Il "Pull to refresh" è stata inventata da Loren Brichter per l'app Tweetie che Twitter ha successivamente acquisito. L'azione è ora visivamente collegata per sempre a Twitter ma può essere vista in molte altre app.
Un altro esempio è l'interazione "Mi piace" di Facebook o Instagram. ²³

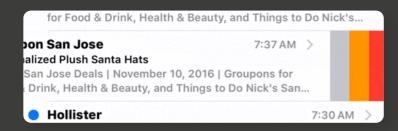


FIG. 27 Lo swipe verso sinistra permette di eliminare mail o compiere altre azioni.



FIG. 28 Il loader di Shazam permette all'utente di capire che l'applicazione sta eseguendo l'azione richiesta.

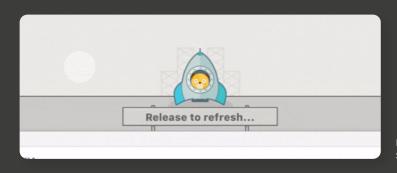


FIG. 29 Sistema di refresh di "Yelp".

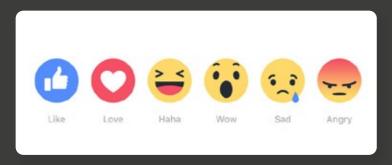


FIG. 30 Sistema di reaction di Facebook.

2.10

Interazioni

Real-time VS non-real-time

User Interface Animation

Come già descritto e come verrà analizzato anche meglio in avanti, risulta essere sempre più importante pensare alla motion come materia di design che va a supporto di altri settori, su tutti il web design che comprende UX e UI, vista la sua natura più tecnica e pragmatica che progettuale.

Tuttavia è preferibile abbandonare questa visione: motion graphics è il diminutivo di motion graphic design ed in quanto design deve avere alla base un concept e una forte componente progettuale.

Una certa rilevanza della motion nei confronti della user interface è dettato da quel famoso fattore tempo già introdotto all'inizio del capitolo.

Quando il tempo viene considerato durante la fase progettuale nella "UI Animation", gli oggetti presenti nell'interfaccia utente cominciano ad assumere un comportamento temporale che scinde gli eventi che accadono sullo schermo in eventi in tempo reale e non in tempo reale.

Le differenze

In tempo reale significa che l'utente interagisce direttamente con gli oggetti dell'interfaccia utente. Non in tempo reale significa che il comportamento dell'oggetto è post-interattivo: si verifica dopo un'azione dell'utente ed è transitorio.

Nel primo caso si ha una manipolazione diretta in quanto il comportamento di risposta dell'interfaccia avviene mentre l'utente la utilizza; nel secondo caso l'esperienza utente viene momentaneamente bloccata, interrotta, fino al completamento dell'azione.

Questo comportamento temporale influenza fortemente il fattore usabilità di un interfaccia, mettendone in luce pregi e difetti.

Sostanzialmente vi sono quattro punti importanti da tenere a mente.

²³ https://zurb.com/blog/you-re-thinking-too-big-create-impact-wit

²⁴ https://medium.com/ux-in-motion/creating-usability-with-motion-the-ux-in-motion-manifesto-a87a4584ddc



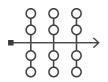
Aspettativa

L'aspettativa riguarda due aree: come gli utenti percepiscono ciò che un oggetto è e come si comporta. Il designer dovrebbe ridurre al minimo il divario tra ciò che l'utente si aspetta e ciò che poi sperimenta.



Continuità

La continuità comprende sia il flusso dell'esperienza utente che la sua 'coerenza'. Può essere pensata in termini di "intra-continuità", ovvero la continuità all'interno di una scena e di "inter-continuità", ovvero la continuità all'interno di una serie di scene che costituiscono l'esperienza totale dell'utente.



Narrativa

La narrativa è la progressione lineare degli eventi nell'esperienza dell'utente che si traduce in un quadro temporale/spaziale. Questo può essere pensato come la serie di momenti ed eventi che si collegano tra loro durante l'esperienza utente.



Relazione

La relazione si riferisce alle rappresentazioni spaziali, temporali e gerarchiche tra gli oggetti dell'interfaccia che guidano la comprensione dell'utente e il processo decisionale. ²⁴

89

2.11 I 12 principi della UX nel Motion Design

Principi della motion in ambito UX/UI

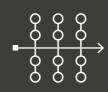
A questo punto è utile riprendere i 12 principi dell'animazione teorizzati dalla Disney e già trattati precedentemente per declinarli in ambito UX/UI. Issara Willenskomer nel suo saggio "Creating Usability with Motion" tratta molto bene l'argomento, riuscendo a spiegare il tutto in maniera chiara ed esaustiva. Nel 2017 stila i 12 Principi della UX nella Motion, indagando molto bene le relazioni che esistono fra il mondo del motion design e quello della User Experience e della User Interface. ²⁵

²⁵ https://medium.com/ux-in-motion/creating-usability-with-motion-the-ux-in-motion-manifesto-a87a4584ddc

2.11 I 12 principi della UX nel Motion Design

ASPETTATIVA	RELAZIONE	CONTINUTÀ
Timing	Object Relationship	Object Continuity
Easing Offset & Delay	Parenting	Transformation Value Change Masking
		Overlay Coning

93



NARRATIVA

Temporal Hierarchy	Spatial Continuity
Parallax	Obscuration Dimensionality Dolly & Zoom



2.12 Come e dove studiare motion in Italia?

Panorama italiano

Nelle pagine a seguire verranno indicate alcune tra le proposte universitarie e scolastiche italiane che permettono di studiare in modo basilare o approfondito il motion graphic design.

Sono state raccolte università pubbliche e private, scuole che offrono corsi specifici di formazione, risorse online che mettono a disposizione tutorial ed insegnamenti privati, per finire col corso di Immagine e Suono al Politecnico di Torino, facendone una larga presentazione della metodologia formativa, dell'esame finale e le modalità in cui viene erogato il corso.

CAPITOLO 2 95

2.12.1 **NABA**



Corso breve in Motion Design NABA

L'obiettivo del corso è permettere agli studenti di acquisire le tecniche basilari per la creazione di clip animate attraverso After Effects. Ogni studente sarà in grado di realizzare progetti 2D - quali ident, logo animation, kinetic typography, animazioni di personaggi, titoli di testa, etc - gestendone il processo produttivo, dalla creazione dei visual tramite Photoshop o Illustrator, fino all'animazione vera e propria.

Metodologia formativa

Data la natura multimediale della disciplina, il corso si avvale di metodologie didattiche all'avanguardia, sostituendo la statica lezione frontale con esercitazioni, laboratori creativi e momenti di analisi di progetti animati, al fine di estrapolarne metodi e nozioni tecniche. Gli argomenti più pratici saranno inoltre supportati da videotutorial originali, che gli studenti potranno scaricare e conservare anche per future consultazioni, velocizzando così i tempi di apprendimento di ogni singolo studente, che potrà usufruire di un'esperienza didattica interattiva e personalizzata.

Attestato finale

A tutti coloro che non desiderano sostenere la prova di verifica finale per il conseguimento dei crediti ECTS, potrà essere rilasciato, su richiesta, un attestato di frequenza. La Segreteria si riserva di verificare l'effettiva frequenza di almeno l'80% del monte ore di lezione prima di rilasciare l'attestato. ²⁶

2.12.2 **IED**



Corso triennale in Graphic Design -Motion Graphic IED Il percorso formativo è strutturato in modo da fornire una preparazione completa su 4 macroaree: grafica pubblicitaria, televisiva, grafica del prodotto e grafica editoriale. Si alternano sessioni di teoria sulla storia e la conoscenza del mondo della grafica e della comunicazione, a momenti di progettazione assistita. Si impara a osservare le varie forme di comunicazione in senso sincronico e diacronico acquisendo via via una visione critica personale. Grazie alle prime esperienze di progettazione, si inizia a capire che la creatività deve fare i conti con le necessità di comunicare. ²⁷

L'acquisizione della metodologia progettuale è supportata dall'utilizzo dei software dedicati all'impaginazione, al fotoritocco, all'animazione in motion graphic, alla modellazione 3D, alla costruzione di pagine web. Si approfondiscono inoltre le tecniche di stampa e di produzione, la gestione del web e dei social media.

Il triennio si completa con una progettazione autoriale a cui è richiesto di soddisfare le necessità di un cliente reale.

²⁷ https://www.ied.it/barcellona/scuola-arti-visive/corsi-triennali/ motion-graphics-and-video/VBD1730E

2.12.3 School of Design

- scuola mohole

cinema comunicazione storytelling

Scuola Mohole Corso Motion Design

Struttura
120 ore di formazione
40 Incontri
Durata corso 10 mesi
Cloud per gestione e condivisione file aula/home
Numero chiuso: Max 8 Studenti

Metodologia formativa

Prima di tutto i principi. Alla base del corso ci saranno i principi che si nascondono dietro ogni buon progetto. La nostra idea non è trasmettere la conoscenza di uno o più software, ma trasmettere il giusto metodo di lavoro. Avere chiara la tua destinazione ti aiuterà a prepararti nel modo giusto per poter affrontare il viaggio senza imprevisti. Il nostro tempo è denaro, risparmiarlo è un obbligo! Per poterlo fare dobbiamo imparare a non lanciarci nel vuoto con i nostri progetti. Impareremo l'importanza della ricerca, dell'utilizzo di Moodboard e la creazione di Storyboard per ogni nostro lavoro. Mettere in pratica la teoria sarà la parte più entusiasmante.

Strumenti di comunicazione

Slack

Tieni sempre aggiornati i tuoi docenti sui tuoi progressi. Grazie a Slack i nostri docenti potranno risponderti appena ne avranno l'opportunità.

Facebook

Il nostro gruppo privato di facebook è composto esclusivamente da ex allievi della School of Design. Un momento importante di confronto con Designer più esperti che possono dare utili consigli. ²⁸

²⁸ https://scuola.mohole.it/3d-animation/?gclid=CjwKCAjwz_ WGBhA1EiwAUAxIcawAVtfOacFGTLbG8PatIJDuRybHu9rPDOxo9_ UwVU-LO6SIN5R2iBoCnygQAvD_BwE

2.12.4 Bauer

Ваиег

Motion Design Bauer CFP

Sono approfonditi preliminarmente gli aspetti storicolinguistici del cinema, della composizione grafica, del lettering e dell'illustrazione all'interno della narrazione audiovisiva.

La ricerca, la produzione e la gestione dei contributi iconografici e audio, insieme alle competenze tecniche per l'animazione e il montaggio concorrono alla realizzazione del progetto finale in motion design. Al termine del percorso formativo l'allievo sarà in grado di progettare e presentare prodotti audiovisivi tra varie tipologie: showreel, ident televisivo, sigla, trailer, promo, videoclip musicale, video istituzionale, commerciale, didattico, culturale.

- -Concept Development
- -Basic Design
- -Storia e linguaggi del motion design
- -After Effects base e avanzato
- -Storytelling
- –Elementi di regia
- -Sound design
- -Editing
- -Cinema 4D
- -Job Training (dal cv al colloquio e reel review).

2.12.5 Immagine e Suono

Politecnico di Torino

Il corso

Il corso di Immagine e Suono al Politecnico di Torino è un modulo facente parte del Laboratorio di Communication design II, che fino all'anno accademico 2020/2021 si è svolto durante il secondo semestre del terzo anno nell'indirizzo di Design Grafico & Virtuale.

Come riportato nella pagina di presentazione del laboratorio:

"Il laboratorio si propone come ultimo momento formativo dell'indirizzo comunicazione visiva del corso di Laurea. Pone l'attenzione alle nuove forme ed ai nuovi strumenti di comunicazione, all'elaborazione delle immagini digitali ed alle ricadute che l'innovazione tecnologica in questo settore produce sul cambiamento dei comportamenti umani, garantendo approcci e usi consapevoli degli strumenti informatici e ipermediali.

È obiettivo del corso la definizione di nuove tipologie di prodotti o di sistemi di prodotti che tengano conto delle diverse esigenze di utenza, dei possibili scenari d'uso e delle diverse tecnologie disponibili. Il laboratorio è multidisciplinare: prevede apporti provenienti da campi disciplinari eterogenei, scientifici, che si integrano, con l'obiettivo di far comprendere la complessità che insiste su un progetto di Digital Design, dalla fase di progettazione, alla fase di realizzazione."

Nello specifico, il corso di Immagine e Suono (della durata di 60 ore e corrispondente a 6 CFU) è così articolato: "L'insegnamento fornisce le competenze per la gestione tecnica ed operativa del colore, della luce e del suono all'interno di un flusso video, dove la componente percettiva converge verso un artefatto coerente ed efficace nella misura in cui tutti gli elementi di stimolo sensoriale sono introdotti in modo consapevole e con padronanza delle tecniche.

Sono trattati i temi dell'elaborazione dell'immagine per la gestione del colore e della sua distribuzione nel quadro del flusso video e l'elaborazione dei contenuti audio in forma di effetti sonori e musica, fino alla definizione delle specifiche e delle procedure tecniche software per la loro realizzazione." ³⁰

L'esame finale richiede, oltre ad una prova scritta, la realizzazione di un elaborato in motion graphics con dei criteri da soddisfare al fine di ottenere una valutazione finale.

Motion Loop

Successivamente questo aspetto verrà approfondito, al momento risulta utile citare l'esistenza di un canale Instagram avviato nel Settembre 2020 dal titolare del corso Luca Cattaneo, nonchè mio relatore in questo progetto di tesi, e da Barbara Stabellini.

La consegna prevedeva la realizzazione di un loop in motion graphics a tema Film, Serie TV, Anime o Cartoons a scelta libera, scegliendo un personaggio e curando un'animazione che lo vedesse svolgere una qualche azione, tipica e caratteristica, che lo rendesse quindi facilmente riconoscibile.

Una volta raccolti tutti i loop sono cominciate le pubblicazioni seguendo il format "Every Monday, a short loop animation to start happily the week: proudly designed by students attending "Immagine e suono" at Polito". Esse non seguono un ordine preciso o deciso da particolari canoni, piuttosto è stata curata e presa in considerazione l'immagine finale del feed completo della pagina, accostando colorazioni simili in modo da ottenere una certa continuità visiva.

Solo in due occasioni è stato scelto di programmare una tripletta lo stesso lunedì, una volta realizzata a tema "Breaking Bad" e l'altra a tema "Peaky Blinders", in modo da smaltire prima le pubblicazioni e poter avviare la programmazione dei post inerenti il lavoro svolto durante l'anno accademico 2020/2021 dai ragazzi del corso di Immagine e Suono insieme alla partership di WeLoco, la cui comunicazione social è stata curata dal sottoscritto. Tutto ciò verrà analizzato nei capitoli successivi riguardanti il progetto.



³⁰ https://didattica.polito.it/pls/portal30/gap.pkg_guide.viewGap?p_ cod_ins=03NDBPN&p_nome_ins_modulo=Communication%20 design%20II%20%28Immagine%20e%20suono%29&p_a_acc=2020

Conclusioni

2.13

Il Motion Graphic Design, strumento o vera materia di Design?

Nuovi linguaggi

Al giorno d'oggi il mondo vive un processo di moltiplicazione dei canali di comunicazione e ampliamento di quelli già esistenti, chiamando inevitabilmente i designer (in particolar modo della comunicazione visiva) a ridefinire il loro campo di interesse e di attività, ampliare le loro skills per quanto riguarda l'utilizzo di softwares ma anche quelle mentali e che coinvolgono la fase progettuale.

Proprio la fase progettuale sembra non essere mai stata presa in considerazione quando si parla di motion graphics: spesso questo ambito viene visto più sotto il suo punto di vista tecnico e pragmatico, come il rossetto, la decorazione finale da apporre su un progetto grafico / visivo già terminato, per dargli un qualcosa in più. Risulta perciò importante ridefinire il ruolo della motion e riconoscere che la grafica in movimento sta assumendo un'importanza sempre maggiore grazie soprattutto all'evolversi dei sopracitati canali di comunicazione come social media, siti web, mobile app o le ancor più recenti piattaforme di streaming che sembra possano sostituire definitivamente, in un giorno non troppo lontano, la televisione.

Criticità

Il motion design è una di quelle rare discipline che riesce ad unire un numero di competenze e conoscenze elevatissimo, richiedendo skills inerenti la produzione video, l'illustrazione, il sound design, il fotoritocco e talvolta anche la UX e la UI (a maggior ragione in tempi più recenti).

La difficoltà tra il riconoscerla come una disciplina della comunicazione visiva o un mero strumento tecnico risiede proprio in questa sua poliedricità.

Gianni Sinni riconduce questa difficoltà a due problemi principali, ovvero due aspetti che connotano particolarmente la motion.

CAPITOLO 2

103

Primo problema

Il primo riguarda il rapporto che la grafica in movimento intrattiene con la tecnologia: dagli anni '90 ad oggi vi è stata una notevole evoluzione ed espansione del mercato dei softwares disponibili per la creazione di animazioni ed effetti visivi speciali, diventando sempre più economici ed accessibili col passare del tempo.

Si possono citare software come Maya, Final Cut (di Apple), Quick Time, la suite Adobe, in particolar modo Premiere Pro, Flash (ora diventato Animate) ed infine il più famoso ed utilizzato in ambito motion Adobe After Effects. Allo stesso tempo si è assistito anche alla diffusione di linguaggi di programmazione e librerie di effetti come Javascript e JQuery, che hanno fatto sì che anche il web designer e lo sviluppatore trovassero il modo di "muovere" il progetto grafico sui loro schermi (qui entra in gioco l'accessibilità economica menzionata prima). La richiesta sempre maggiore di softwares con funzionalità migliori ha fatto sì che le software house facessero investimenti sempre più ingenti: il campo di intervento della motion si è allargato una volta che l'ambito di applicazione tradizionale è risultato saturo (in riferimento al cinema e alla televisione), trovando sviluppo in nuovi canali come il web o le mobile app. Per questi ultimi, e come è già stato affrontato, la motion si sposa alla perfezione con la UX e la UI, creando un binomio con l'interazione utente.

Questo accostamento pesante con l'evoluzione tecnologica ha però portato ad una visione puramente tecnica della grafica in movimento, tale da non poterla elevare a materia di progetto in sè; i motion designer in questo modo sono stati reputati più degli esecutori che dei progettisti.

Secondo problema

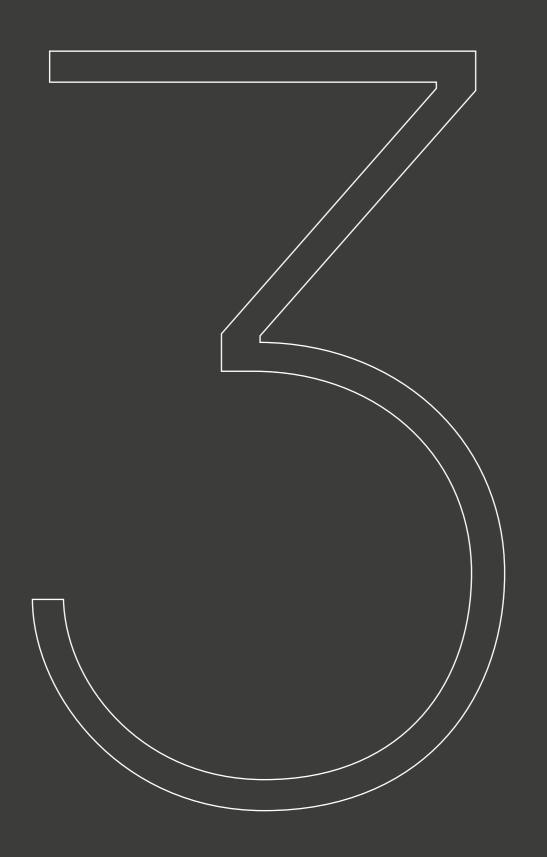
Il secondo problema riguarda invece la scarsità di studi e analisi specifiche riguardo la motion graphics: ciò che si trova in giro è ridotto ad essere una raccolta di casi studio analizzati dal punto di vista tecnico-realizzativo, senza toccare granchè il progetto alla base del prodotto / elaborato finale.

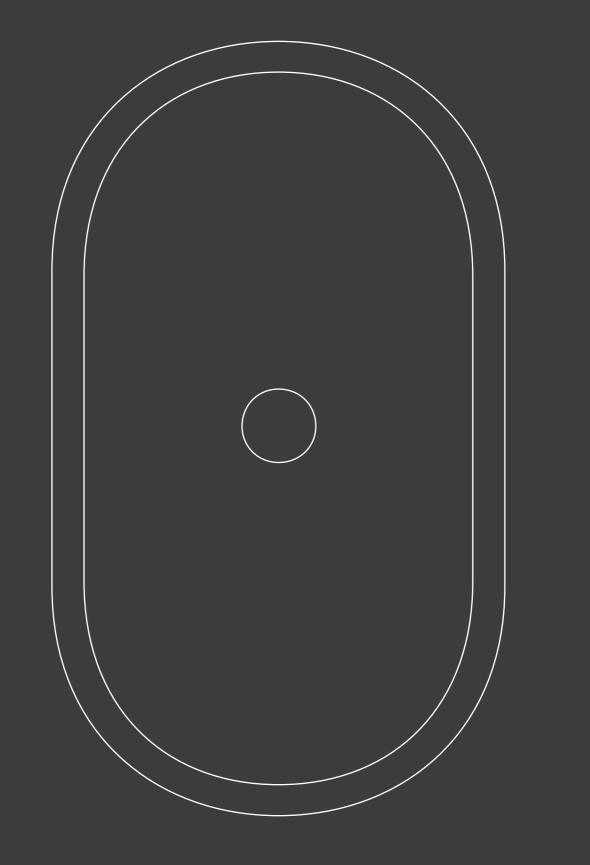
Quando si parla di titoli di testa, pubblicità, sigle televisive, la motion perde la propria identità e diventa lo strumento per realizzarle, non possedendo un codice di linguaggio univoco; si perde e viene confusa tra effetti speciali, animazioni ora in 2D ora in 3D, animazione ecc., dimenticando piuttosto quanto la sua vera natura sia in realtà convergente: in realtà è proprio il fatto di riuscire a coinvolgere tanti settori, tecniche, modi di progettare diversi che fa sì che essa possa essere tranquillamente compresa nell'ambito del design della comunicazione visiva. ³¹

"Fin dall'apertura dei primi corsi di motion graphics nelle università è apparso chiaro, infatti, come l'insegnamento dovesse passare attraverso il metodo del design più che essere rivolto a creare semplicemente degli "schiavi" di After Effects."

- Heller, 2001.

³¹ https://medium.com/@giannisinni/il-progetto-visivo-esteso-nel-tempo-ae943e56fcf5





Didattica e piattafome digitali

L'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 è stata un acceleratore di tendenze nel mondo dei media e della società, confermando delle dinamiche in corso da tempo e velocizzandone altre. Oggi siamo qualche anno avanti rispetto alle previsioni.

3.1 La pandemia

Il mondo cambia e si adatta

Introduzione

In poco più di due mesi, tra il dicembre 2019 ed il febbraio 2020, lo scenario globale è cambiato radicalmente a causa della diffusione di un nuovo coronavirus Sars-CoV-2, causa della malattia da COVID-19, e l'intero mondo si è dovuto adattare alle nuove esigenze di vita dettate dal virus per limitarne la propagazione.

Gli impatti della pandemia sono stati rilevanti in ogni settore e ambito, portando il pianeta Terra ad affrontare una profonda crisi economica, ambientale e soprattutto sociale; le dinamiche che regolavano la quotidianità, i rapporti e le relazioni inter-personali, non sono più stati gli stessi da allora.

Ripercorrendo brevemente le tappe fondamentali della diffusione del COVID-19 e le conseguenze che ne sono derivate, esse potrebbero essere riassunte in alcune date ben precise.¹

¹ https://www.wired.it/scienza/medicina/2020/03/21/storiacoronavirus-tutte-tappe-contagio-cina-covid19/

3.1.2 Timeline Le date della pandemia

31.12.2019 Polmoniti anomale 09.01.2020 L'annuncio

Sebbene già a novembre (uno studio italiano affermerebbe in realtà a ottobre*) il virus aveva cominciato a circolare nel suo epicentro, Wuhan**, lanciando i primi segnali con alcuni fenomeni di polmonite di cui non si riusciva a stabilire le cause, la prima data ufficiale viene considerata il 31.12.2019, quando le autorità sanitarie locali cominciavano a segnalare questi casi insoliti (all'inizio di gennaio 2020, a Wuhan, vi erano decine di casi confermati e centinaia di persone sotto osservazione).

Il 9 gennaio le autorità sanitarie dichiaravano ai media la natura della malattia: un nuovo patogeno appartenente alla famiglia dei coronavirus responsabili della Sars. Il 10 gennaio l'Oms divulgava poi la notizia, fornendo le prime istruzioni per evitare il contagio (soprattutto evitare il contatto con le persone sintomatiche). Il 12 gennaio infine il virus veniva sequenziato in modo da poter sviluppare e diffondere i kit diagnostici.

^{*}Fonte studio italiano.

^{**} La città più popolata della parte orientale, perno per il commercio e gli scambi; dalle prime indagini era emerso che i contagiati erano frequentatori assidui del mercato Huanan Seafood Wholesale Market.

21.01.2020 Trasmissione

30.01.2020 L'emergenza

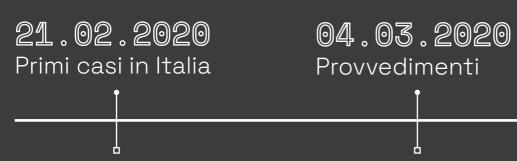
Il 21 gennaio l'Oms annuncia che il virus, che probabilmente è stato trasmesso dall'animale all'essere umano (un salto di specie), si trasmette anche da uomo a uomo, senza ancora capire però quanto alto fosse il tasso di contagiosità. Diversi Stati cominciavano a raccomandare di non fare viaggi in Cina se non per necessità, allo stesso tempo Wuhan entrava nel suo primo lockdown totale.

In Italia al 29 gennaio i casi erano pochi, tutti provenienti dalla Cina*.
Nella serata del 30 gennaio l'Oms dichiarava l'emergenza sanitaria pubblica di interesse internazionale e l'Italia bloccava i voli da e per la Cina, unica in Europa. Tuttavia l'8 Febbraio l'Oms annunciava che i casi in Cina si stavano stabilizzando.

CAPITOLO 2

^{*} A partire dal 29 gennaio c'erano due turisti cinesi di Wuhan contagiati, ricoverati allo Spallanzani, un ricercatore italiano positivo al virus e proveniente dalla Cina e un diciassettenne, rimasto bloccato a lungo a Wuhan a causa di sintomi simil-influenzali, non positivo al coronavirus ma ugualmente tenuto sotto osservazione e ricoverato allo Spallanzani.

3.1.2 Timeline Le date della pandemia



Venerdì 21 febbraio 2020 è una data centrale per la vicenda italiana legata al nuovo coronavirus. In Lombardia sono emersi diversi casi di coronavirus di persone non provenienti dalla Cina. Mercoledì 4 marzo il governo ha dato il via libera alla chiusura di scuole e università in tutta Italia fino al 15 marzo, mentre l'8 la Lombardia viene dichiarata "zona rossa", quindi isolata.

09.03.2020 Lockdown

11.03.2020 È pandemia

Lunedì 9 marzo intorno alle 22, il premier Conte annuncia in televisione di aver esteso a tutto il paese le misure già prese per la Lombardia e per le altre 14 province, tanto che tutta l'Italia diventerà "zona protetta": si può uscire di casa solo per comprovate ragioni di necessità come per fare la spesa, per esigenze lavorative, per l'acquisto di farmaci o per altri motivi di salute.

All'epidemia di Covid-19 si è affiancata quella dell'informazione, con notizie non sempre veritiere (molte sono fake news). Tanto che ai primi di febbraio proprio l'Oms parla per la prima volta di infodemia*, termine nuovo con cui si indica il sovraccarico di aggiornamenti e news non sempre attendibili.

^{* &}quot;L'OMS ha definito questa nuova piaga Infodemia, e Recode ha individuato oltre 15 milioni di bufale solo su Twitter."

https://vdnews.tv/article/siti-fake-news-coronavirus

3.2 Lockdown e didattica

Le conseguenze

Didattica a distanza

La conseguenza della chiusura fisica di scuole e università è stata lo svolgimento della didattica a distanza. Questo passaggio è stato tutt'altro che fluido, portando con sè diverse problematiche e facendone emergere di nuove, di cui in realtà si era a conoscenza ma venivano sottovalutate o non prese in considerazione.

Partendo dal presupposto che vi è stata una grande differenza tra l'impatto su scuole primarie e secondarie rispetto all'ambito universitario, entrambe le tipologie di studenti hanno patito la DAD.

Questa è risultata essere uno strumento difficile da gestire ed il modo forzato con cui si è avuta un'accelerazione del suo utilizzo non ha di certo aiutato studenti ed insegnanti a trovarsi a loro agio nello svolgere mansioni in cui la presenza ed il contatto visivo sono stati sempre fondamentali, a maggior ragione con i più piccoli. Per quanto riguarda soprattutto le scuole primarie e secondarie in Italia, le lacune emerse sono principalmente due: una legata alla diffusione dei supporti digitali e l'altra alle relative competenze di utilizzo di questi ultimi, per motivi tecnici, economici e di disorganizzazione da parte delle autorità competenti.

Nativi digitali?

Gli studenti di questa tipologia appartengono ad una fascia d'età più piccola, dipendono ancora molto dai loro genitori (risultando quindi poco maturi) e sebbene vengano ormai definiti "nativi digitali" ² è emersa una difficoltà condivisa nell'usare le tecnologie a disposizione (come per esempio eseguire una ricerca su un laptop), quando invece risulta molto semplice l'uso di un social network come Instagram o TikTok attraverso lo smartphone.

² Mark Prensky, scrittore statunitense, ha coniato la definizione di "nativi digitali" (nati dal 1985 in poi), descrivendoli come "chi ha vissuto in totale armonia e in simbiosi con le nuove tecnologie, padroneggiandone strumenti e metodi." https://www.pirelli.com/global/it-it/life/chi-sono-i-nativi-digitali







CAPITOLO 3 115

A causa delle carenze e lacune tecnologiche oggi si parla di digital divide*, termine che riguarda sia le persone che non hanno accesso a internet, sia quelle che dispongono di una connessione lenta, avendo difficoltà maggiori nell'interazione.

^{*}Espressione nata in seno all'amministrazione statunitense della presidenza Clinton (1993-2001) per indicare la disparità nelle possibilità di accesso ai servizi telematici tra la popolazione americana. L'uso dell'espressione è oggi diffuso a livello mondiale, a indicare la consapevolezza globale di una problematica di accesso ai mezzi di informazione e comunicazione da parte di determinate aree geografiche o fasce di popolazione.

3.2.2 Lockdown e didattica

Supporti digitali

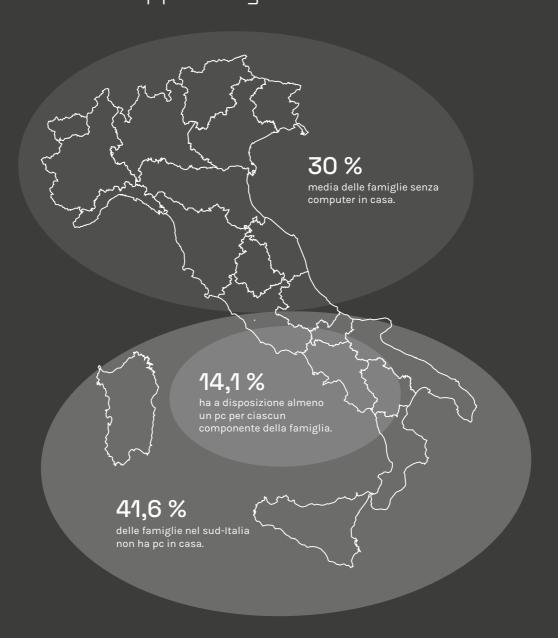
"L'affermarsi degli ambienti di apprendimento non può prescindere dalla diffusione dei device tecnologici. Così come non possiamo immaginare un bambino o una bambina al banco di scuola senza quaderni o senza penne è oggi impossibile continuare a ritenere secondaria la disponibilità di tecnologie per la scuola. Le nuove generazioni devono poter avere i dispositivi attraverso cui accedere agli ambienti di apprendimento e mediante i quali sfruttare pienamente le potenzialità formative della rete. Purtroppo, molti sono stati gli esclusi dalla didattica online a causa della mancanza di computer e/o tablet con cui accedere alla didattica alternativa. Questo non deve più accadere a prescindere del verificarsi o meno di nuove emergenze sanitarie. Abbiamo imparato che la nostra realtà formativa deve prevedere i libri così come i tablet o i computer perché la scuola e le sue finalità sono mutate rispetto al passato, ma soprattutto è profondamente mutata la realtà in cui essa è inserita. L'avere a disposizione le tecnologie permette di acquisire strategie di apprendimento/insegnamento differenti e promuove l'acquisizione delle competenze digitali." ³

Competenze digitali

"Con la Pandemia è diventato evidente che i nativi digitali non esistono (o se esistono sono pochi) e che l'analfabetismo digitale è ancora troppo diffuso nella scuola e nelle università. Così come previsto dal Libro Bianco23 europeo, fin dal lontano 1995, è indispensabile che la digital literacy coinvolga tutti i giovani e le giovani affinché i futuri cittadini dispongano di quelle competenze (Calvani, Fini, Ranieri, 2010) ormai imprescindibili nella società connessa. Per arrivare a questo obiettivo è indispensabile che la formazione dei futuri insegnanti di scuola di ogni ordine e grado destini uno spazio maggiore alle ICT per l'insegnamento. Affinché gli studenti e le studentesse imparino ad impiegare efficacemente le tecnologie per apprendere è importante che l'insegnamento integri la dimensione digitale nelle attività didattiche e che i docenti adottino metodologie miste in cui analogico e digitale siano integrati all'interno dello stesso percorso." 4

^{3,4} http://piemonteautonomie.cr.piemonte.it/cms/index.php/effettidella-chiusura-delle-scuole-sull-apprendimento-degli-studenti

3.3 **Digital Divide**Supporti digitali



⁵ http://piemonteautonomie.cr.piemonte.it/cms/images/pdf/ numero2_2020/bruschiricchiardi.pdf

⁶ https://www.istat.it/it/archivio/240949

Ragazzi dai 6 ai 17 anni





Ha segnalato problemi di vario genere con la DAD.



Non possiede nessun dispostivo (pc o tablet).



Non dispone di rete o di rete adeguata.

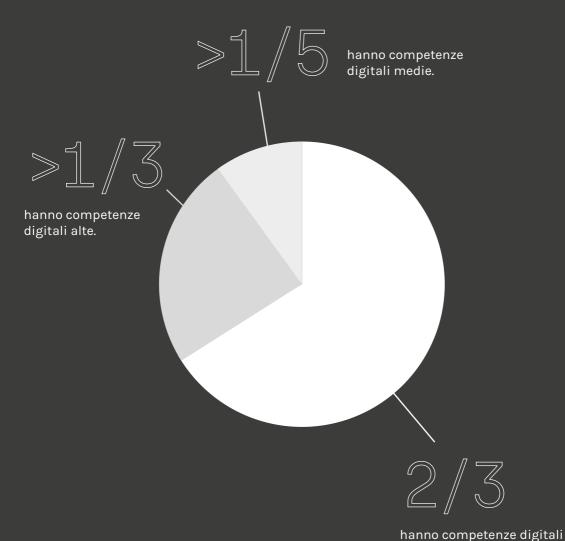
3.3.1 **Digital Divide**Competenze digitali

Le defiances tecnologiche non si sono viste soltanto da parte degli studenti, in quanto un dato che fa più paura è la carenza di formazione specifica degli insegnanti sulle strategie efficaci di didattica a distanza e di competenze tecnologiche: solo il 20% degli insegnanti ha ricevuto in Italia una formazione specifica, nonostante l'attivazione del Piano nazionale per la digitalizzazione delle scuole nel 2015 (Locatelli, Mincu, 2020). ⁵

⁵ http://piemonteautonomie.cr.piemonte.it/cms/images/pdf/ numero2_2020/bruschiricchiardi.pdf

⁶ https://www.istat.it/it/archivio/240949

Ragazzi dai 14 ai 17 anni che hanno usato internet nell'ultimo trimestre del 2019.



CAPITOLO 3

basse o di base.

3.4 Cos'è la DAD?

Cosa è

Essa è descritta in una nota del Ministero dell'Istruzione come "Il collegamento diretto o indiretto, immediato o differito, attraverso videoconferenze, videolezioni, chat di gruppo; la trasmissione ragionata di materiali didattici, attraverso il caricamento degli stessi su piattaforme digitali e l'impiego dei registri di classe in tutte le loro funzioni di comunicazione e di supporto alla didattica, con successiva rielaborazione e discussione operata direttamente o indirettamente con il docente, l'interazione su sistemi e app interattive educative propriamente digitali".

(Nota MI n. 388 del 17/03/20)

⁷ https://www.mondadorieducation.it/content/ uploads/2020/02/2020-03-30-Gallo1.pdf?x53726

Cosa NON è

Quando invece si vuol chiarire cosa la DAD non è, vengono usate le seguenti parole: "Si consiglia comunque di evitare, soprattutto nella scuola primaria, la mera trasmissione di compiti ed esercitazioni, quando non accompagnata da una qualche forma di azione didattica o anche semplicemente di contatto a distanza".

(Nota MI n. 379 del 08/03/20)

"Il solo invio di materiali o la mera assegnazione di compiti, che non siano preceduti da una spiegazione relativa ai contenuti in argomento o che non prevedano un intervento successivo di chiarimento o restituzione da parte del docente, dovranno essere abbandonati, perché privi di elementi che possano sollecitare l'apprendimento".

(Nota MI n. 388 del 17/03/20)

CAPITOLO 3 123

3.4.1 Analisi SWOT

Didattica a distanza



Forze

- * Flessibilità offerte dall'e-learning per quanto riguarda l'organizzazione dello studio.
- * Potenziamento delle competenze digitali.
- * Riprogettazione di corsi con strumenti e procedure diverse da quelle abituali.
- * Riconoscimento degli strumenti tecnologici e digitali come ausili didattici.



Debolezze

- Dotazione tecnologica delle famiglie.
- Mancanza di interazione fisica tra docente e studente.
- Meno importanza e rilevanza della verbalità, rendendo difficile lo svolgimento di lezioni frontali.
- Mancanza di aspetto sociale.
- Mancanza della presenza degli altri studenti e del docente che riduce la motivazione all'apprendimento.



Opportunità

¬ Rivedere la scuola in un'ottica 4.0.

¬ Riprendere un nuovo anno scolastico con la consapevolezza che si può fare scuola affiancando i metodi tradizionali della didattica in presenza con quelli innovatici della DAD, contaminando i due linguaggi.



Rischi

- O Riduzione della competizione e della collaborazione fra studenti.
- Perdita dell'interesse dell'alunno nel seguire la lezione.
- ♦ Favorimento delle risorse digitali a discapito di manuali e libri di testo che risultano essere delle risorse sempre valide.
- O Calo delle prestazioni dello studente e problemi psicologici.

https://www.mondadorieducation.it/content/uploads/2020/02/2020-03-30-Gallo1.pdf?x53726

CAPITOLO 3 125



FIG. 1 Studiare senza scuola grazie all'Homeschooling. https://vdnews.tv/article/ studiare-senza-scuolahomeschooling



FIG. 2 A Favignana la scuola digitale online esiste da 20 anni. https://vdnews.tv/article/favignana-scuola-digitale-online

3.5

Eterogeneità della DAD

Uno strumento sempre diverso

Differenze di utilizzo dello strumento DAD

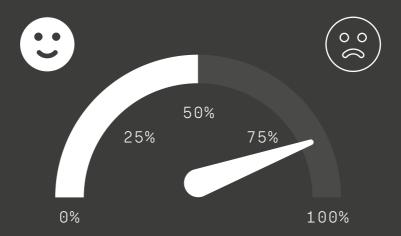
Particolarmente rilevanti sono state inoltre le differenze per istituto, in assenza peraltro di linee guida nazionali. Una parte di tali differenze richiamano all'utenza e quindi alle variabili socioculturali sottostanti. Una parte va invece attribuita alle scelte specifiche realizzate dagli istituti e dai docenti: si rileva infatti che in alcuni contesti a forte rischio non si sono persi i contatti con gli allievi; c'è una forte differenza tra il riuscire a ingaggiare gli alunni in una conversazione via webcam, stimolando l'interazione lo svolgimento di attività piuttosto che inviare loro delle schede con i compiti per casa e offrirgli una lezione totalmente frontale, annullando la comunicazione. È necessario chiarire che non tutti i fallimenti della DAD sono di natura tecnica e/o tecnologica, anzi. Gran parte delle situazioni in cui la didattica non ha funzionato a dovere sono da imputare alla mancanza di una solida metodologia per la didattica, non solo che riesca a invogliare lo studente a studiare e seguire la lezione, ma che ne contribuisca alla sua crescita personale e professionale (aspetto che, in realtà, spesso non viene trattato neanche in presenza in maniera esplicita).

Quantità o qualità?

Purtroppo molti docenti hanno trovato del tutto normale continuare ad insegnare con le stesse modalità che utilizzavano in presenza, obbligando gli alunni a sentirli per ore ed ore piuttosto che ascoltarli. In generale c'è stata una grande attenzione nel non perdere quantitativamente la didattica, preoccupandosi di riuscire a terminare il programma di studi anzichè preoccuparsi che i concetti arrivassero chiari e forti o di avere una comunicazione bi-laterale.

CAPITOLO 3 127

3.6 Problemi psicologici Il lato oscuro della DAD

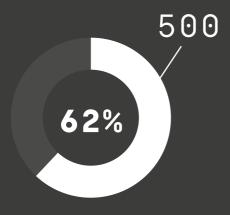


Da un'indagine condotta in Italia e in Spagna, di 1.143 genitori intervistati, l'86% ha notato nei propri figli dei cambiamenti dall'inizio della pandemia, fra i quali maggior difficoltà a concentrarsi, più ore passate online e a dormire e meno tempo dedicato all'attività fisica. 8

Ad un anno dall'inizio della DAD, gli studenti tra i 14 e i 18 anni dicono di essere (fonte IPSOS e Save The Children):



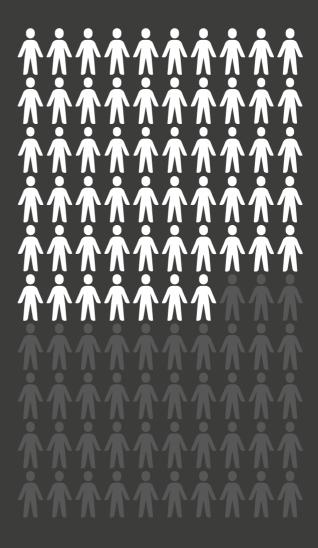
⁸ https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/teen/2020/12/10/cibo-per-la-dad-gli-spuntini-anti-noia-per-studenti-a-distanza_bc6c551c-1ae3-42c5-90e9-a99e68f504e2.html



Studenti stressati

La prof. Kate Lister, docente di studi educativi e responsabile della salute mentale presso la britannica Open University, una delle più grandi università pubbliche del Regno Unito specializzata nell'insegnamento a distanza, ha dichiarato al Guardian che in un recente studio in cui ha coinvolto 500 studenti è emerso che per il 62% di loro la maggior causa di stress è la valutazione a distanza.

Anche i risultati di uno studio dell'Università Boulder in Colorado su 100 partecipanti parlano chiaro: la maggioranza (57%) si è mostrata fortemente d'accordo con l'affermazione che la didattica online abbia influito negativamente su apprendimento, motivazione, stress e voti.



3.6.2 Punti critici Il lato oscuro della DAD

8 su 10

45 61 %

5.564

+24% -

⁹ https://vdnews.tv/article/lezioni-zoom-perdere-voglia-studiare/

Gli studenti che al secondo giro pandemico hanno dovuto rinunciare alla didattica in presenza.
Gli studenti che sostengono di avere una mole di lavoro più pesante con la didattica a distanza.
Gli studenti che non si sentono pronti ad affrontare il prossimo anno scolastico o preparati per il mondo del lavoro.
Su 8183 direzioni scolastiche sollecitate, 5564 hanno attivato un servizio di supporto psicologico.
L'aumento in percentuale dei problemi psicologici degli studenti italiani nell'anno accademico 2019-2020.



3.7 Concentrazione Come influisce la DAD

Lato Studente

Gli studenti sono meno concentrati e meno motivati ad apprendere, ma vengono anche colpiti nella loro sfera psicologica attraverso la privazione della sfera sociale. Danilo Diotti, logopedista e psicologo cognitivo all'Università di Genova, interviene in questo modo al riguardo: "Sicuramente entra in gioco la componente cognitiva, ma non solo. Anche quella emotiva e sociale sono importanti: per imparare servono tutta una serie di fattori che non sono solo una buona capacità attentiva." La soglia dell'attenzione va man mano calando a prescindere, come diversi studi dimostrano e come verrà trattato meglio successivamente. Essa è ipotizzabile in 15 minuti circa per un bambino della scuola primaria (un valore decisamente basso), mentre sale a 30 - 40 minuti dagli adolescenti in su.

Bisogna considerare che tutto ciò si complica se si chiede di restare attenti davanti ad uno schermo per diverse ore al giorno; prosegue infatti Diotti in questo modo: "È molto più difficile stare attenti di fronte a uno schermo perché mancano tutte quelle componenti che aiutano l'attenzione: l'apprendimento cooperativo attraverso i compagni e la percezione delle emozioni che aiuta la memoria", individuando poi delle possibili soluzioni: "Cercare di dare dei tempi diversi, fare delle pause in più, cercare il coinvolgimento dei compagni, attraverso le domande e i circoli di apprendimento, dando prima del materiale ai ragazzi e farlo presentare a loro. Questo può essere un modo. E abbandonando una didattica frontale che non funziona di fronte allo schermo. Bisogna passare dalla comunicazione insegnante-alunno a una alunnoinsegnante, ribaltando il processo". 10

¹⁰ https://vdnews.tv/article/lezioni-zoom-perdere-vogliastudiare/

Lato Docente

Anche dal punto di vista degli insegnanti non è per nulla semplice mantenere l'attenzione, non avendo sostanzialmente la concezione dell'orario lavorativo, ma si aggiungono altri fattori imposti dal ruolo sociale ed educativo che intrattengono.

Veronica Marullo, professoressa di italiano, descrive così la situazione in base alla sua esperienza diretta: "L'attenzione è più difficile da mantenere, tanto che le lezioni non sono più frontali come avveniva in classe, ma c'è un continuo rivolgersi agli alunni per facilitarli e accertarsi se sono attenti. Senza contare il problema delle telecamere, che spesso non sono accese. Questo non permette di capire se il ragazzo effettivamente stia seguendo la lezione o stia al telefono oppure sdraiato sul letto. Può anche accadere che li si chiami e che non rispondano". ¹⁰



3.8

Zoom Fatique

La fatica delle videochiamate

Il mondo per via telematica Le webcam citate nel paragrafo precedente sono però anche esse fonte di diversi problemi, a tal punto che durante la pandemia si è cominciato a parlare di Zoom Fatigue; l'uso eccessivo di queste può diventare nocivo per il cervello creando stati di stress, ansia e disagio.

A causa della pandemia le interazioni sociali sono passate da una realtà fisica ad una virtuale: scuola e università, eventi come mostre e concerti, il praticare attività fisica e il lavoro e qualsiasi altra cosa sono passati ad essere praticati per via telematica.

Durante il lockdown, due milioni italiani hanno cominciato a lavorare in smart-working causando un aumento che oscilla tra il 400% e il 500% in più rispetto al periodo prepandemico.

Ciò ha comportato un grande utilizzo di piattaforme che consentono di effettuare videochiamate: in particolare Zoom è risultata essere quella con più download e quella con il più elevato tempo medio di utilizzo.

Non a caso è nato il termine "Zoom Fatigue" per riferirsi al senso di stanchezza e disagio causati dall'eccessivo tempo passato davanti ad una videochiamata per lavorare o studiare. ¹

¹¹ https://www.siamomine.com/zoom-fatigue/

Il nostro cervello

La possibilità di interagire, anche in una situazione pandemica come quella in atto, è sicuramente importante, tuttavia dietro ad una interazione in video ci sono molte similitudini con una conversazione reale che però, essendo virtuale, impone al cervello umano uno sforzo energetico maggiore. Questo, durante una conversazione o per riconoscere un individuo, deve essere in grado di distinguere i tratti fisionomici dell'interlocutore non soltanto attraverso l'aspetto fisico: spesso entrano in gioco delle forme di compensazione come il timbro vocale, gesti, accessori, indumenti.

"Queste forme di compensazione vengono usate in continuazione dal cervello umano in maniera automatica e hanno un ruolo centrale anche per facilitare lo svolgimento di una conversazione. Durante un dialogo, il cervello è abituato a fare affidamento su agenti non-verbali per supportare la comprensione: il movimento delle mani, la postura, le espressioni facciali, il body language e persino la modulazione del respiro dell'interlocutore, che molto spesso indica quando ha intenzione di inserirsi nel dialogo o di portare a termine un'espressione." ²

L'interazione virtuale elimina tutti questi fattori o li limita, portando il cervello a consumare un quantitativo superiore di energia per compensarne la mancanza.

Una videochiamata induce a interagire come se si fosse davanti ad una persona in carne e ossa e ad attivare tutta una serie di ricettori invano, cosa che invece non avviene durante una normale telefonata audio durante la quale si hanno aspettative completamente diverse.

Chat di gruppo

Durante una videochiamata però ci sono altri fattori che inducono il cervello a consumare ulteriori energie come diverse tabs aperte, chat ecc. portando spesso ad una perdita dell'attenzione per non sovraccaricare la mente. Tutto ciò si complica in videochat di gruppo, per esempio in una riunione di lavoro: in una situazione reale, grazie alla vista periferica, è possibile captare reazioni e anche dettagli o piccoli gesti dei presenti, che possono sembrare banalità ma che in realtà forniscono dei feedback importanti al nostro sistema nervoso centrale per aiutarci a comprendere quale è il mood della riunione, se gli altri partecipanti sono interessati o meno ecc. In una call su Zoom invece tutti questi fattori sono eliminati dal fattore "riquadro": tutti i partecipanti sono piccoli riquadri di cui non è possibile cogliere emozioni, gesti, reazioni; quando

¹² https://www.siamomine.com/zoom-fatigue/

è una persona a parlare, in genere il suo riquadro diventa più grande, ma nel momento in cui è un'altra a prendere parola allora è il riquadro di quest'ultima a ingrandirsi, causando forte confusione nel cervello che non riesce a stabilire con chi effettivamente sta intrattenendo una discussione, se si viene capiti o quantomeno ascoltati. Il fattore empatico viene a mancare, portando un forte carico di stress, ansia e disorientamento.

Il silenzio

Oltre ai momenti di interlocuzione, durante una conversazione, non bisogna sminuire quelli in cui vi è silenzio: questo detta i tempi della discussione, aiuta a comprendere e a ragionare su ciò di cui si sta parlando. Durante una call, il silenzio è fonte di disagio: si ha paura che ci sia un problema di connessione, che il microfono non funzioni bene, di non essere sentiti.

La webcam

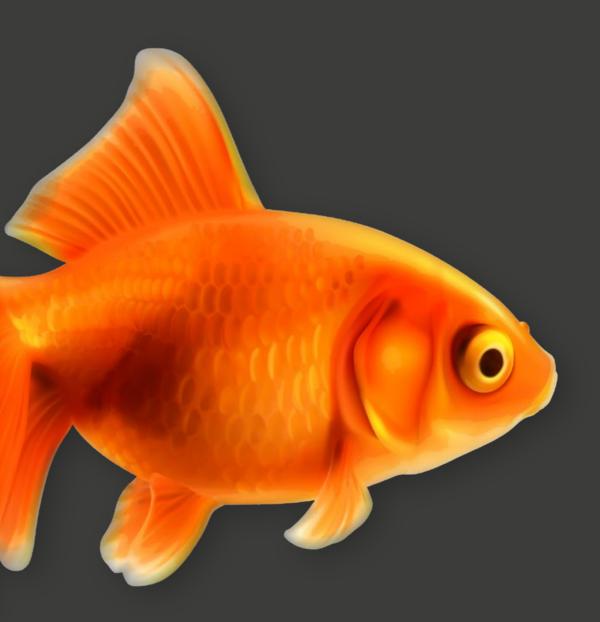
Altro aspetto importante è la paura della webcam: molte persone non si trovano a loro agio nell'accendere una camera e farsi vedere da colleghi (alcuni magari sconosciuti), in quanto provano disagio nel rivedersi in uno schermo o mostrare il contesto domestico dal quale partecipano alla call. Il contatto visivo è peraltro obbligatorio e porta a non staccarsi mai dalla camera, non poter agire liberamente distogliendo lo sguardo o interagendo con l'ambiente perchè sarebbe visto dagli altri come un comportamento assente o distratto. Azioni che, in un contesto reale, sarebbero del tutto normali, anzi lecite.

Problemi tecnici

Se in più si considerano i problemi tecnici di cui si è già parlato in precedenza, il tutto non può che peggiorare: una connessione lenta o un dispositivo non performante creano difficoltà ulteriori nell'interazione, amplificando la sensazione di sentirsi isolati e incapaci di intrattenere una discussione e svolgere il proprio lavoro.

CAPITOLO 3 139

"Che bella questa soglia dell'attenzione, che non capisco mai niente."



3.10 La soglia dell'attenzione

Come un pesce rosso

8 secondi, come i pesci rossi

Precedentemente si è parlato di soglia dell'attenzione per gli studenti, indicando un valore di circa 15 minuti per i più piccoli e 30/40 dagli adolescenti in su.

In realtà negli ultimi 20 anni degli studi hanno evidenziato come la soglia dell'attenzione dell'essere umano sia drasticamente calata fino ad un valore medio di 8 secondi, meno di quella di un pesce rosso (indicativamente 9 secondi).

La causa sarebbe da ricondursi all'uso eccessivo dello smartphone, ormai prolungamento del corpo dell'essere umano: egli viene costantemente stimolato ad utilizzarlo, vedere se per esempio sono arrivati messaggi o mail anche quando non c'è traccia di vibrazione o notifiche sonore.

In particolare il colpevole risiederebbe nei social network e al forte ruolo che hanno conquistato nella società. L'azione dello scrolling ha ormai conseguenze a livello fisiologico; a questa corrisponde una forte scarica di dopamina, della quale si rischia di diventare dipendenti.

Chris Anderson, ex direttore di Wired USA si esprime in questo modo a proposito: "Nella scala che va dalle caramelle al crack lo schermo è molto più vicino al crack".¹³ A stabilire il valore della soglia di attenzione ad 8 secondi è stata una ricerca condotta dalla Microsoft Canada¹⁴, più o meno in contemporanea con uno studio svolto da Google¹⁵ che però alzava questa cifra a più o meno 12 secondi, non una grande differenza.

¹³ https://vdnews.tv/article/nostra-attenzione-dura-massimo-8-secondi

¹⁴ https://time.com/3858309/attention-spans-goldfish/

¹⁵ https://espresso.repubblica.it/plus/articoli/2019/11/25/news/ attenzione-nove-secondi-1.340974

Switch tra uno schermo e l'altro.

ORE Un to

Un terzo delle nostre giornate è speso davanti allo schermo, circa 6 ore.

Lisa lotti

Lisa lotti, giornalista autrice del libro "8 secondi. Viaggio nell'era della distrazione", interviene così parlando dei momenti, anche brevi, passati davanti al piccolo schermo: "Sono istanti di distrazione, però poi ci vogliono 25 minuti per riprendere la concentrazione. Questa cosa ti da scariche di dopamina perché ormai il tuo cervello ne ha bisogno proprio come una droga, ma dall'altro rilascia cortisolo e genera stress. Ha un impatto fortissimo sulla sindrome da affaticamento". ¹³

The Social Dilemma

È evidente peraltro come tutto ciò non sia puramente casuale: i social network sono progettati appositamente per far sì che la gente passi le ore su di essi, un tema approfondito nel recente documentario prodotto da Netflix "The Social Dilemma", in cui sono gli stessi autori di certe funzionalità a parlare e talvolta vergognarsi del loro operato, trovandosi anche loro ingabbiati nel loop generato dalle loro stesse mani (come per esempio il founder di Pinterest, o l'inventore dello scroll infinito). Questa continua attenzione verso suoni e notifiche scaturisce tuttavia da un aspetto biologico intrinseco dell'uomo: "quando eravamo primati e sentivamo un rumore, se non ci fossimo girati a controllare se era una foglia o un leone, ora non saremmo qui". ¹³

Gloria Mark

Gloria Mark, professoressa dell'Università della California, aggiunge: "Siamo continuamente distratti da messaggi e notifiche, e quando non c'è nulla che ci interrompe, lo facciamo noi, perché ne abbiamo bisogno. Abbiamo dimostrato che mentre le persone sono al lavoro e stanno facendo qualcosa di importante improvvisamente si fermano, prendono in mano il telefono, e si mettono a chattare o a controllare i social. Non possono più farne a meno". ¹³

Lo smartphone è un doudou

lotti spiega nel libro: "Lo smartphone è come un doudou per i bambini, un orsetto, un peluche, un pezzo di tela da toccare, da accarezzare. È qualcosa che li calma, li tranquillizza, che li fa dormire più sereni. Gli smartphone per noi sono la stessa cosa, a qualunque età" Facebook, Snapchat, Twitter, Instagram sfruttano gli stessi circuiti neurali usati dalle droghe e dalle slot machine per indurci a stare il più tempo possibile sulle loro bacheche". ¹³

3.11

La frequenza di rimbalzo

La regola dei 15 secondi

Poco tempo a disposizione

È stato analizzato fino ad adesso il problema della soglia minima di attenzione raggiunta al giorno d'oggi e del suo valore decisamente preoccupante, che tende a diminuire nel futuro; sono state analizzate anche le cause principali, ovvero un rapporto morboso con la tecnologia, internet ed in particolare smartphone e social network, che portano l'essere umano ad essere sovraccaricato di una mole di informazioni spropositata e di stimoli visivi, segnale che la comunicazione visiva oggi e in futuro avrà un ruolo sempre più rilevante.

Le conseguenze di tale calo dell'attenzione e il sovraccarico di informazioni sono senza ombra di dubbio una delle causa più importanti di ansia e stress al giorno d'oggi. A tal proposito può risultare interessante capire come vive questo stato d'ansia uno studente o un giovane che cerca di immettersi nel mondo lavorativo: egli è cosciente di avere pochissimo tempo per risultare convincente e allo stesso tempo spiccare tra gli altri contendenti per il posto di lavoro, dimostrando o di avere qualcosa in più o, più opportunamente, di essere lui o lei la persona adatta a ricoprire quel ruolo.

La regola dei 15 secondi

Può essere fatta un'analogia con la teoria della frequenza di rimbalzo, anche chiamata "la regola dei 15 secondi" di Jakob Nielsen ¹⁶.

I 15 secondi corrispondono al tempo medio di permanenza di un utente su una pagina web, ovvero il tempo che si ha a disposizione affinché si catturi l'interesse dell'utente e lo si sproni a restare sulla pagina oltre quei pochi secondi, scoprendo altre sezioni o approfondendo la sua esperienza

Dopodichè, se non si riesce nell'intento di incuriosire, l'utente "rimbalza" fuori dal sito in quanto non c'è stato alcun coinvolgimento e/o non ha trovato ciò che cercava.

¹⁶ https://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/

Un design efficace

Per valutare se un sito è costruito in maniera efficace (attraverso visual, content, design) la frequenza di rimbalzo è il valore da prendere in considerazione. Esso è una delle metriche più importanti per Google Analytics, che misura la percentuale di persone che abbandonano il sito dopo aver visitato una sola pagina, senza svolgere alcuna azione.

Come analizzato anche nel capitolo sul motion graphic design, i punti su cui focalizzarsi per realizzare un buon sito, che potrebbe essere per esempio il web portfolio di un giovane studente / designer, sono i seguenti indicati da HubSpot. Una buona UX che tiene conto dell'interazione* tra utente e pagina web risulta fondamentale.

- * Semplicità: eliminare ogni elemento non essenziale.
- * Gerarchia: organizzare gli elementi in base alla rilevanza.
- * Navigabilità: creare un percorso di navigazione semplice e ovvio.
- * Coerenza: l'aspetto deve essere uniforme in tutto.
- * Accessibilità: il sito deve essere accessibile da tutti i dispositivi.
- * Convenzionalità: usare sempre elementi che le persone conoscono.
- * Credibilità: saper anticipare il search intent.
- * Centralità dell'utente: monitorare le risposte degli utenti agli elementi del sito per ottenere la migliore UX. ¹⁷

¹⁷ https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30557/6-guidelinesfor-exceptional-website-design-and-usability.aspx https://www.ninjamarketing.it/2020/09/11/frequenza-di-rimbalzoregola-dei-15-secondi/

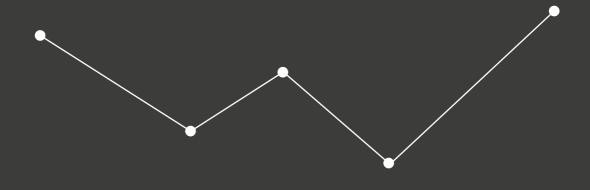
3.11.1 La frequenza di rimbalzo

È lecito a questo punto evidenziare l'analogia con un giovane studente che deve affrontare la sua prima esperienza lavorativa ma non sa come muoversi, da che punto partire nella creazione del portfolio o come porsi nei confronti di un cliente, insomma nel come prepararsi alla propria vita professionale.

La frequenza di rimbalzo può essere dovuta a diversi aspetti, YOAST¹ indica principalmente i seguenti 3:

- * Qualità bassa.
- * Il pubblico non corrisponde allo scopo della pagina.
- * I visitatori non hanno trovato quello che stavano cercando.

¹⁸ https://yoast.com/understanding-bounce-rate-google-analytics/



Progetti non curati o comunicati e presentati nel modo non corretto, non dando a questi il giusto valore ed il giusto risalto o visibilità.

Non si sta usando il giusto strumento o la piattaforma più coerente per pubblicizzarsi e presentarsi a lpubblico.

Tra i diversi progetti realizzati e voci sul curriculum, vengono presentati o messi più in rilievo al possibile datore di lavoro o cliente quelli che meno lo interessano e che meno hanno a che vedere con ciò che cerca in quel momento.

Nel quarto capitolo di questo volume verranno approfondite varie modalità con cui un giovane designer o studente può approcciarsi al mondo lavorativo attraverso le opportunità di cui dispone, riflettendo su come questi possano aiutarlo nella sua crescita personale e professionale, mettendo in luce quali sono i punti deboli e le lacune degli studenti quando effettuano il salto tra università e lavoro.





FIG. 4-5 Estratti da "The Social Dilemma", documentario produzione originale Netflix.

3.12 Multitasking

Esseri umani o computer?

Oggi le modalità di lavoro sono modellate su quelle di un PC: dal momento che è stato creato il sistema a finestre di Windows, l'uomo ha creduto di poter essere in grado di gestire il multitasking senza avere ripercussioni, credendo anzi di essere più organizzato ed efficiente.

Lisa lotti affronta anche questo argomento dicendo che "Noi lo diamo per scontato ma non è sempre stato così. Carr ¹⁸ racconta che quando si sono messi a studiare un nuovo sistema operativo ed è venuto fuori il sistema a finestre, come Windows, è nato un dibattito: perché devo essere distratto da una mail mentre sto lavorando a un documento importante? Poi ha vinto quel sistema ed è diventato il nostro modo di lavorare e di pensare. Ma noi non siamo multitasker, tutta una serie di studi lo conferma¹⁹".

Lo switch tra il fare una cosa e farne un'altra ha bisogno di un certo quantitativo di energia mentale per avvenire, abbassando l'efficienza e la produttività.

Daniel Levitin, nel libro "The Organized Mind", afferma che il cervello umano è fatto per processare 120 bit al massimo, ma non riesce a dare delle priorità: processa tutto ciò che acquisisce senza riuscire a mettere alcune informazioni da parte, ignorarle.

Un esperimento di Stanford ²⁰ ha dimostrato che su 260 studenti multitasking le prestazioni di quelli più abituati a questa pratica (heavy multitasker) erano le peggiori: più erano multitasker e meno erano capaci di filtrare informazioni, quello che è essenziale e quello che non lo è.

CAPITOLO 3 149

¹⁸ Nicholas Carr nel suo famoso libro "Internet ci rende stupidi?"

¹⁹ Usando le risonanze magnetiche funzionali, hanno dimostrato come il cervello non riesca a seguire più cose contemporaneamente. https://science.sciencemag.org/content/328/5976/360

²⁰ https://www.researchgate.net/publication/26766460_Cognitive_ control_in_media_multitaskers

3.13 Sovraccarico cognitivo

La quantità e la velocità delle informazioni oggi Uno dei temi caldi oggi è quello del sovraccarico cognitivo: viviamo un momento storico in cui quotidianamente siamo bombardati da una quantità incredibile di informazioni che viaggiano a velocità altrettanto impressionanti.

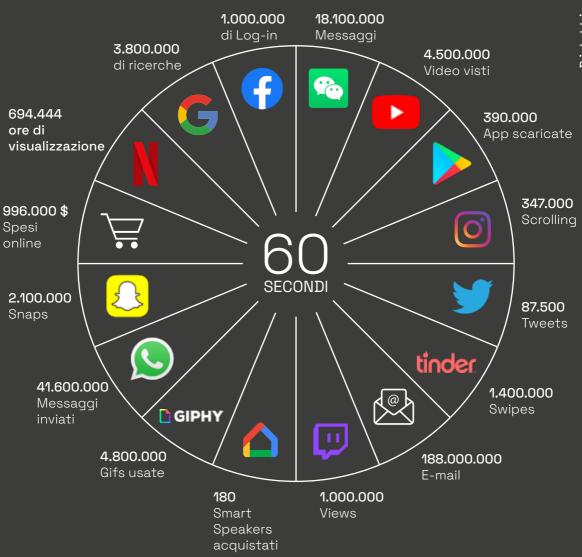
Durante l'emergenza Covid questo problema è emerso ancora più prepotente, attraverso la circolazione non solo di news autentiche ma anche di bufale. Essendo obbligati a stare in casa per molto tempo, gli unici mezzi per restare in contatto col mondo sono i dispositivi digitali come TV, smartphone, tablet e PC, incrementando l'esposizione di ogni individuo ai media e di conseguenza alle informazioni veicolate da questi.

Ciò è reso possibile dall'esistenza di internet, uno strumento che non tutti riescono ad utilizzare con la giusta consapevolezza: il mondo si divide in nativi digitali capaci di utilizzare gli strumenti ma non in grado di sfruttarne la potenzialità e immigrati digitali che invece non hanno buone competenze con i dispositivi e di conseguenza spesso si ritrovano a non sapere effettivamente con cosa hanno a che fare. 21 Internet ha reso gratuita l'informazione attraverso migliaia e migliaia di risorse e piattaforme. Un utente non può di certo fruire di ognuna di queste visto e considerato che molte volte si tratta dello stesso contenuto. Ciò che cambia è il modo attraverso cui il contenuto viene offerto e comunicato al fine di ingaggiare più utenti possibili e abbattere la concorrenza: si gioca sulle emozioni, vengono utilizzati titoli forti, la fake news dilagano e si cerca di essere visivamente sempre più appetibili. Tenendo conto inoltre del drastico calo di soglia dell'attenzione già esaminato, è possibile trovare ed analizzare diverse conseguenze, tra cui una progressiva riduzione della lunghezza della maggior parte dei contenuti in rete. Un'ulteriore conseguenza è che recependo tantissimi stimoli-spazzatura, si fa più caso alle notizie più prepotenti piuttosto che a quelle più importanti, avendo così una percezione distorta di ciò che si ha intorno. 22

²¹ https://www.pirelli.com/global/it-it/life/chi-sono-i-nativi-digitali

²² https://www.start2impact.it/blog/mindset/sovraccaricocognitivo/

Cosa succede su internet in un minuto nel **2019**?



3.14 Social Media Fatigue Affaticamento da Social Media

Le notizie sui social

Il mezzo più potente attraverso cui circolano le informazioni oggi sono i social network come Facebook, Instagram e Twitter.

La quantità di informazioni in grado di essere recepite attraverso un articolo o semplicemente scrollando il feed di un social network è davvero notevole.

Ogni giorno, per esempio, si assiste alla creazione di 4 petabyte di dati su Facebook.

Alcuni studi hanno cercato di determinare l'impatto che i social possono causare col crescere delle sollecitazioni e delle informazioni che si ricevono: in un solo giorno sono pubblicati oltre 322 milioni di tweet, ovvero oltre 3700 tweet al secondo. È come se in un giorno fossero pubblicate oltre 100 mila copie de La divina commedia. ²³

Profili abbandonati

Il sovraccarico cognitivo provoca un fenomeno conosciuto come social media fatigue, l'affaticamento da social media. Uno studio condotto dal PEW Research Center ha dimostrato che il 61% degli utenti di Facebook ha dichiarato di essersi preso una pausa di alcune settimane dal social, mentre alcuni hanno deciso di abbandonare la piattaforma digitale per sempre.

²³ https://www.culturedigitali.org/i-social-network-e-il-sovraccarico-diinformazioni/



3.15

Nuove piattaforme

Fenomeno della blockbusterizzazione

Blockbuster

Ogni anno sempre più piattaforme popolano internet, ognuna cercando di offrire un servizio nuovo e diverso o semplicemente "migliore" del precedente.

Basti pensare a Netflix, che ha fatto dimenticare presto Blockbuster: proprio a seguito di questa vicenda è nato il termine "blockbusterizzazione", fenomeno per cui un'azienda con un modello di business innovativo rende obsoleto quello di un'altra azienda spazzando fuori dal mercato quest'ultima.

Blockbuster contava 87.000 dipendenti e 9000 negozi in tutto il mondo, eppure nel 2013 ha dovuto dichiarare bancarotta.

Il fondatore di Netflix, Reed Hastings, nel 1997 aveva portato in ritardo una videocassetta di Apollo 13. A causa di questa sua dimenticanza si è trovato un conto di 40 \$, una cifra esagerata data dalle pesanti penali presenti nella politica di Blockbuster. Tre anni dopo Hastings fondò Netflix, con la convinzione che una cosa del genere non dovesse mai e poi mai accadere.

Inizialmente Netflix permetteva di noleggiare il dvd tramite internet e farselo spedire direttamente a casa, sempre attraverso la formula dell'abbonamento e non il pagamento di ogni singolo film, proprio come funziona adesso il servizio di streaming offerto dall'azienda stessa.

Netflix

Secondo Hastings "i clienti di Netflix comprano l'abbonamento non per noleggiare dei film ma, piuttosto, per vedere i film e trascorrere in maniera piacevole il tempo libero. I competitors della piattaforma non sono soltanto Amazon, che fornisce un servizio simile, o altri canali come i cinema o la televisione. I veri competitor di Netflix sono il teatro, il ristorante, luoghi in cui sfruttare il proprio tempo libero e godere di un'esperienza." ²⁴

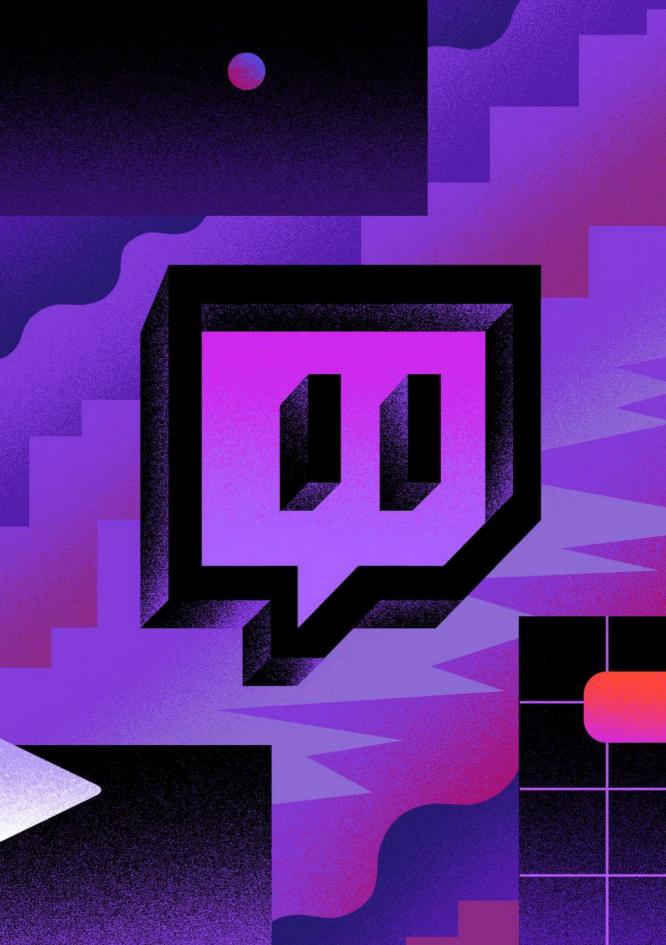
²⁴ https://www.corporateinnovation.it/blog/netflix-contro-blockbuster



FIG. 6 Insegna di "BlockBuster".



FIG. 7 Logo di Netflix.



3.16 Twitch La TV del futuro?

Cosa è?

Twitch è una piattaforma di live streaming focalizzata principalmente sul gaming. Nata come spin-off di Justin. tv nel 2011, è stata poi acquisita da Amazon nel 2014, dopo una contesa con Apple e Facebook per la conquista mercato del gaming ormai in forte ascesa Twitch è una sorta di tv alternativa in cui i programmi televisivi corrispondo ai canali degli streamer, persone che trasmettono dirette durante le loro sessioni di gioco o che trattano argomenti di interesse e natura diversi, intrattenendo gli utenti che li seguono. Questi possono diventare followers del canale, interagire con lo streamer e gli altri followers grazie ad una live chat, sostenere il proprietario del canale attraverso delle donazioni o eseguendo un abbonamento mensile alle sue trasmissioni ottenendo alcuni vantaggi.

Punto focale di Twitch è proprio questo aspetto appena citato: il rapporto che si crea tra il content creator o streamer e il suo seguito (e tra i followers stessi) dà vita a diverse community, grazie all'interazione costante che la piattaforma offre attraverso le funzionalità che mette a disposizioni degli utenti; alcune dinamiche sono simili a quelle di YouTube, ma queste funzionalità determinano il successo di Twitch facendo di essa una piattaforma più settoriale e dedicata.

La piattaforma di intrattenimento del futuro

Risulterebbe banale affermare che Twitch si occupa esclusivamente di gaming sebbene nasca per quello; è ciò che potrebbe essere la piattaforma di intrattenimento del futuro, essendo seguitissima e molto apprezzata dalla Generazione Z che, invece, la TV non la guarda quasi più. Il perchè? Un telespettatore è un fruitore passivo di un servizio, il viewer di Twitch è invece un utente che interagisce con ciò che sta visualizzando, può dire la sua e confrontarsi con gli altri followers e con lo streamer (che non è semplicemente un videogiocatore ma un vero e proprio intrattenitore, un presentatore televisivo che riesce a socializzare ed interagire con gli spettatori da casa). Il rapporto che si crea in questo modo tra content creator e follower è più profondo.²⁵

²⁵ https://style.corriere.it/lifestyle/tech/come-funziona-twitch/

Inoltre, a differenza della televisione in cui si seguono copioni e schemi prestabiliti, Twitch è un luogo virtuale in cui lo streamer non deve seguire alcuna regola e può esprimersi in maniera libera; molte persone famose hanno cominciato a streammare in periodo pandemico, mostrando un'immagine di sè più sincera e autentica rispetto a quella che possono trasmettere andando in televisione, in cui devono sottostare alle politiche dei canali televisivi e vanno a trattare argomenti già concordati, spesso decisi da chi li ospita.

Come funziona

Su Twitch è possibile iscriversi e fruire dei contenuti offerti dagli streamer in maniera totalmente gratuita. Tuttavia è possibile effettuare una sub (subscription, in italiano abbonamento) attraverso cui ottenere dei benefici.

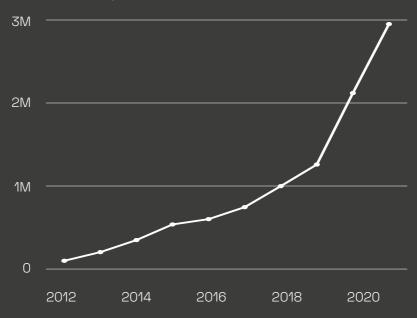
La sub ha il nome di "Twitch Prime" (da quando Amazon l'ha acquistato nel 2014 ha preso il nome proprio dal servizio Prime offerto dall'azienda di Bezos) grazie al quale si evitano le interruzioni pubblicitarie durante le live e si ha la possibilità di abbonarsi al canale di un solo streamer ogni mese.

La subscription

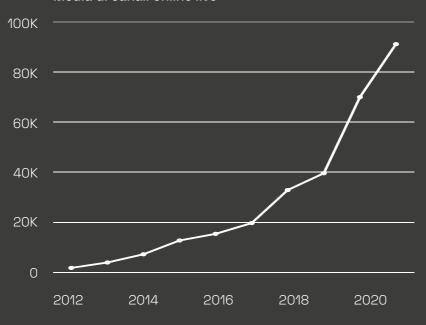
L'abbonamento ad un creator permette all'utente di ottenere una serie di funzionalità aggiuntive come: emoticon personalizzate, chat private, stemmi da mostrare in chat e contenuti premium decisi e offerti dallo streamer.

Alcuni benefici possono sembrare del tutto accessori ma non è così: questi vanno inquadrati nell'ottica di community e di rapporto diretto e personale instaurato con il creator.



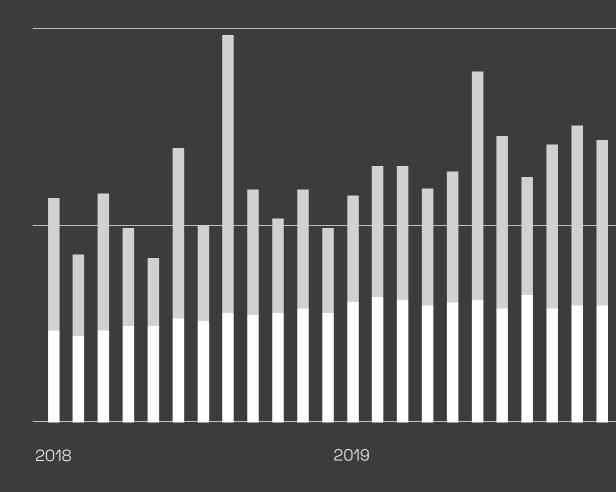


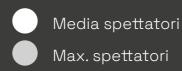
Media di canali online live

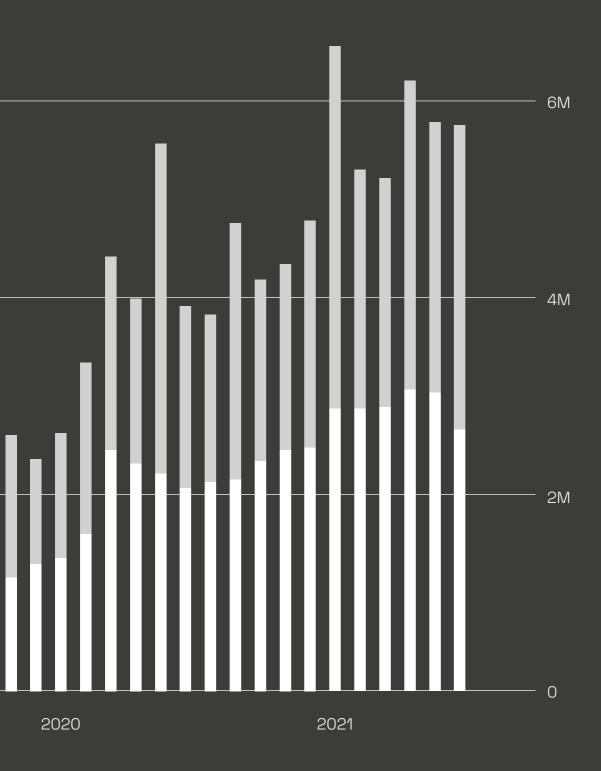


https://twitchtracker.com/statistics

3.16.1 **Twitch** Quanti spettatori?







3.16.2 Il palinsesto

Cosa va in onda?

Le categorie

La crescita nell'offerta di contenuti ha reso Twitch una piattaforma matura, con una vasta selezione di canali e tematiche eterogenee offrendo un palinsesto virtuale sempre più ampio e verticale.

La forte interazione tra i partecipanti li rende protagonisti dello stream: un aspetto più rilevante rispetto a YouTube. La natura di Twitch va a stimolare un'attitudine alla socialità e al confronto propria dell'essere umano: una sorta di trasposizione digitale delle "chiacchiere" tra amici su varie tematiche.

Just Chatting

Dario Moccia



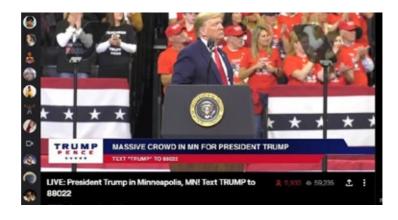
Musica

Steve Aoki



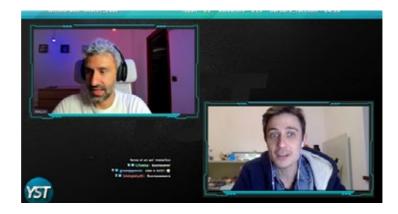
Politica

Donald Trumo



Didattica

Giuseppe Tipaldo



Sport

BoboTV



CAPITOLO 3 163

3.17 Discord

Dove le community di Twitch prendono vita

Cosa è?

Discord ha iniziato la sua attività nel 2015, focalizzandosi principalmente come servizio di supporto ai videogiocatori. I suoi creatori volevano un modo semplice per conversare durante la riproduzione di giochi desktop tramite un'app che non consumasse molte risorse di elaborazione e rallentasse le loro prestazioni. Il luogo di ritrovo delle community su Discord sono i "server", che contengono canali vocali, di testo e video (similmente al famoso software di comunicazione aziendale Slack) tematici in cui puoi collaborare, condividere o semplicemente scambiare quattro chiacchiere.

Su Discord gli utenti possono iscriversi ad una varietà di server o crearne di propri per fondare e stabilire comunità online.

I fondatori

Sul sito stesso si può leggere il racconto dei founder: "Fin dall'infanzia, i fondatori Jason Citron e Stan Vishnevskiy hanno condiviso un amore per i videogiochi, apprezzando le amicizie e le connessioni che nascevano tra i giocatori. All'epoca tutti gli strumenti per aiutare questa comunicazione erano lenti, inaffidabili e complessi. Jason e Stan sapevano di poter creare un servizio migliore che non solo avrebbe incentivato la comunicazione, ma avrebbe anche riprodotto lo stesso spirito di unione che provavano giocando, gli stessi bei ricordi" oggi Discord è usato da tutti, dai club sportivi locali, alle comunità artistiche, ai gruppi di studio. Su Discord, milioni di persone sfruttano la piattaforma per creare uno spazio per i propri amici e le community in cui parlare per più di 4 ore al giorno. Qui è dove il mondo intero parla, passa il tempo in compagnia e costruisce relazioni. Discord consente a chiunque di creare uno spazio in cui trovare un senso di appartenenza: così come era stato per Jason e Stan." 26

²⁶ https://www.teknoring.com/wikitecnica/rappresentazione-e-media/ graphic-design/

"Immagina uno spazio dove far parte di un club scolastico, un gruppo di gamer, una community artistica mondiale o dove trascorrere tempo assieme a un piccolo gruppo di amici: uno spazio in cui è più facile chiacchierare ogni giorno e ritrovarsi più spesso."





4.000.000.000

Minuti di conversazione giornalieri sui server.

150.000.000

Utenti attivi mensili.

19.000.000

Server attivi settimanalmente.

Come funziona?

Discord è disponibile sia in versione browser che applicazione, da scaricare sul proprio pc o smartphone, entrambe caratterizzate da una veste grafica ed un'interfaccia semplice ed intuitiva, utilizzabile da chiunque.

Come già detto la vita delle community su Discord si svolge sui server.

Un server è lo spazio dedicato alla comunità ed è diviso in canali tematici che possono essere testuali, vocali o video, divisi in diverse categorie, il tutto secondo le esigenze dell'host (il creatore) del server.

Ciò permette una forte flessibilità e organizzazione dei contenuti che si vogliono proporre e trattare all'interno della propria community che, oltretutto, può essere creata su invito, rendendo il server un luogo sicuro e privato, ovvero una piattaforma dedicata.

Gli strumenti a disposizione per regolare la vita sul server sono molteplici, come per esempio l'assegnazione dei ruoli.

Di base esiste il ruolo del founder, che ha pieni poteri; egli può successivamente nominare degli admin o dei moderatori e creare altri sotto-ruoli per i nuovi arrivati in base a fattori decisi in modo arbitrario e adattabili ad ogni contesto. ²⁷

²⁷ https://www.quora.com/What-are-the-advantages-of-using-Discord

3.18 La community

Cosa è?

Una community è un gruppo di persone che condividono qualcosa.

Essa può essere definita in base agli interessi condivisi, qualcosa in cui credono (come una religione), dei valori, o in base alla forza delle relazioni di chi ne fa parte. In sostanza per essere in presenza di una community c'è bisogno di un gruppo di persone in qualche modo simili, che provano un forte senso di appartenenza e connessione interpersonale.

Le comunità possono essere enormi e diffuse, o di nicchia e molto concentrate, di conseguenza possono esservi tante cose a legare i membri di una community come anche molte che in realtà li fanno trovare su pareri discordanti. A volte, una comunità è definita dal luogo, dove le persone vivono, lavorano o giocano. A volte per identità, come appartenenza a un certo ceto sociale o categoria di persone. A volte per affinità, qualcosa che le persone amano fare e che fanno insieme. A volte per affiliazione: persone conosciute, esperienze condivise, valori in comune. ^{28 29}

²⁸ https://www.francescabaldassarri.it/blog/i-benefici-di-far-parte-di-una-rete-o-community/

²⁹ https://endelab.com/community-online-offline/



Le community riguardano e sono definite soprattutto dalle persone:

la comunità non è un luogo, un edificio o un'organizzazione; né è uno scambio di informazioni su Internet. La comunità è sia un sentimento che un insieme di relazioni tra le persone. Le persone formano e mantengono le comunità per soddisfare i bisogni comuni. I membri di una comunità hanno un senso di fiducia, appartenenza, sicurezza e cura gli uni degli altri. Hanno sia un ruolo individuale che collettivo.



Nella vita non si fa parte di una sola comunità ma contemporaneamente a diverse.

Poiché soddisfare i bisogni comuni è la forza trainante alla base della formazione delle comunità, la maggior parte delle persone identifica e partecipa a molte di esse, spesso in base all luogo in cui vive, alla nazione, alla fede, alla politica, alla razza o all'etnia, all'età, al genere, all'hobby o all'orientamento sessuale.



Le comunità sono nidificate l'una nell'altra.

Proprio come le bambole matrioska russe, le comunità spesso siedono all'interno di altre comunità. Ad esempio, in un quartiere, una comunità in sé e per sé, possono esistere comunità etniche o razziali, comunità basate su persone di età diverse e con esigenze diverse e comunità basate su interessi economici comuni.

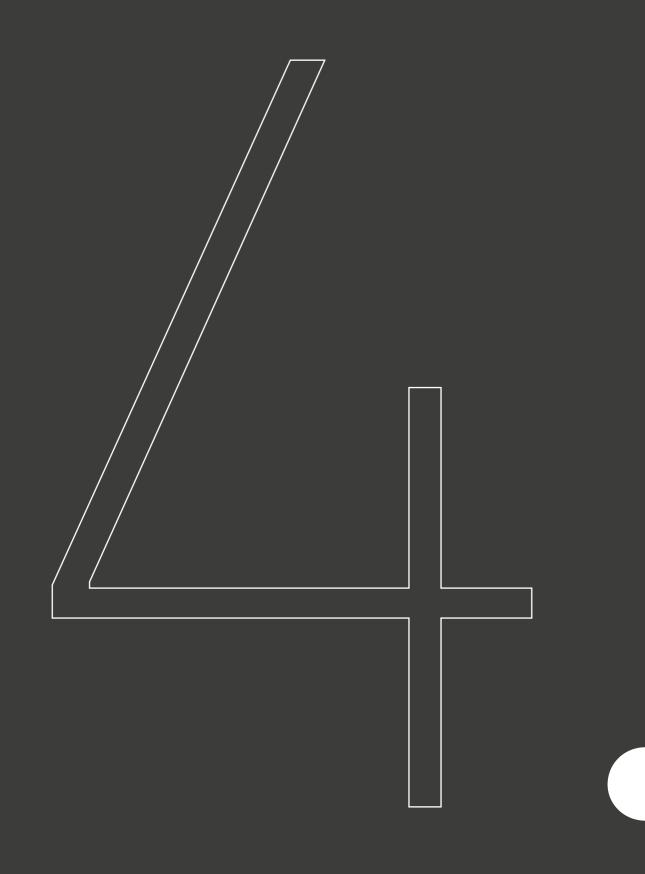


Le community virtuali.

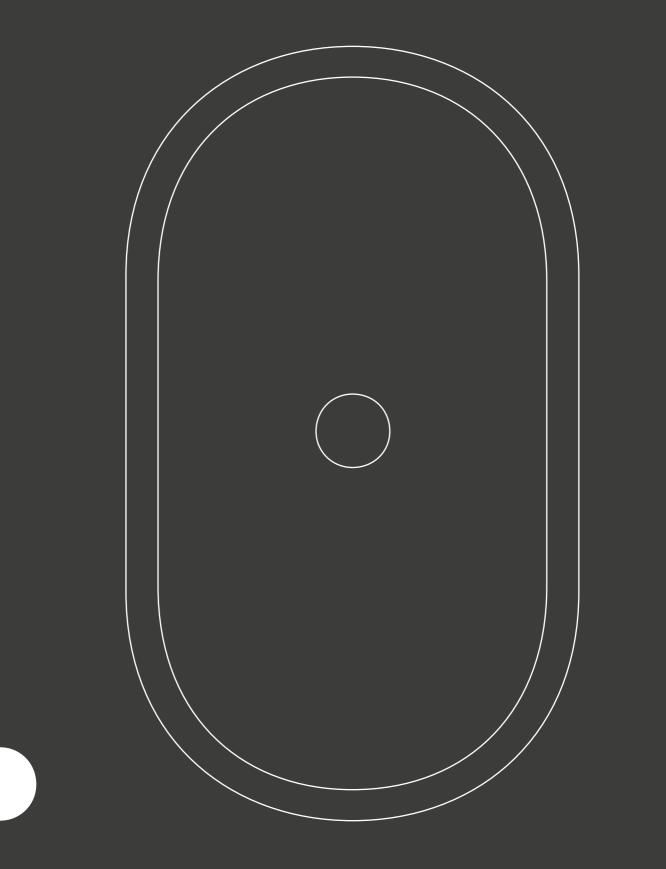
Esistono numerose Community Online dove persone con interessi, comportamenti, idee, passioni comuni, si ritrovano e si confrontano, condividendo opinioni, quesiti, esperienze e così via.

Oggi moltissimi marchi cercano di creare delle communities per essere più vicine ai propri utenti / clienti, ottenere dei feedback da essi e migliorare la percezione del brand, fondamentale nel processo di costruzione di identità di un marchio.

CAPITOLO 2 169



Momenti d



i contatto con il mondo del lavoro

- tirocìnio s. m. [dal lat. tirocinium (der. di tiro -onis «apprendista, novizio, recluta», con terminazione spiegata in modo non soddisfacente)]. - Periodo di addestramento pratico (e l'addestramento stesso) all'esercizio di un mestiere, di una professione, di un'arte, di un'attività in genere, che viene compiuto da un principiante, da un allievo, o anche da persona qià qualificata e fornita della necessaria preparazione teorica, o del prescritto titolo di studio, sotto la guida di persona esperta e nel luogo dove tale attività viene svolta regolarmente

4.1 Il tirocinio

Introduzione

Il tirocinio rappresenta per la maggior parte degli studenti universitari il primo momento di approccio e contatto col mondo del lavoro. Esso risulta essere infatti la prima opportunità per cominciare a fare esperienza in un settore lavorativo così da ottenere delle competenze in più (indicate col termine anglosassone skills e suddivise in soft e hard) rispetto a quelle che si acquisiscono in genere durante il periodo universitario o scolastico (di natura accademica e più concettuali, astratte), che si scontrano / incontrano con la maggiore pragmaticità tipica del mondo professionale.

Il periodo del tirocinio è quindi un momento per fare pratica e mettere in atto le conoscenze acquisite durante gli anni di studio.

La durata del tirocinio in Italia varia in base alla tipologia (curriculare, extracurriculare ecc. come verrà visto meglio in seguito), ma in genere il periodo minimo è di tre mesi con una retribuzione di 300 euro lordi mensili.

Mentre i vantaggi per il tirocinante risultano essere l'acquisizione di esperienza e la possibilità di inserire ciò nel proprio Curriculum Vitae, gli svantaggi possono essere molteplici anche se non puntualmente verificati.

Non vi è, per esempio, assoluta certezza di continuare a lavorare con l'azienda con cui è stato svolto il tirocinio per motivi che possono scaturire sia dalla prestazione del tirocinante che, per esempio, dalla possibilità economica dell'azienda / agenzia.

CAPITOLO 4 173

4.1.1 Tipologie

Quali tirocini esistono?

Tirocinio curriculare

Il tirocinio curriculare è previsto in alcuni piani di studi degli istituti scolastici e universitari.

In genere non è prevista alcuna retribuzione, neanche un rimborso spese, in quanto gli studenti acquisiscono alla fine del periodo di tirocinio dei CFU in base alla durata di quest'ultimo.

Non sempre è previsto e dunque non è obbligatorio; in alcuni corsi universitari lo è, in altri può essere praticato a scelta dallo studente che può inserirlo nel proprio carico didattico in quanto credito libero.

Tirocinio extracurriculare

Il tirocinio extracurriculare è rivolto a neodiplomati e neolaureati che hanno conseguito il titolo entro gli ultimi 6 mesi, ed ha una durata massima di 6 mesi.

A differenza del tirocinio curriculare, questo viene retribuito in base al fatto che venga utilizzata una formula part-time o full-time, con importi standard o concordati tra il tirocinante e l'azienda.

Tirocinio di inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro In questo caso i destinatari sono molteplici: disoccupati o lavoratori in cassa integrazione, ma anche persone portatrici di handicap o richiedenti asilo. In quanto non tratta prettamente gli studenti, questa tipologia di tirocinio non verrà approfondita.

Burocrazia

In genere entrano in gioco due attori principali che sono il soggetto ospitante e l'ente promotore. Il primo è l'azienda, lo studio, il privato che decide di assumere il tirocinante o a cui questo fa richiesta di essere assunto; il secondo è invece generalmente un ente pubblico e istituzionale come possono essere le università, le scuole di secondo grado, centri professionali per l'impiego, province ecc. Il datore di lavoro deve redigere un progetto formativo che poi viene revisionato e accettato dall'ente promotore affinchè possa scattare la convenzione con quest'ultimo. All'interno del progetto formativo vi sono informazioni circa le attività che il tirocinante dovrà svolgere, la durata del tirocinio, informazioni generali sull'azienda, il nominativo del tutor che seguirà lo studente tirocinante ed altro.

Se svolto bene

Il tutor risulta essere una figura di rilevanza all'interno dell'attività: coordina il tirocinante facilitandone l'integrazione, ne gestisce mansioni e compiti e lo supervisiona affinché acquisisca le competenze necessarie per affrontare al meglio il mondo del lavoro. Questo passaggio risulta essere decisivo: se il tutor riesce a seguire e gestire bene il tirocinante, e se quest'ultimo è predisposto e dotato, scaturiscono due vantaggi sostanziali; in un caso l'azienda potrebbe assumere il tirocinante o proporgli un contratto come stagista; nell'altro caso, qualora l'azienda non potesse assumere, il tirocinante avrebbe comunque acquisito un buon quantitativo di skills utili per il suo futuro lavorativo e potrebbe non aver problemi a trovare un'occupazione in futuro.

Se svolto male

Purtroppo non sempre il tutor riesce a seguire con costanza il tirocinante che può sentirsi trascurato e non abbastanza indipendente per affrontare l'esperienza da solo, anche perchè non avrebbe incarichi da portare a termine.

Fortunatamente è possibile segnalare ciò e richiedere di essere seguiti da un altro tutor, tuttavia ciò non sempre è realizzabile.

Un altro caso potrebbe essere quello che il tirocinante viene sovraccaricato di lavoro a tal punto da non riuscire a portare a termine neanche un incarico.

Spesso il tirocinante si ritrova a non avere un ruolo ben definito e dunque a svolgere compiti secondari, dando semplicemente una mano ad altri lavoratori dell'azienda, non riuscendo in alcun modo a responsabilizzarsi e acquisire la capacità di seguire per bene un progetto. Infine un'ultima possibilità è dettata dal fatto che si possa entrare in un'azienda con un clima non del tutto mite e disteso ma in cui la competizione regna sovrana: come affronterò meglio anche in fase progettuale sarà possibile notare come un ambiente lavorativo o di studio che mettono a proprio agio lo studente / lavoratore contribuisce alla buona realizzazione degli elaborati finali, annulla ansie e garantisce il buon umore all'interno del gruppo di lavoro.

4.2 Portfolio Reviews

Cosa sono?

Confronto con professionisti

Le portfolio reviews sono un ottimo momento di confronto con professionisti del settore per mostrare i propri progetti e ottenere dei feedback diretti e sinceri al fine di riuscire a guardare con occhio più critico il proprio operato.

Tradizionalmente è un evento che avviene in presenza, tuttavia con il dilagare delle piattaforme digitali di streaming oggi è possibile effettuarla anche a distanza, a maggior ragione dopo l'evento pandemico del 2020.

Come già detto, durante una review ci si confronta con un professionista mostrandogli i propri lavori; chi richiede una revisione del proprio portfolio decide in anticipo di quali progetti parlare in quanto ovviamente il tempo a disposizione non è infinito.

Vi è la necessità di trattare giusto un paio di argomenti ma in modo approfondito.

Il portfolio può essere sia cartaceo che digitale, come illustrato più avanti.¹

Comprendere i propri limiti. Rivelano i punti di forza e quelli deboli. Essi sono molto utili per comprendere la realtà del mercato lavorativo cui si può ambire fino a quel momento.

Ottenere visibilità. La portfolio review sono anche un ottimo luogo in cui venire allo "scoperto" e farsi notare nell'ambiente.

Ottenere feedback preziosi da persone con esperienza sulle spalle e che soprattutto hanno attraversato le stesse difficoltà e le stesse situazioni che sta vivendo lo studente o giovane designer.

¹ https://www.nowahalamag.com/post/the-benefits-of-portfolioreviews-and-how-to-prepare-for-one

Fare un passo indietro.

E' un ottimo momento per separare l'opera dal designer: spesso si è molto concentrati e assorbiti dal proprio lavoro che ci si dimentica dell'importanza di avere un quadro generale su ciò che accade nel frattempo altrove, al come si evolvono i linguaggi visivi. Avere un parere esperto esterno è utile a ridimensionare il proprio progetto e guardarlo con occhio critico.

Avere una direzione.

Con i feedback forniti dal revisore si ha un'idea migliore di quale direzione sta prendendo il proprio lavoro.

Risolvere i dubbi.

Le revisioni del portfolio sono anche un buon momento per affrontare domande di cui non si aveva un'effettiva risposta in precedenza.

Imparare dei trick. Gli esperti, come già detto, hanno già vissuto quei momenti. Sono le persone ideali da cui imparare un paio di trick per affrontare e risolvere i problemi lavorativi di ogni giorno quando la creatività o le skills vengono meno.

Fare networking. Le revisioni sono un ottimo modo per fare amicizia e ottenere contatti di lavoro.

Migliorare le skills comunicative. La maggior parte dei giovani designer non sempre riescono a parlare dei propri progetti e comunicarne l'essenza, a spiegarli con le giuste parole e usare un lessico opportuno. Le portfolio reviews sono ottime per esercitarsi, migliorare e valutare le capacità di comunicazione; è un momento unico per imparare a comunicare come i revisori attraverso il loro discorso, le parole e le frasi che usano.

CAPITOLO 4 177

² https://medium.com/behance-blog/the-benefits-of-portfolio-reviews-324d106892a1

4.2.1 Cura del portfolio

Come presentarsi

come quelle visibili sulla destra.

Il portfolio per un designer

Il portfolio di un designer è il suo personalissimo biglietto da visita per presentarsi al cliente, se freelance, o all'azienda / agenzia / studio professionale presso cui si desidera cominciare un'attività lavorativa.

In questo mestiere a volte il portfolio risulta essere più importante del curriculum vitae dal momento che mostra i progetti effettivamente realizzati dal designer, sia personali che per qualche committente, e in cui vengono esplicitate tutte le competenze che lui possiede, da quelle progettuali a quelle squisitamente tecniche e di padroneggiamento dei software.

Ad oggi il portfolio non è più un formato standard cartaceo ma come tutto il resto delle cose ha fatto il suo approdo nel mondo digitale; oggi esistono diversi modi di

presentare i propri lavori attraverso diverse piattaforme

L'importanza di saper comunicare

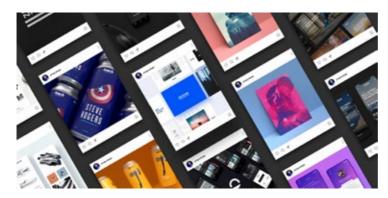
Dopo aver realizzato un progetto, risulta importantissimo comunicarlo e farne comprendere gli highlights in poco tempo in modo che il concept sia chiaro e diretto ma anche che il tutto risulti abbastanza catchy e accattivante. Sebbene poi vengano realizzati effettivamente molti progetti durante gli studi e la carriera, non è necessario che questi vengano inseriti tutti nel portfolio; è sempre preferibile selezionare dei progetti chiave, quelli meglio riusciti o cui si è più affezionati, che possibilmente abbiano avuto riscontro nel mondo professionale per verificarne la funzionalità.

Di conseguenza, oltre al selezionare alcuni progetti, bisogna avere la capacità di individuare quali tra questi possono interessare il cliente o il possibile futuro datore di lavoro, ottenendo la sua curiosità e la sua attenzione. Visto che, infine, molti lavori in ambito design vengono svolti in team, risulta molto importante mettere in evidenza il proprio apporto nel progetto, il contributo che si è dato a livello progettuale ed esecutivo. 34

³ https://www.grafigata.com/come-creare-portfolio-online/

⁴ https://www.creativebloq.com/design/how-curate-creativeportfolio-71621324









CAPITOLO 4 179

4.3 LinkedIn

Cos'è?

Personal Branding

LinkedIn è un servizio web di rete sociale, gratuito (con servizi opzionali a pagamento), impiegato principalmente nello sviluppo di contatti professionali (tramite pubblicazione e diffusione del proprio curriculum vitae) e nella diffusione di contenuti specifici relativi al mercato del lavoro (es. motore di ricerca del lavoro, pubblicità aziende, ecc.). ⁶

Attraverso Linkedin è possibile fare Personal Branding ⁵ la capacità di promuovere se stessi, al fine di essere gradito o comunque appetibile nei confronti di una comunità di consociati, con modalità simili a quanto avviene in campo economico, con i prodotti commerciali., ovvero promuovere se stessi e risultare appetibile per una posizione lavorativa.

Anche su questo canale di comunicazione ciò che risulta molto importante è la capacità di sapersi comunicare in modo chiaro e convincente.⁷

Funzioni

Il funzionamento di Linkedin è pressochè molto semplice, esso permette infatti di:

Creare un profilo professionale in cui poter caricare le proprie esperienze di studio e lavorative, mostrare le proprie competenze e conoscenze, al fine di promuoversi a potenziali cliente e / o datori di lavoro.

Creare e gestire una rete di contatti, simile al funzionamento delle amicizie di Facebook.

Partecipare a gruppi di discussione in base al settore professionale di interesse dove scambiare o condividere osservazioni e pareri.

Contattare potenziali clienti, fornitori e datori di lavoro. Un'azienda può confermare ed ufficializzare le collaborazioni, diventando un sistema efficace per validare tutti i curricula.

⁵ La capacità di promuovere se stessi, al fine di essere gradito o comunque appetibile nei confronti di una comunità di consociati, con modalità simili a quanto avviene in campo economico, con i prodotti commerciali

Tuttavia non si tratta di un documento statico che segue le stesse logiche di un curriculum cartaceo. Il profilo Linkedin va aggiornato costantemente e bisogna mostrarsi attivi, oltre al fatto che necessita di un'ottimizzazione per i motori di ricerca.

Un buon profilo prevede che sia completo in ogni sua sezione, ed ognuna curata nel dettaglio, dal titolo di studi alla foto, dall'esperienza lavorativa agli interessi. I profili più completi sono infatti quelli che che hanno più probabilità di essere restituiti come risultati quando viene effettuata una ricerca sul sito.

Gli elementi di cui avere cura risultano essere quindi⁸:

- Immagine profilo
- Copertina
- Headline
- Esperienze lavorative
- Contatti
- Competenze
- Collegamenti



CAPITOLO 4 181

⁶ https://it.wikipedia.org/wiki/LinkedIn

⁷ https://www.marketingcolcuore.com/1-come-fare-personal-branding-su-linkedin-tutte-le-novita-del-2018/

⁸ https://www.adamiassociati.com/creare-un-profilo-linkedin/

4.4 Contest

Cos'è?

Una definizione

"Gara indetta da un ente pubblico o da persone private allo scopo di scegliere i migliori o i più idonei fra più aspiranti"c. per esami, quando la prova della capacità viene fornita per mezzo di lavori su temi assegnati da apposita commissione, di esami orali e talvolta di prove pratiche" Concorso a premî, tipo di manifestazione pubblicitaria con premî offerti soltanto ad alcuni dei partecipanti, su designazione della sorte o sulla base della loro abilità o di altri determinati requisiti. Il meccanismo del concorso è finalizzato a garantire uguali possibilità di accesso alle posizioni per cui si svolge la selezione, attraverso una valutazione oggettiva della capacità di svolgere i relativi compiti e, dunque, su base esclusivamente meritocratica." 9

La presenza di una giuria

La modalità con giuria è sicuramente la più complessa, dal momento che prevede lato brand di stabilire una giornata in cui almeno 3 giurati si riuniscano davanti ad un funzionario del Ministero per valutare tutti i contenuti pervenuti alla fine del contest. La giuria deve essere formata da componenti stabiliti dal brand (anche rappresentanti interni) e tecnicamente deve contenere almeno 1 giurato che abbia delle conoscenze più tecniche in base al tipo di contest avviato. Ad esempio, se il contest è di tipo fotografico (qualsiasi sia il contenuto richiesto), la giuria deve contenere almeno 1 giurato che possa valutare con un occhio più tecnico le foto pervenute. Inoltre, l'organizzazione di una giuria deve prevedere un sistema che scarichi e mostri tutti i contenuti in modo assolutamente anonimo. E che successivamente permetta facilmente di associare ai contenuti vincitori una precisa identità del vincitore. 10

⁹ Dal Treccani.

¹⁰ https://www.datalytics.it/contest-strategie-efficaci-per-stabilire-ivincitori/

Chi organizza

Dal punto di vista delle aziende organizzare un contest online permette alle aziende di raggiungere diversi obiettivi di marketing, tra cui:

Generare lead ed assicurare un traffico più profilato e specifico che meglio si avvicina per caratteristiche al proprio target.

Aiutare ad ampliare il proprio database di contatti e ad acquisire nuovi follower, allargando la propria fanbase e la community di riferimento.

Un aumento dell'engagement rate.

La viralità dei contenuti.

Generare interesse per il proprio brand e fare in modo che si crei buzz intorno a esso.

Criticità per chi partecipa

Perdita di tempo

Nella quasi totalità dei casi il lavoro svolto per un contest è gratuito, viene retribuito soltanto nel caso di vincita. Nel caso in cui non si arrivi al risultato sperato, il tempo dedicato al contest potrebbe risultare del tutto inutile anche se pur sempre inseribile nel portfolio. Purtroppo però un progetto perdente non ha lo stesso peso di quello vincitore.

Non si riesce a vincere il progetto

Non è semplice vincere un contest: vi sono diverse piattaforme online in cui poter partecipare (come 99design che verrà introdotto successivamente) e spesso è necessario partecipare a diverse gare prima di vincerne una

Si può vincere, ma il progetto è soddisfacente?

Potrebbe capitare di vincere il contest ma non essere pienamente soddisfatti del proprio lavoro, o che questo venga comunque reputato il migliore da quella giuria ma che poi non trovi gli stessi feedback quando reso pubblico e visualizzato da altre persone, anche non addette ai lavori.

4.5 Workshop

Sporcarsi le mani

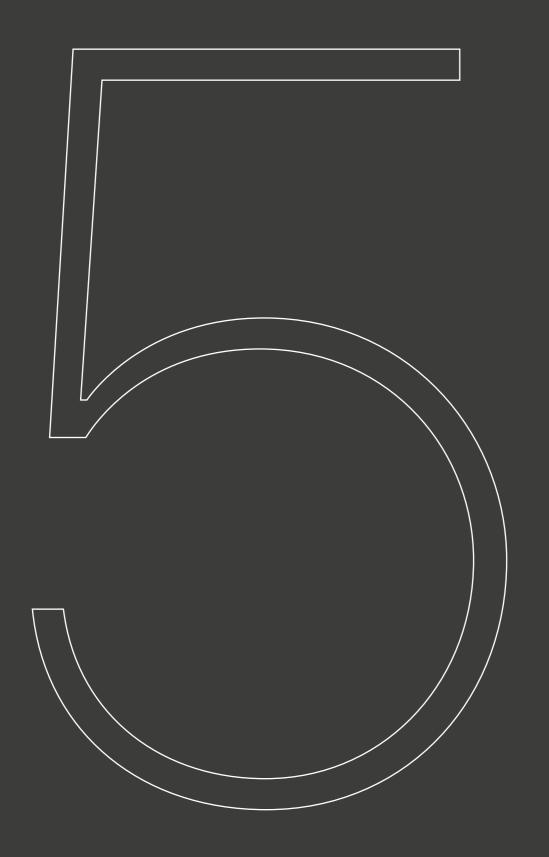
Originariamente la parola workshop identificava semplicemente i laboratori-officina nei quali materialmente si costruiva qualcosa, poi con la diffusione del design e delle professioni creative workshop ha esteso il suo significato anche ad incontri e riunioni in cui tutti i partecipanti sono protagonisti attivi, animano la discussione, condividono idee ed elaborano soluzioni, raggiungono risultati tangibili. Non è importante se il risultato è materiale o immateriale, se dal workshop esce un idea di prodotto o il progetto di un reportage fotografico, se si lavora ad un prototipo fisico o ad un concept astratto, l'importante è che il risultato sia frutto della partecipazione di tutti, che tutti si siano "sporcati le mani", che ci sia una sintesi conclusiva che esprima il frutto della collaborazione e della contaminazione reciproca.

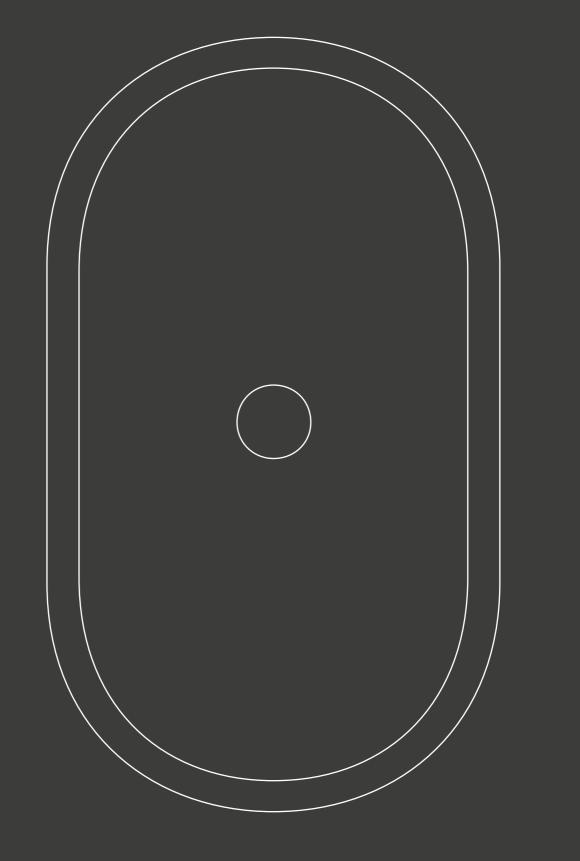
Per poterlo definire workshop è necessario avere un professionista esperto che condivide materialmente con i partecipanti la sua professionalità, senza raccontarlo da una cattedra o da un palco, ma al tuo stesso livello, fianco a fianco.

Un workshop è un evento-laboratorio, fatto di grandi tavoli con molte sedie attorno, di relatori-tutor seduti gomito a gomito con gli spettatori che diventano gli "attori principali" dell'evento stesso. ¹¹

¹¹ https://www.designforyou.it/cosa-significa-workshop/







Casi Studio



5.1 Posterheroes

Ouando

2010 - oggi

Founder

PLUG, Torino.

Descrizione

Posterheroes è un concorso internazionale di social design e comunicazione sociale che chiede alla comunità creativa internazionale di esprimere messaggi potenti attraverso un poster 70 X 100 cm su temi sociali e ambientali. Il concorso, ideato nel 2010 dall'associazione PLUG, è aperto a tutti e mira a coinvolgere soprattutto giovani designer e artisti internazionali.

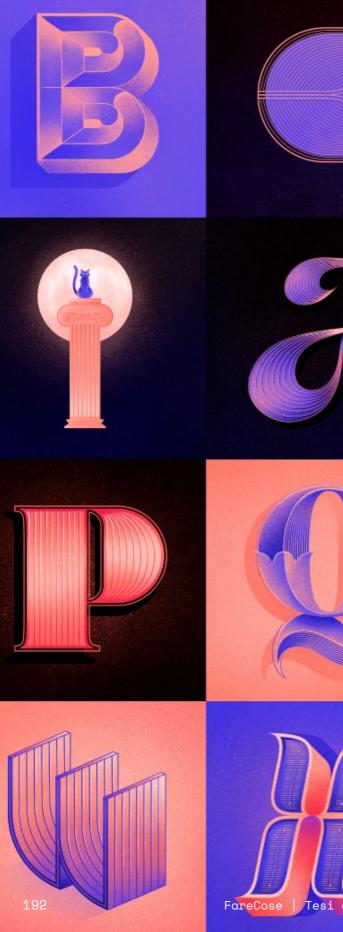
In questi anni sono stati inviati 10863 poster da più di 100 nazioni diverse. I poster vincitori sono selezionati da una giuria composta da esperti internazionali nel campo dell'illustrazione, dell'animazione, delle arti, della comunicazione visiva.

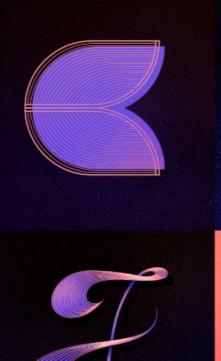
PLUG comunica i risultati attraverso diverse iniziative. Negli anni sono stati realizzati due cataloghi, realizzati con il sostegno di Favini, tre calendari e diverse mostre pubbliche per valorizzare i manifesti vincitori e per diffonderne i messaggi. Spazi aperti, gallerie d'arte, spazi pubblici: l'opinione dei giovani creativi è ampiamente condivisa e discussa

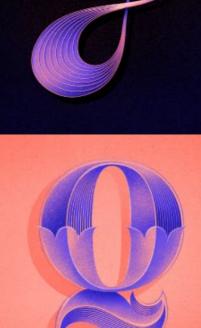
La scorsa edizione, Posterheroes 2020, è stata intitolata "Humans at work" e ha trattato gli scenari futuri del lavoro e il ruolo di un'occupazione dignitosa nella vita degli individui e nello sviluppo sostenibile della società. Quella attuale è invece intitolata "Digital Inclusion, Becoming e-Quals".

I partecipanti possono inviare un poster e avere la possibilità di vincere un premio in denaro, prendere parte a numerose mostre ed eventi ed essere presenti nelle pubblicazioni e nei progetti editoriali di Posterheroes.

CAPITOLO 5 191















5.2 **36**daysoftype

Quando

2015 - oggi

Founder

Treintayseis Studio, Barcelona.

Descrizione

36 Days of Type è nato come progetto personale di Nina Sans e Rafa Goicoechea; da lì hanno deciso di sfidare se stessi per creare qualcosa di nuovo ogni giorno, mettendosi in gioco e sperimentando.

Quei progetti personali sono stati il punto di partenza per l'ideazione della challenge: 36 giorni di tipografia e creatività, coinvolgendo designer, visual artists e creativi di tutti i campi in un atto globale e simultaneo di creatività intorno a caratteri tipografici e letterari.

In ogni edizione viene invitata una selezione di 36 studi e designer a creare la presentazione di apertura per ogni giorno. I loro contributi sono una delle aree centrali del progetto, ovvero il coinvolgimento di professionisti noti e talenti emergenti.



Quando

2019

Founder

JEToP, Torino.

Descrizione

Out The Frame Contest è stata una competizione a squadre per giovani Designer, Content Creator e Video Maker alla ricerca di un'esperienza unica in grado di condurli fuori dagli schemi scolastici, garantendo ai partecipanti 3 CFU. L'evento è nato con l'obiettivo di liberare gli studenti di Design e Ingegneria del Cinema da ogni obbligo accademico e dar loro la possibilità di lavorare su Case Study reali e concreti, un ponte tra aziende e universitari, permettendo a questi ultimi di mettere in pratica le loro idee e conoscenze a servizio di realtà del territorio piemontese alla ricerca di idee fresche e innovative. Le imprese partner hanno giudicato gli elaborati finali e avuto l'opportunità di comprare le creazioni migliori realizzate durante la competizione, premiando concretamente le idee più funzionali.

La competizione, organizzata da JEToP in collaborazione con il Politecnico di Torino, ha visto la partecipazione di PMI come:

- Simpol Lab
- Leva
- Quercetti
- Eggers 2.0
- Officina 11
- TheLab

La competizione si è sviluppata in sei giorni, durante i quali i partecipanti hanno avuto accesso a dei workshop formativi e potuto trovare una soluzione innovativa e creativa ad uno dei business case proposti dalle aziende partecipanti, sviluppando il proprio progetto sotto il consiglio e la guida di mentor aziendali e dei designer di JETOP. Inoltre sono state effettuate delle visite nelle aziende per osservare in dettaglio le dinamiche delle imprese che hanno presentato il proprio business case.

http://outtheframe-contest.jetop.com/



5.4 Olivetti Design Contest

Quando

2017 - oggi

Founder

Olivetti, Ivrea.

Descrizione

Il Contest vuole avvicinare gli studenti delle più importanti Accademie di arte e design nazionali e internazionali al processo creativo e di traduzione dei valori olivettiani.

La sfida – per ogni edizione sempre diversa – è orientata verso la ricerca di un nuovo modello di fare design, attraverso idee e pensieri "human-centered".

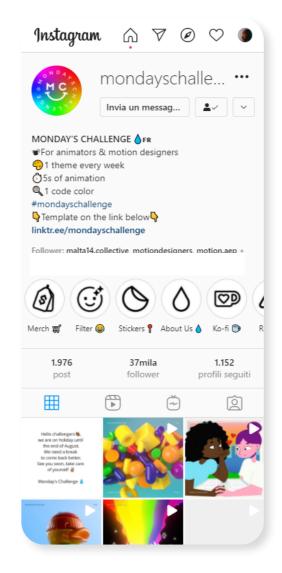
Nasce nel 2016 dalla volontà di promuovere il pensiero dell'uomo, dell'industriale e del visionario Adriano Olivetti e i suoi valori che hanno generato una nuova cultura dell'industria e del design.

Il simbolo di Olivetti Design Contest, disegnato da Emanuele Cappelli, rappresenta proprio la nascita del designer del futuro. La metafora è resa evidente da un uovo che simboleggia la perfezione della forma e la piuma che testimonia la sua provenienza terrena.

La quarta edizione dell'Olivetti Design Contest è dedicata al Type Design: la progettazione del nuovo carattere tipografico di Olivetti. L'azienda, da sempre attenta all'innovazione, alla sperimentazione e al design, dimostra con la centralità che dedica ad artisti, giovani e designer la voglia di portare avanti gli insegnamenti ereditati da Adriano Olivetti.

Ai progetti vincitori, sarà assegnato un premio in denaro oltre ad uno stage presso l'azienda.





5.5 Monday's Challenge

Quando 2018-oggi.

Founder Anna B., Pierre-Emmanuelle Moec.

Descrizione Monday's Challenge è una rete di pubblicazioni per i

motion designer.

Viene proposta una sfida settimanale che inizia e finisce

ogni lunedì su un tema casuale e una colorimetrica

imposta.

Il principale canale di comunicazione è Instagram ma gli elaborati vengono pubblicati anche su Facebook sebbene

su quest'ultimo ci siano meno followers.

La partecipazione è gratuita e libera, basta inviare il proprio elaborato ai fondatori tramite il contatto sui social.



Quando 2017 - oggi

Founder dillium, Milano.

Descrizione "thiscover" è un progetto lanciato dagli sviluppatori

dell'app per smartphone "Aria Platform".

E' un progetto artistico che coinvolge 3 diversi ambiti:

musica, realtà aumentata ed animazione.

In particolare si dà nuova vita alle copertine dei vinili realizzando delle animazioni, a partire da quella che è

l'illustrazione / immagine raffigurata, che

sono visionabili inquadrando il vinile con il proprio

smartphone attraverso l'app "Aria".

Il mondo analogico dei vinili incontra in questo modo quello digitale e tecnologicamente avanzato della realtà

aumentata.



5.7 Motion Design Awards

Quando

2020-oggi

Founder

Motion Graphics Collective.

Descrizione

I creatori di MDA descrivono così il loro progetto: "Amiamo il nostro lavoro e ci piace premiare le persone che hanno la nostra stessa passione. Ecco perché i Motion Design Awards esistono. Perché designer e studi di tutto il mondo meritano un riconoscimento e il loro lavoro merita di essere visto.

Allora chi giudica i premi? Ebbene, una giuria internazionale di giudici esperti, ma anche il pubblico. Il premio in palio è un certificato rilasciato da noi che certifica la tua bravura e le tue capacità."

Inoltre il team di lavoro dietro i Motion Design Awards ha un lavoro a tempo pieno nello stesso campo. Costruiscono software per studi di motion design mentre lavorano regolarmente al progetto MDA.

"Amiamo costruire questo e continueremo a costruire sulla nostra comunità."

< back

Winners

Realtime Leaderboard

New video of the day in:

16h 43m 02s

video of the day award criteria:

- 7 days visible for our jury
- 10 jury votes or more
- a minimum score of 7 points

The short list

At this moment the criteria for a video of the day award have not been met.

RAZER What's N

Highest Runner-up



17 VO

OVERALL SCORE

vote now

The runner-up

RAZER I Unleash What's Next 01

Method & Madness

points

5.7 Motion Design Awards

Periodo di votazione

C'è un periodo di votazione di 21 giorni per ogni video dopo l'invio. La Giuria giudica il video in base ai seguenti criteri: concept, design, movimento e suono, e così anche il pubblico. Un voto della giuria ha 5 volte il peso di un voto pubblico: risulta importante condividere il video per far votare più gente esterna possibile.

Punteggio

Il sistema di voto è medio ponderato. Ciò significa che il video inizia con il punteggio medio di tutti i progetti attivi. Il punteggio dei progetti di chi carica il video e la quantità di voti vengono aggiunti a questo numero per calcolarne il punteggio.

Premi

Se il video caricato ha il punteggio più alto della giornata dopo 7 giorni con almeno 10 voti della giuria e un punteggio minimo di 7,0, viene vinto il premio Video of the Day . Se il progetto non ha ricevuto alcun premio durante il periodo di 21 giorni e il punteggio complessivo è pari o superiore a 7 e il voto medio della giuria è pari o superiore a 8, si riceve una menzione d'onore.

I premi sono:

- Video del giorno
- Video del mese
- Video dell'anno
- Designer e studio dell'anno

Motionographer



5.8 Motionographer

Quando 2006 - oggi

Founder Fenix One Productions LLC, New York.

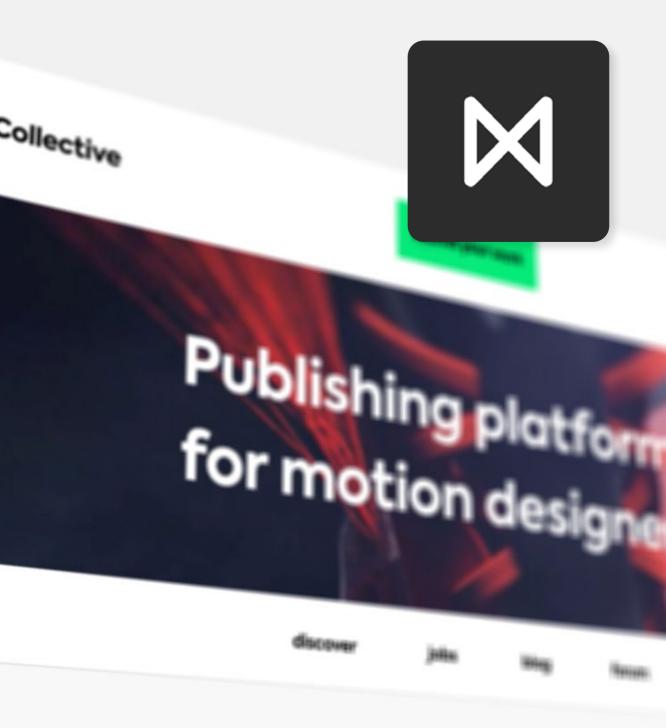
Descrizione Motionographer si propone come parte vitale nella

community dei motion designers, agendo come risorsa chiave per affinare la loro arte, mostrare i lavori e informarli di ciò che accade nel settore attraverso storie ed articoli, riuscendo ad alimentare e supportare l'intero

ecosistema della motion graphics.

La mission di Motionographer è quella di costruire una rete di pensatori dinamici, spingendoli oltre i propri confini mentali in ogni ambito, oltre che quello del Motion

Graphic Design.



S view curated gallery

5.9 MotionGraphics Collective

Quando 2009 - oggi

Founder Motion Graphics Collective.

Descrizione MotionGraphics Collective è un collettivo / community che

si occupa di Motion Graphics dal 2009.

Esso può essere descritto principalmente come una piattaforma di pubblicazione e valorizzazione di elaborati

di motion design internazionale, inserendosi fra i principali divulgatori del panorama.

Il canale di pubblicazione preferito è Instagram in cui vengono valorizzati i lavori di diversi motion designer che inviano i propri progetti ai founder per una modica cifra così da farsi sponsorizzare e mostrare le loro skills, ma anche per ispirare altri designer nel loro lavoro.

Portali e piattaforme di divulgazione

torinodesian

FOTOGRAFIA

.info	7

•	_	rei	cu	ıey	OH

ΔΝΙΜΔΖΙΩΝΕ

architettura	ILLUSTRAZION
COPYWRITING	INTERACTION
DESIGN	DESIGN
EDITORIALE	PROGRAMMAZ
DESIGN GRAFICO	SOCIAL MEDIA
DESIGN	SOUND DESIG
INDUSTRIALE	TYPE DESIGN
DESIGN DI INTERNI	VIDEOMAKING
DIDEZIONE	WED DEGICN

+ Per servizio Iscriviti all'elenco

ARTISTICA

O Cerca

Elenco dei professionisti/e del design di Torino e Provincia

Torinodesign.info raccoglie 372 freelance, studi, agenzie e designer junior (neolaureati o senza p.iva), catalogati in base alla categoria professionale e ai servizi offerti. Uno strumento che non dà più visibilità a siti web ottimizzati secondo canoni dettati dai motori di ricerca, ma elenca democraticamente in ordine alfabetico.

Νō

ione

Studio 00 0
architettura, design industriale, design di
interni [immagine coordinata]
Studio 23.56 S
design editoriale, design grafico, type design
[data visualization, font, libri, siti web]
4beards S
copywriting, design grafico, social media, web
design [campagne pubblicitarie, e-commerce
immagine coordinata, loghi e marchi registrati
marketing, pubblicità, sistemi di orientamento
strategia di comunicazione]

design editoriale, design grafico, direzione

[campagne pubblicitarie, font, immagine coordinata, libri, loghi e marchi registrati,

pubblicità, siti web, strategia di

Accusani Davide 1.....

design grafico, illustrazione [immagine

comunicazione]

artistica, fotografia, videomaking, web design

JUNIOR

osoraniata, rogin o maroni rogistrati,
packaging, pubblicità]
Adreani Manuela F
illustrazione
Adriano Design S 7
design industriale, direzione artistica [design
di mobili, immagine coordinata, siti web]
AlfaType Fonts S
type design [font]
Amatista Sara
design editoriale, design grafico, social media,
web design [campagne pubblicitarie,
immagine coordinata, libri, loghi e marchi
registrati, progettazione app, pubblicità, riviste,
strategia di comunicazione, ux/ui design]
Amplitudo Sound Agency A
sound design
Anastasi Patrizio F
design editoriale, design grafico, illustrazione
[immagine coordinata, libri, loghi e marchi
registrati]
Angelini Design A
design grafico, design industriale, direzione
artistica [allestimento mostre, campagne
pubblicitarie, immagine coordinata, loghi e marchi registrati, marketing, packaging,
pubblicità, retail design, strategia di
comunicazione]
Angelino Giorzet Giorgia F
social media [campagne pubblicitarie,
occion in con podino possinonamo,

Chic	ara I	Ric	car	do
	azior hics			
ıran	hics	nub	blici	ítàľ

Chinaglia Chiara 1....

rafico

design editoriale, design gra coordinata, libri, loghi e mar copywriting, social media [n pubblicità, strategia di comu

F FREELANCE S STUDIO A AGENZIA

Cipria Studio S architettura, design di interr art, design di mobili, retail d

Civico13 Architetti S ... architettura, design di interr mostre, design di mobili, ret Claudio Giorgia 1.... design di interni [3d model/

Co-munica A design grafico, web design immagine coordinata, loghi packaging, siti web, strategi comunicazione] Cobelo Fernando F

illustrazione Cocciolone Deborah 1 design editoriale, design gra artistica [strategia di comun Studio Comoglio Archi

7

7

A

7

7

Z

7

7

architettura, design industri interni [3d model/render, de loghi e marchi registrati, ret Conte Alessio F...... design grafico, interaction d [3d model/render, loghi e m web, ux/ui design]

artistica, illustrazione (imma loghi e marchi registrati, siti Conti Beppe F.....design grafico, illustrazione

coordinata, loghi e marchi r packaging] Cose Illustrate F.....

web, strategia di comunicaz

Conti Luana F..... design editoriale, design gra

illustrazione Cosmo Studio S copywriting, design editoria

direzione artistica, programi media, web design [back-er e-commerce, front-end, imr loghi e marchi registrati, mo

Costa Daniela F..... illustrazione Costa Chiara F.....

5.10 TorinoDesign.info

Quando 2020 - oggi

Founder TorinoDesign, Torino.

Descrizione Elenco dei professionisti/e del design di Torino e Provincia.

Torinodesign.info raccoglie 372 freelance, studi, agenzie e designer junior (neolaureati o senza p.iva), catalogati in base alla categoria professionale e ai servizi offerti. Uno strumento che non dà più visibilità a siti web ottimizzati secondo canoni dettati dai motori di ricerca, ma elenca democraticamente in ordine alfabetico.

CAPITOLO 5

TORINO CREATIVA

SHARE & CREATE



5.11 TorinoCreativa

Quando 2019 - oggi

Founder Città di Torino, Torino.

Descrizione TorinoCreativa è un progetto della Città di Torino per

creativi e creative under 30.

Integrano reti nazionali e internazionali, scuola e formazione, innovazione e imprenditorialità, creando un circuito dinamico e propositivo capace di generare e supportare progetti: una rete per sostenere, accompagnare

e facilitare la creatività giovanile.

I canali di comunicazione utilizzati sono molteplici, tra i più convenzionali e non, da Instagram a YouTube, da Facebook a Telegram.

Un vero e proprio ponte tra il mondo dell'università e quello del lavoro, una vetrina per mostrare le proprie capacità, attitudini, sè stessi.



5.12 Circolo Del Design

Quando

2019 - oggi.

Founder

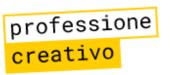
Circolo del Design, Torino.

Descrizione

"Il Circolo del Design alimenta e diffonde la cultura del progetto, contribuendo a rinforzare il sistema del design del territorio e favorendo le connessioni tra le competenze del progetto e il mondo produttivo, sociale e culturale.

Persegue la sua mission attraverso la programmazione di attività culturali e di formazione, lo sviluppo di opportunità professionali tra designer e aziende e la collaborazione con le istituzioni per la creazione di un sistema del design a servizio della comunità e del territorio.

Online e offline, ogni giorno progetta contenuti che sappiano ispirare e lo fa collaborando con professionisti, studenti e visionari appassionati e curiosi."





■ 17 RISPOSTE

overmi

■ 9 RISPOSTE

ragione?

■ 24 RISPOSTE

Un consiglio per i giovani designer? Spara.

Come do un prezzo al mio lavoro?

Perché, non è inestimabile?

DARE UN PREZZO

■ 23 RISPOSTE

COMPETENZE

Come si diventa bravi nel

5.13 Professione: creativo

Quando

2019 - oggi

Founder

Mekit, Torino.

Descrizione

"Professione: creativo è un progetto no-profit a cura dello studio di comunicazione Mekit e ha l'intento di fornire spunti pratici e contenuti utili ai giovani Designer che si affacciano al mondo del lavoro.

Il progetto nasce nel settembre 2019 come iniziativa all'interno dei Graphic Days Torino - In The City, il festival internazionale della creatività, della comunicazione visiva e della sperimentazione grafica.

Attraverso le storie di chi fa fatto della creatività il proprio mestiere, Professione: creativo racconta come le inclinazioni personali e le competenze acquisite abbiano permesso a diversi professionisti "creativi" di realizzare le proprie aspirazioni e diventare quello che sono oggi. "



Quando

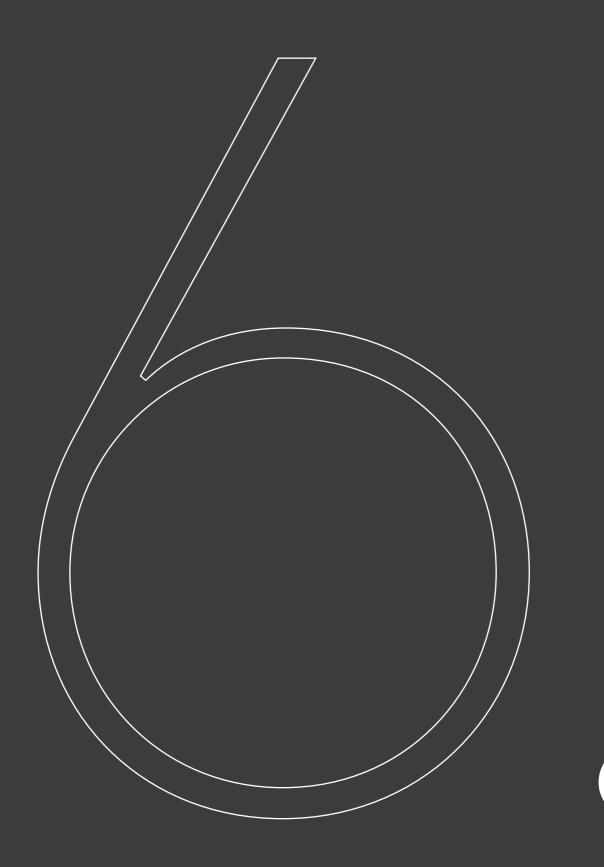
2014 - oggi

Founder

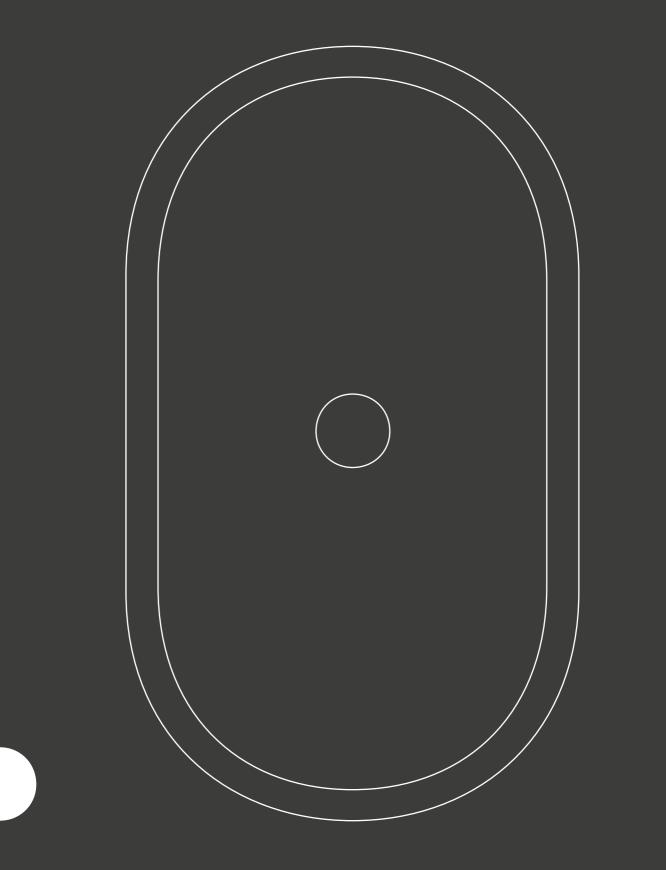
Different Group, Milano.

Descrizione

"Different è una piattaforma di divulgazione culturale che, attraverso l'utilizzo del proprio sito internet e dei più comuni canali social network, avvicina le persone alla cultura consentendo loro di accrescere le proprie nozione in vari ambiti (scienza, tecnologia, ambiente, ecc..) stimolandole a dare vita a nuove idee e progetti. Il nostro newtwork conta +940.000 utenti che ci seguono sulle principali piattaforme social. Abbiamo creato anche diverse collaborazioni e iniziative con aziende italiane e internazionali come RedBull, Talent Garden Fondazione Agnelli, Comau e Protocube Reply."



Analis



i della realtà di Immagine e Suono



6.1 Immagine e Suono

Il corso

Presentazione del corso

Il corso di Immagine e Suono al Politecnico di Torino è un modulo facente parte del Laboratorio di Communication design II, che fino all'anno accademico 2020/2021 si è svolto durante il secondo semestre del terzo anno nell'indirizzo di Design Grafico & Virtuale.

Come riportato nella pagina di presentazione del laboratorio:

"Il laboratorio si propone come ultimo momento formativo dell'indirizzo comunicazione visiva del corso di Laurea. Pone l'attenzione alle nuove forme ed ai nuovi strumenti di comunicazione, all'elaborazione delle immagini digitali ed alle ricadute che l'innovazione tecnologica in questo settore produce sul cambiamento dei comportamenti umani, garantendo approcci e usi consapevoli degli strumenti informatici e ipermediali.

È obiettivo del corso la definizione di nuove tipologie di prodotti o di sistemi di prodotti che tengano conto delle diverse esigenze di utenza, dei possibili scenari d'uso e delle diverse tecnologie disponibili. Il laboratorio è multidisciplinare: prevede apporti provenienti da campi disciplinari eterogenei, scientifici, che si integrano, con l'obiettivo di far comprendere la complessità che insiste su un progetto di Digital Design, dalla fase di progettazione, alla fase di realizzazione."

Nello specifico, il corso di Immagine e Suono (della durata di 60 ore e corrispondente a 6 CFU) è così articolato: "L'insegnamento fornisce le competenze per la gestione tecnica ed operativa del colore, della luce e del suono all'interno di un flusso video, dove la componente percettiva converge verso un artefatto coerente ed efficace nella misura in cui tutti gli elementi di stimolo sensoriale sono introdotti in modo consapevole e con padronanza delle tecniche.

Sono trattati i temi dell'elaborazione dell'immagine per la gestione del colore e della sua distribuzione nel quadro del flusso video e l'elaborazione dei contenuti audio in forma di effetti sonori e musica, fino alla definizione delle specifiche e delle procedure tecniche software per la loro realizzazione." ¹

CAPITOLO 6 227

¹ https://didattica.polito.it/pls/portal30/gap.pkg_guide.viewGap?p_cod_ins=03NDBPN&p_nome_ins_modulo=Communication%20 design%20II%20%28Immagine%20e%20suono%29&p_a_acc=2020

6.2 Valori

Obiettivi paralleli al corso

Crescere come professionista.

Ponte tra laurea e lavoro.

Sviluppare il **pensiero laterale.**

... ed accettare i propri errori. L'oggettività è uno degli strumenti più importanti che ogni designer deve adottare, non solo nei confronti dei colleghi ma anche (o meglio, soprattutto) nei propri. Avere consapevolezza... ... che il lavoro svolto equivale al massimo che si è potuto realizzare in quel momento ma che i margini di miglioramento non smettono mai di ampliarsi lungo la carriera di ogni designer. Nessun progetto sarà mai perfetto! Accettare pareri... ... ricevuti sul proprio lavoro senza avere la presunzione che questi contino poco o nulla. I feedback, sia positivi che negativi, sono il metro di misura su cui basare la buona riuscita del proprio lavoro e non solamente se arrivano da professionisti. Esercitazioni mirate. Le esercitazioni proposte agli studenti sono di stampo pratico affinchè possano sporcarsi le mani e imparare a lavorare già da subito come in un vero studio o agenzia. Committenza reale. Gli studenti del corso di Immagine e Suono si interfacciano con una committenza reale, realizzando diversi progetti che vedono un loro risvolto nel mondo professionale e poter fare curriculum. Spazio ai professionisti. Avere a che fare con professionisti del settore è importante affinchè possano dare il loro importantissimo supporto agli studenti e ai giovani designer in vista della loro carriera futura. Didattica coinvolgente... ...orientata su poche lezioni frontali a favore di momenti di scambio e dialogo, con e fra gli studenti, in cui la teoria è fortemente rapportata ad esempi pratici. Soluzioni funzionali... ... partendo da problemi che richiedono agli studenti particolare ingegno e situazioni in cui l'attrezzatura e le skills di cui si dispone in quel momento non sono quelle ideali. Fare cose. Imparare facendo. Attraverso il lavoro su case studies reali e concreti si affrontano delle dinamiche non sempre trattate durante gli studi e che aiutano a vedere

Fare autocritica...

CAPITOLO 6 229

e concepire i progetti sotto un altro punto di vista, più vicino a quello lavorativo, frenetico, più tecnico e che coinvolge più persone.

6.3 Strumenti

Cosa ha funzionato negli anni accademici precedenti?

La visualizzazione collettiva degli elaborati. Questo risulta essere un momento distensivo, lontano dalla didattica frontale, attraverso cui gli studenti godono del proprio lavoro e quello altrui in maniera disinteressata.

Il commento misto (professori e studenti). Aiuta a stemperare la situazione, creare momenti di dibattito ed interazione interessanti, appiattire le gerarchie prestabilite all'interno di una classe.

Creare la brand identity del proprio team.

Risulta essere un elemento di gamification molto importante all'interno del corso: tanto utile per rompere il ghiaccio quanto per la propria carriera futura. Un gioco molto vicino al mondo reale.

Strumenti

Cosa si può migliorare?

Il sistema di autovalutazione.

Spesso lo studente non è capace di valutare in maniera oggettiva il proprio lavoro quanto quello degli altri. In parte ciò è anche dovuto al fatto che non tutti partono con la stessa base di competenze.

Mancanza di un ospite.

Un ospite sterno al corso che possa dare un giudizio imparziale ai vari lavori e la cui presenza possa incentivare gli alunni del corso a fare ancora meglio.

La pubblicazione degli elaborati.

Necessita di piattaforme adatte e diversificate per raggiungere un numero maggiore di utenti e dare giusta visibilità ai lavori prodotti degli studenti, impostando una giusta strategia di comunicazione.

6.4 Elaborati finali Skills apprese

Team Brand Identity

- * Sviluppare la brand identity del proprio team.
- * Capacità di dividere ed assegnare dei ruoli ad ogni componente avendo consapevolezza delle competenze di ognuno.
- * Presentarsi nel migliore dei modi.



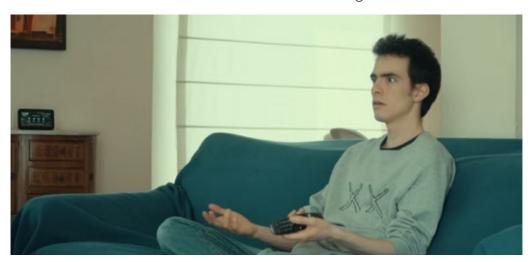
Motion Identity

- * Prendere dimestichezza con i software di motion graphics.
- * Declinare e valorizzare l'identità visiva del proprio team.
- * Comunicare il proprio lavoro e far comprendere i servizi offerti all'utente, stabilire i valori che si ritengono più importanti.



Video Production

- * Prendere dimestichezza con gli strumenti tecnici.
- * Sviluppare capacità di pensiero diverse all'interno di un gruppo a seconda del ruolo ricoperto.
- * Trovare soluzioni funzionali a ciò che richiede la consegna.



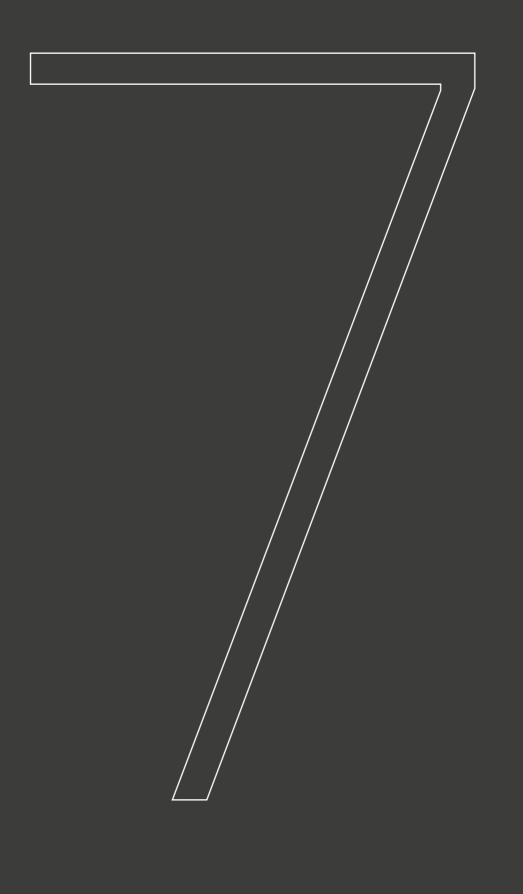
Motion Graphics Loop

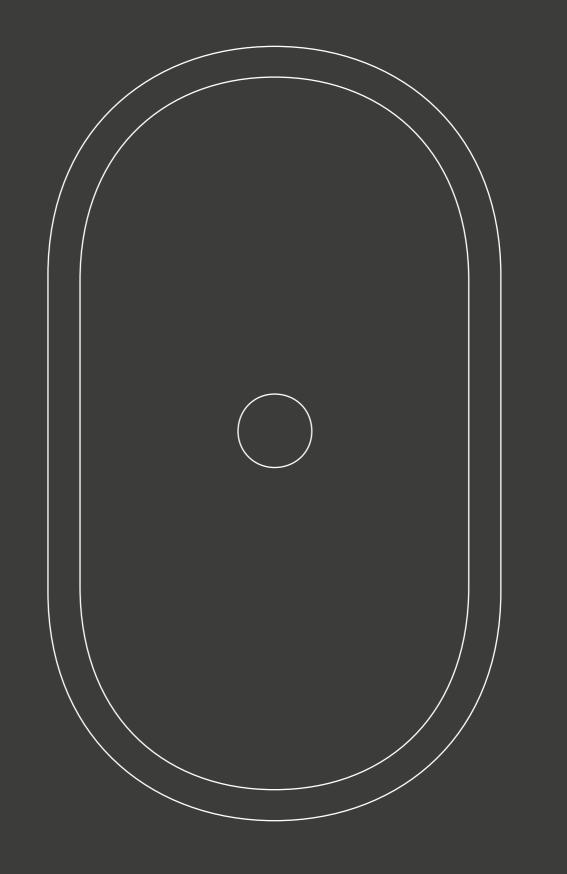
- * Consolidare la padronanza dei software di motion graphics.
- * Comunicare un certo mood creando un elaborato di una certa riconoscibilità e caratterizzazione.





CAPITOLO 6 233





Personas



Mattia Trevisan

Studente di Immagine e Suono

Mattia Trevisan è un giovane designer di Torino al terzo anno del corso di Design e Comunicazione Visiva ed è assalito da mille dubbi riguardo ciò che sarà del suo futuro post-laurea: procrastinare sull'argomento diventa sempre più difficile. Mentre è impegnato a studiare per gli ultimi esami deve realizzare il proprio portfolio in modo da cominciare il tirocinio, prima vera esperienza lavorativa della sua vita, e a contattare un relatore, in modo da poter scrivere la sua tesi di laurea in tempi utili.

Durante la settimana la sua giornata comincia con un caffè e una brioche al volo, così da arrivare in Università per seguire lezione e passare il resto della giornata con il suo gruppo per lavorare sul progetto del semestre. Passa la sera su Netflix, alla Play o con gli amici con cui, una volta alla settimana, gioca anche a calcetto. Il weekend predilige passarlo con la sua ragazza o con colleghi ed amici, stando a casa o bevendo qualcosa insieme la sera. Spesso però utilizza il fine settimana per andare a vedere posti nuovi nei dintorni di Torino, una buona scusa per scattare qualche foto con la sua nuova mirrorless.

Λ	h	_		+
_	U	U	u	L

Età 22

Città Torino

Ruolo Studente universitario

Goals

Laurearsi e cominciare un corso di specializzazione per proseguire gli studi o trovare un lavoro.

Hobby e interessi

Film Serie TV Musica Indie ed elettronica Fotografia Branding e Motion Design

Pain Points

Mattia soffre il fatto di non aver avuto esperienze lavorative e di non avere ancora realizzato il suo portfolio personale.

Skills

Soft skills

Hard skills



Social



























Mario Cantone

Docente universitario

Il professor Cantone è una persona equilibrata: composto ma non severo, aperto e cordiale con gli studenti ma senza abbandonare mai completamente la veste di professore.

I temi che più ha a cuore sono la sostenibilità e lo sviluppo sostenibile: crede in un cambiamento globale che potrà avvenire solo e soltanto attraverso l'introduzione di una economia ed un pensiero circolare.

Questo il motivo per cui, secondo Mario, l'Università ha un ruolo fondamentale nell'educazione degli studenti, le generazioni del domani.

Durante la settimana è impegnato a tenere lezione in Università e portare avanti progetti con altri professori, ricercatori e borsisti che si alternano annualmente. La sera, a parte un paio di occasioni in cui si reca a teatro o al cinema con la moglie dopo aver lasciato i figli dai nonni, preferisce passare una serata tranquilla a casa per dedicare tempo ai ragazzi o leggere un libro.

Il fine settimana è il momento ideale invece per frequentare mostre, talks ed eventi culturali: talvolta in veste di visitatore, talvolta di ospite.

Α	b	O	u	t
	~	_	•	-

Età 47

Città Torino

Ruolo Coordinatore didattico

Goals

Educare i suoi studenti al meglio per la loro professione futura attraverso una didattica che tenta di perfezionare di anno in anno e rendere più coinvolgente.

Hobby e interessi

Sviluppo sostenibile Arte Leggere Viaggiare Mostre, talk, eventi culturali

Pain Points

Vorrebbe che i suoi studenti credessero maggiormente nei loro progetti, aldilà del voto finale. Prova a coinvolgerli di più durante le lezioni, ma con pochi risultati.

Skills

Soft skills
Hard skills

Social





ßē (













Francesca Toniolo

Designer

Francesca Toniolo è una designer di Torino in attività da ben 12 anni che lavora in uno studio fondato insieme ai suoi ex-colleghi universitari. Pian piano hanno cominciato ad essere conosciuti nell'ambiente e oggi trattano con clienti importanti, sono invitati in molti eventi sul design in città e, già da un paio di anni, per ogni anniversario dalla nascita dell'agenzia organizzano nel proprio studio una mostra con i vari lavori svolti durante l'anno.

Ogni mattina si alza presto per fare colazione insieme a suo marito e alla piccola Lucia per poi lasciarla all'asilo e recarsi in studio; durante la sera gode di un po' di tempo insieme alla famiglia, tranne una volta alla settimana in cui si ritrova con la sua migliore amica per una partita a tennis. Il fine settimana torna a Ivrea dai suoi genitori o dai suoceri e approfitta dell'aria pulita per praticare escursionismo.

About

Età 36

Città Milano

Ruolo Creative director

Goals

Migliorare sempre i progetti portati avanti in studio ed aiutare il cliente a distinguere la buona comunicazione visiva da quella cattiva.

Hobby e interessi

Escursionismo
Musica alternative e pop
Tennis
Editorial design
Data visualization

Pain Points

E' molto indaffarata tra il seguire diversi progetti e clienti o partecipare a talk ed eventi in città.

Skills

Soft skills
Hard skills

Social





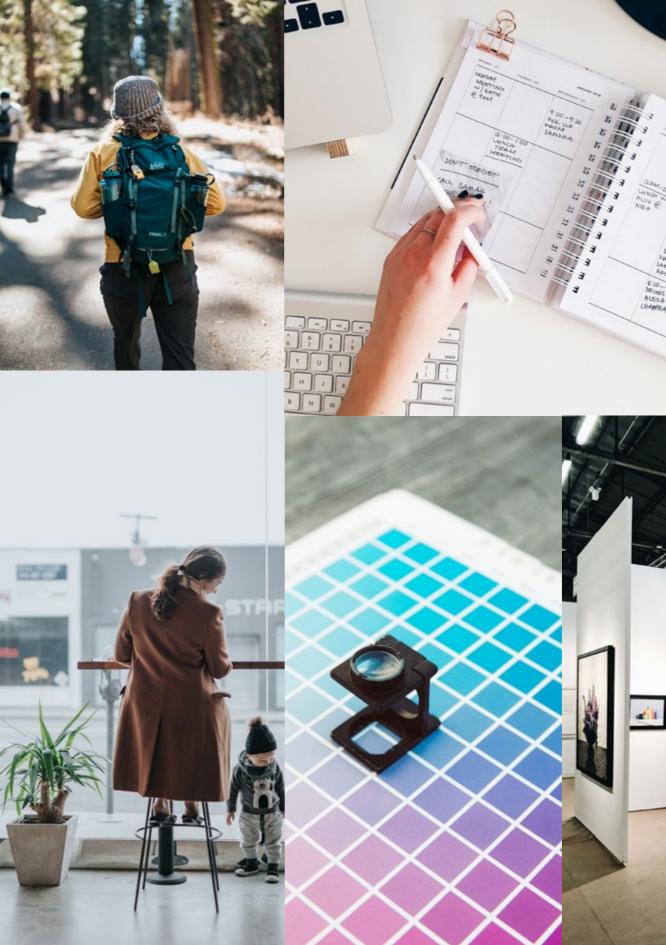
Вē







CAPITOLO 7 245







Emanuele Lai

Designer freelance

Sin da piccolo la passione per i videogames era grande, tanto che ha provato a diventare un gamer professionista.

Quando ha capito che non sarebbe arrivato ad alti livelli, Emanuele ha cominciato a studiare la comunicazione visiva del mondo videoludico capendo cosa sarebbe voluto diventare da grande.

Cominciando sin dai primi anni di liceo da autodidatta, Emanuele è un visual e motion designer che da un po' esegue live stream: ciò gli si è rivelato utile per rafforzare il rapporto con le persone che lo seguono e lo sostengono, tuttavia non riesce a farlo con regolarità a causa del carico di responsabilità lavorativa che ha addosso in quanto freelance.

In cerca di una stabilità economica per lasciare definitivamente casa dei genitori e andare ad abitare da solo, sta vedendo formare attorno a sé una clientela di fiducia e qualche entrata anche da Twitch e YouTube.

Durante la giornata è impegnato con il lavoro commissionato dai clienti, di cui parecchi sono streamer e gamers.

About					
26					
Tortona					
Freelance					

Goals

Promuovere e far conoscere i suoi progetti per ottenere nuovi clienti. Allargare la community che lo sostiene grazie ai consigli, le risorse e le notizie che fornisce.

Hobby e interessi

Videogames Ascoltare musica Fumetti Serie TV Suonare la chitarra

Pain Points

Ha a carico la gestione di tutti gli aspetti del suo lavoro e contemporaneamente deve superare la concorrenza nel settore.

Skills

۸ L م . . .

Soft skills

Hard skills

Social

















Cristina Sabelli

Neo-laureata

Cristina ha terminato gli studi di laurea magistrale a Roma e adesso vive nel limbo di chi ha concluso gli studi e deve entrare nel mondo del lavoro, ma non ha ancora inviato il proprio portfolio in quanto bloccata dal carattere introverso che possiede: si sente continuamente inferiore e non è perfettamente capace di autovalutare i propri lavori.

I miliardi gruppi Facebook di graphic designer non danno i consigli di cui avrebbe veramente bisogno per sentirsi pienamente a suo agio nella sua professione, in più ognuno dice la sua buttandola ancora più nello sconcerto.

Per questo motivo il bisogno di una community solida in cui potersi esprimere e capire il valore dei suoi progetti e della sua professione si fa sempre più forte.

^	١.	_		L
Д	n	റ	17	г.

Età 25

Città Roma

Ruolo Disoccupata

Goals

Migliorare i propri progetti personali per catturare l'attenzione di uno degli studi di comunicazione di cui condivide stile e valori.

Hobby e interessi

Illustrazione Viaggiare Vegetarianismo Fotografia Leggere

Pain Points

Ha maturato poche esperienze lavorative e avrebbe bisogno dei giusti consigli e punti di riferimento per orientarsi meglio in futuro.

Skills

Soft skills



Social

























Valentina Rossi

Blogger

Valentina, di Firenze, è laureata in marketing e comunicazione e gestisce un blog su Instagram mentre coltiva l'idea di poter esportare qualche contenuto anche su TikTok, ma per fare ciò necessita di materiali freschi, veloci, diretti e accattivanti, adatti alla piattaforma.

Nella sua pagina IG e sul podcast che va in onda su Spotify e YouTube, tratta milioni di argomenti certe volte inerenti il mondo del design come per esempio alcuni progetti tra i più belli e innovativi che trova sul web o anche la segnalazione di designer, art director o studi di comunicazione che svolgono il loro mestiere in modo egregio.

Patita di serie TV, che tratta ampiamente durante i suoi podcast, potrebbe definirsi la binge-watcher numero uno in Italia.

Λ	I .	_	
Δ	n	\mathbf{c}	 т.

Età 30

Città Firenze

Ruolo Instagram Blogger

Goals

Aumentare i propri followers attraverso un'accurata ricerca di contenuti abbastanza interessanti da poter portare al suo pubblico.

Hobby e interessi

Musica pop Serie TV Design Podcast Cibo

Pain Points

Difficoltà nel trovare sempre un contenuto o un argomento che riesca a creare il giusto engagement.

Skills

Soft skills

Hard skills

Social



























Marco Garelli

Studente liceale

Di Bologna, Mario è un giovane ragazzo che vive le mille insicurezze di chi sta finendo il liceo e non sa con certezza cosa vuol fare da grande. Comincia a capire quali sono le sue passioni e basa su quello ciò che possa essere la sua scelta universitaria per poi trasformarle nella sua professione futura.

Da poco maggiorenne, sente il bisogno di evadere e lasciare la città per cambiare aria e cominciate una nuova vita, lasciare la sua comfort zone, nuovi stimoli. Non sa quale città e quale università per cui sta indagando per capire quale sia quella che fa al caso suo.

Routine standard ogni giorno a scuola, studia lo stretto necessario, gioca ai videogames e produce musica, nel weekend esce con gli amici e ogni tanto suona nel locale di un amico.

Λ	I .	_	
Δ	n	\mathbf{c}	 т.

Età 18

Città Bologna

Ruolo Liceo artistico

Goals

Superare l'esame di maturità ed essere ammesso ad una facoltà universitaria in una città diversa dalla sua.

Hobby e interessi

Produrre musica elettronica Street Art Videogames Serie TV Skateboarding

Pain Points

Prova insicurezza pensando a come sarà il suo futuro da universitario fuorisede e quale facoltà possa fare più al caso suo.

Skills

Soft skills



Social











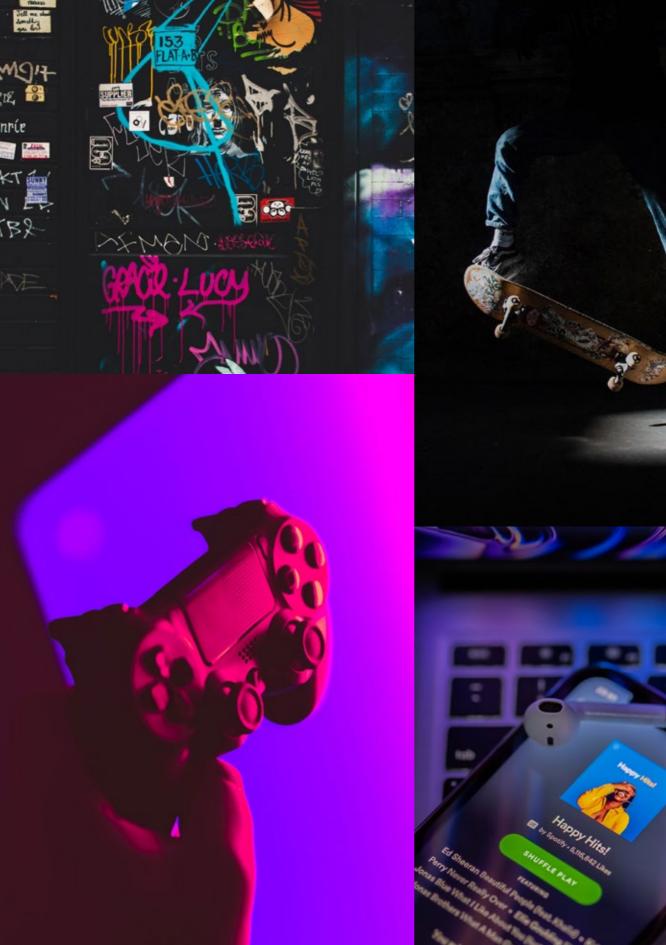
















Sebastiano Toti

Imprenditore

Sebastiano è un giovane imprenditore che da poco ha avviato un business di stampa su capi, offrendo un servizio online di vestiti personalizzati.

Visto il budget non altissimo e l'incapacità a promuovere da sè la propria attività, necessita di una strategia di comunicazione per sponsorizzare e valorizzare i suoi prodotti sui principali social media, Instagram su tutti.

Insieme agli amici con cui ha messo su l'attività, Sebastiano è fortemente legato all'eticità del lavoro: si impegna ogni giorno in un modo di lavorare etico, che dia valore alle persone e rispetti l'ambiente, facendo sì che ciò diventi il valore principale da voler comunicare ai suoi clienti.

È in cerca di una soluzione che non gli tolga troppo tempo per revisionarla e che non sia economicamente dispendiosa.

Δ	h	0	п	+

Età 34

Città Genova

Ruolo Imprenditore

Goals

Espandere la propria attività generando nuova utenza sui canali social che utilizza il brand.

Hobby e interessi

Moda Business Fashion Mondo della stampa Social Media Managing

Pain Points

Non ha una strategia di comunicazione adeguata per promuovere i suoi prodotti, nè un budget alto per raggiungere il suo scopo.

Skills

Soft skills

Hard skills

Social

















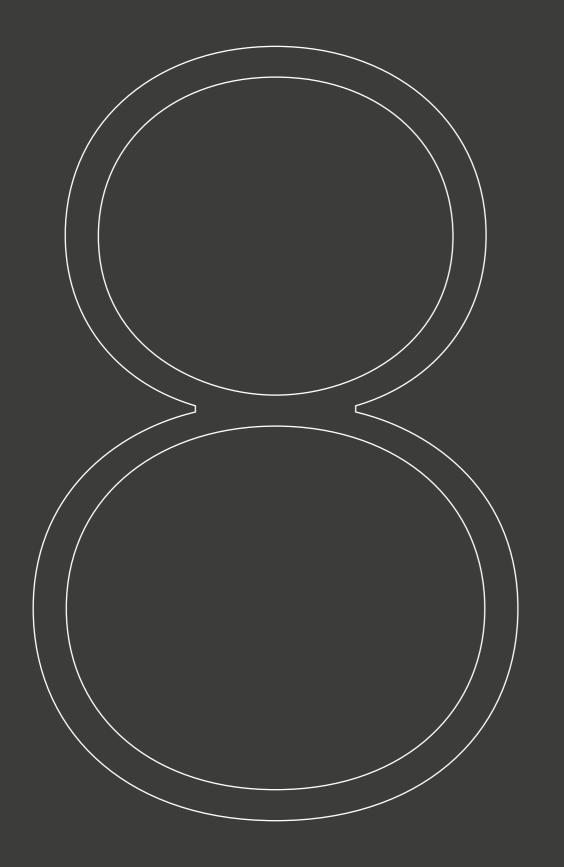


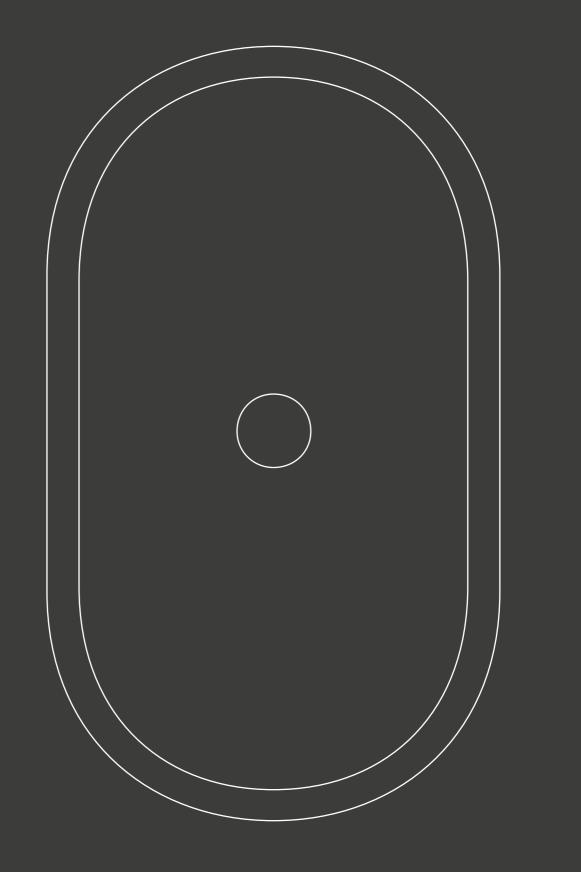


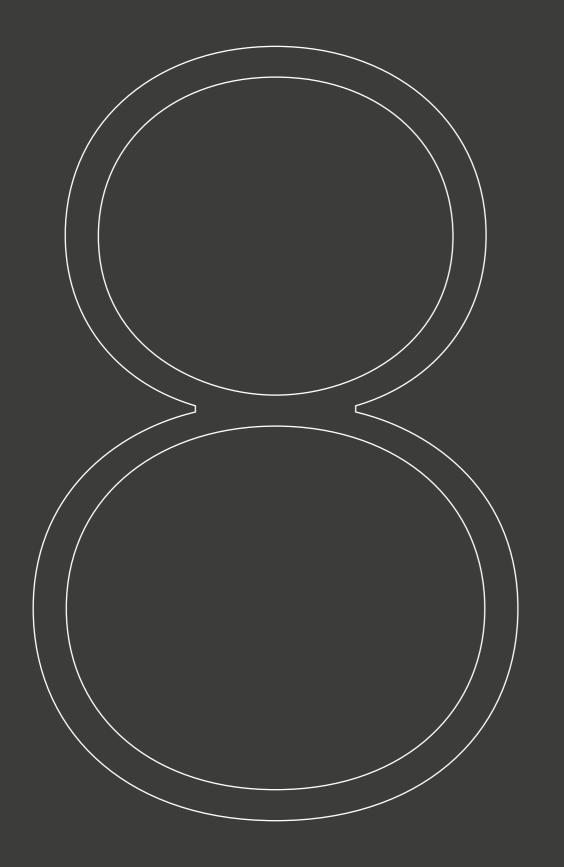
CAPITOLO 7 265

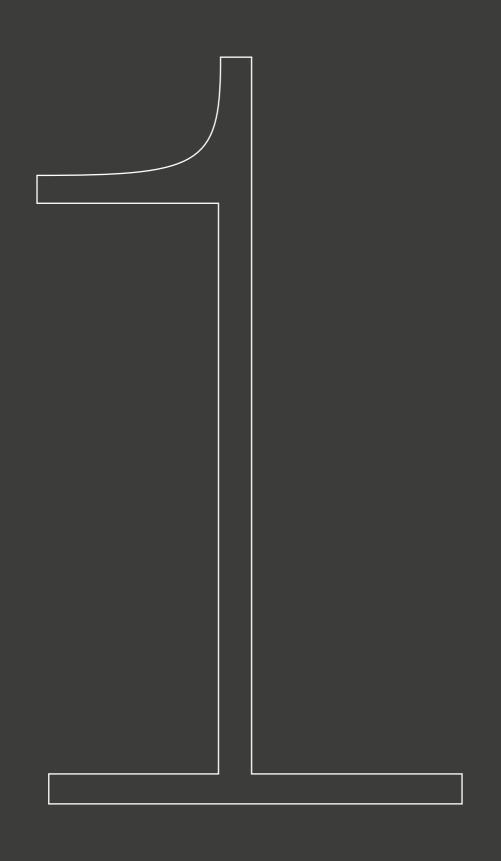


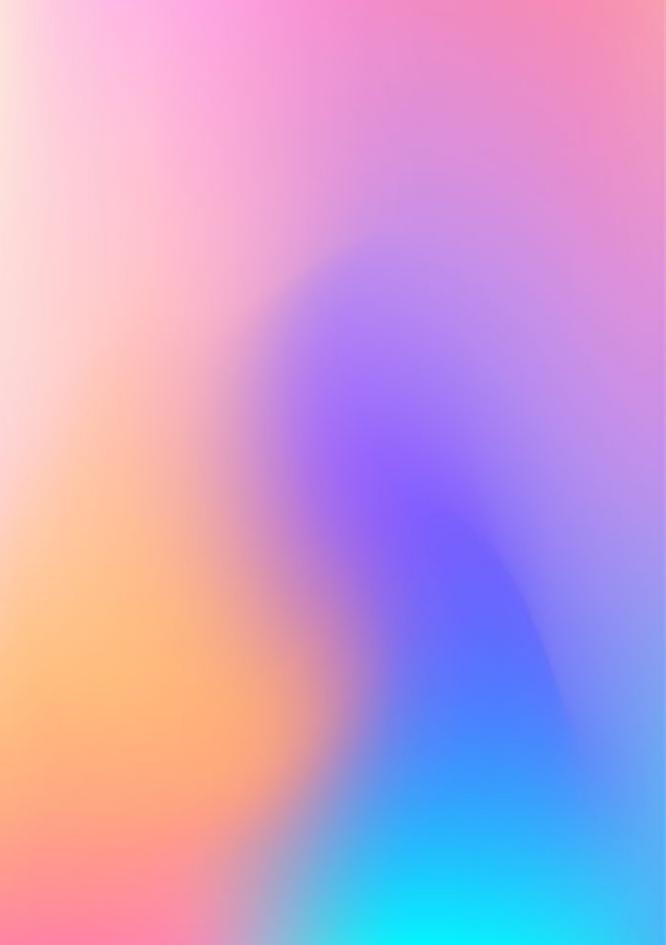






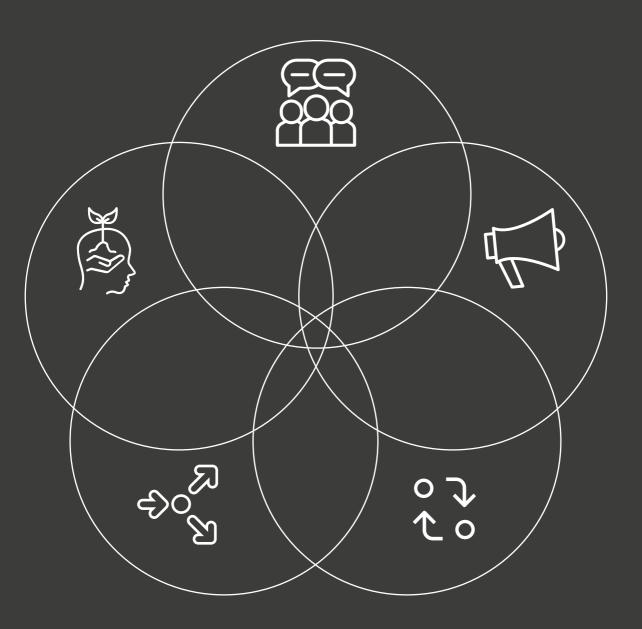






Fare Cose

Una community di studenti (e futuri professionisti) che, condividendo gli stessi valori, interessi, paure e aspirazioni, cresce e si prepara al meglio per il mondo del lavoro.



Linee guida



Community

Luogo virtuale a cui i membri sentono di appartenere, attraverso gli interessi e i valori che condividono, che sia fonte di stimoli e di crescita personale e professionale.



Dare il giusto valore

Promuovere, diffondere e valorizzare il lavoro svolto dagli alunni del corso di Immagine e Suono attraverso gli elaborati prodotti durante il semestre.



Self-confidence

Rendere gli studenti più fiduciosi in sè stessi e nelle loro capacità durante il delicato passaggio tra il mondo dell'università e quello del lavoro.



Reazione a catena

Aumentare la qualità degli elaborati prodotti ogni anno attraverso la possibilità di visionare e studiare quelli realizzati negli anni passati dagli altri studenti.

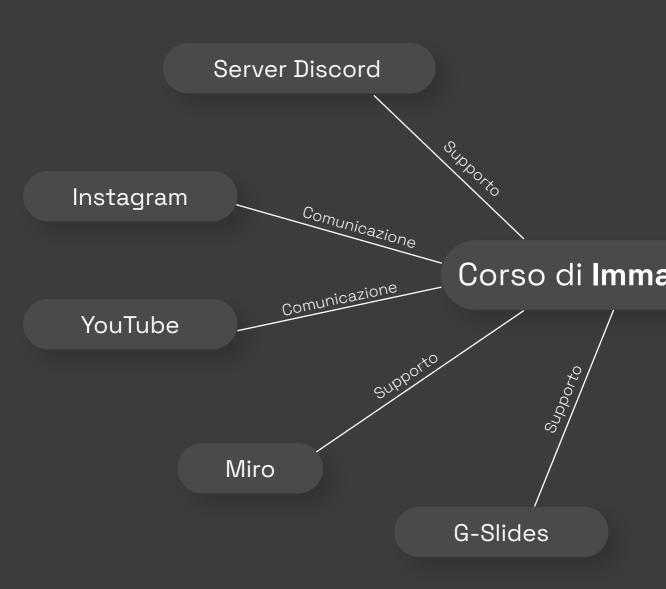


Replicabilità

Realizzare un progetto facilmente replicabile e adattabile in diversi contesti scolastici e universitari, di facile comprensione per chiunque.

CAPITOLO 8 275

8.3 Schema di flusso Strumenti utilizzati





igine e Suono

Output

FareCose - La guida

3.4 Identità visiva

La palette colori scelta è varia e include moltissime varianti cromatiche, in virtù del fatto che principalmente vengono mischiati per ottenere un gradiente che nei contenuti video è in movimento.

I colori sono freschi e giovanili, ma comunicano allo stesso tempo calma e pacatezza cercando di infondere quel senso di clima rilassato e disteso che si vorrebbe raggiungere all'interno del corso e della community.



CAPITOLO 8 279

8.5 Identità visiva

Naming e Logo

Naming II naming scelto per la community del corso è IES,

semplicemente le iniziali di Immagine e Suono in modo da

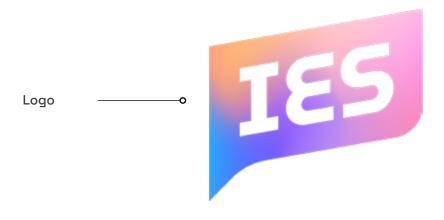
ricondurre subito l'osservatore al nome del corso. IES risulta facile da memorizzare vista la sua

immediatezza e semplicità.

Claim II claim deciso è "Ci piace fare cose", riferito alla

moltitudine di attività che vengono svolte all'interno del corso e della community, ma anche un invito al volersi sporcare le mani, non procrastinare ed essere attivi dal

punto di vista professionale.



B/N





ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890.,;;?!

Font secondario

Il font secondario è lo **Space Grotesk** utilizzato sia nella versione normale che in quella monospace

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890.,;;?!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890.,:;?!

Costruzione



Aree di rispetto



CAPITOLO 8









8.6

Il server Discord

User Experience

Schermata di benvenuto

La vita della community si svolge principalmente sul server Discord.

Entrando attraverso il link di invito ci si ritrova davanti alla seguente schermata, che reindirizza l'utente al canale in cui sono presenti le regole del server e dove può decidere quale ruolo assumere in base al fatto che sia un professionista, un docente, uno studente ecc.





8.6.1 Categorie e canali

Discord

BENVENUTO

#benvenuto Messaggi di benvenuto.

#info-faq-ruoli Regole del server e scelta del ruolo.

IMMAGINE E SUONO

#annunci Annunci inerenti il corso di Immagine e Suono.

#immagine3suono Chat riservata agli studenti del corso.

#generale Chat generale per tutti gli utenti della community.

#aiuto Canale per richiedere aiuto su programmi, idee ecc.

#risorse Canale in cui condividere risorse utili.

#job Canale per sponsorizzare offerte di lavoro.

#quattrochiacchiere Chat vocale per parlare amichevolmente.

PROFESSIONE CREATIVO

#professionecreativo Chat generale per Professione Creativo.

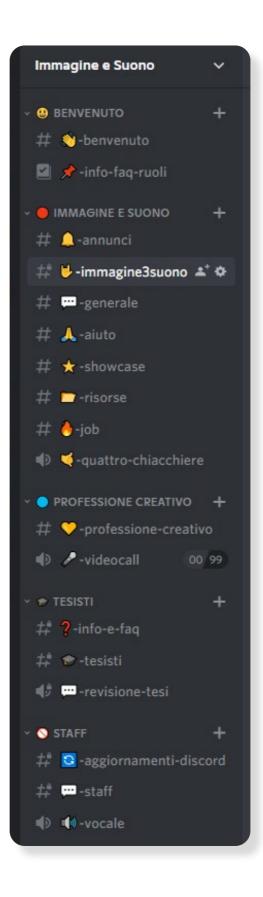
#videocall Chat vocale per gli incontri di Professione Creativo.

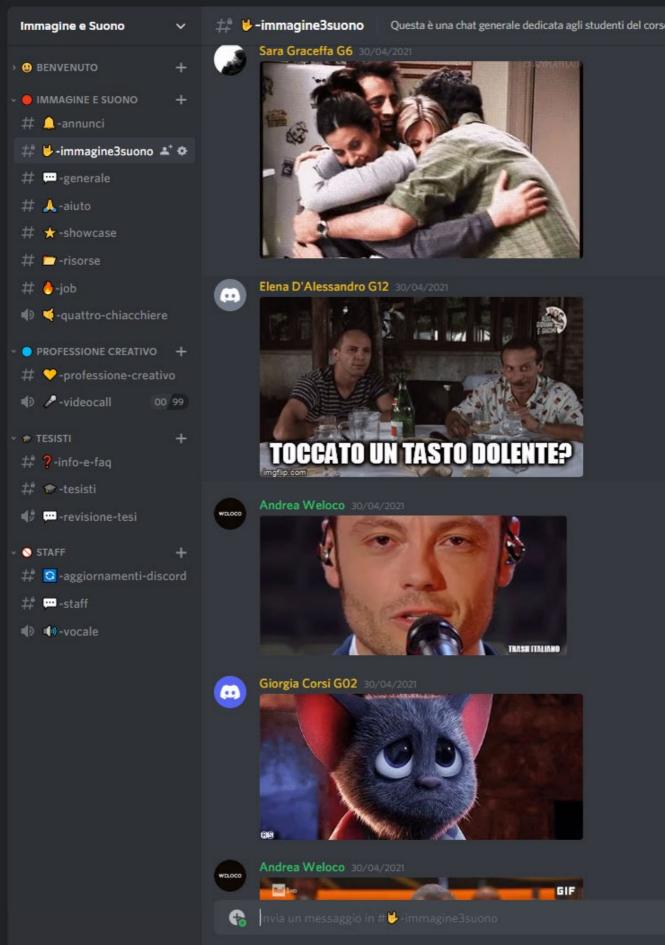
TESISTI

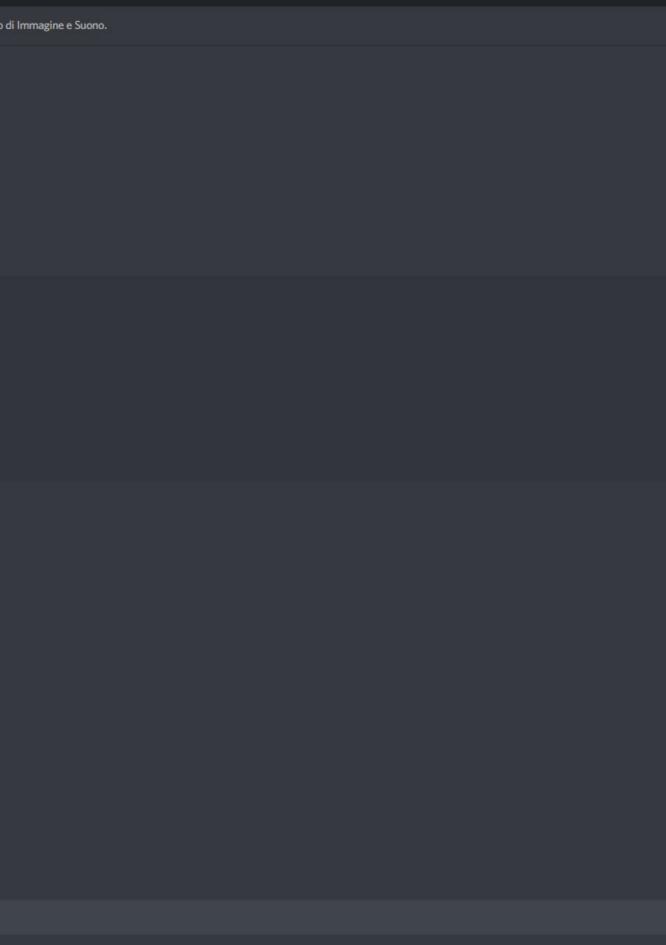
#info-e-faq Canale in cui sono presenti risorse per tesisti.

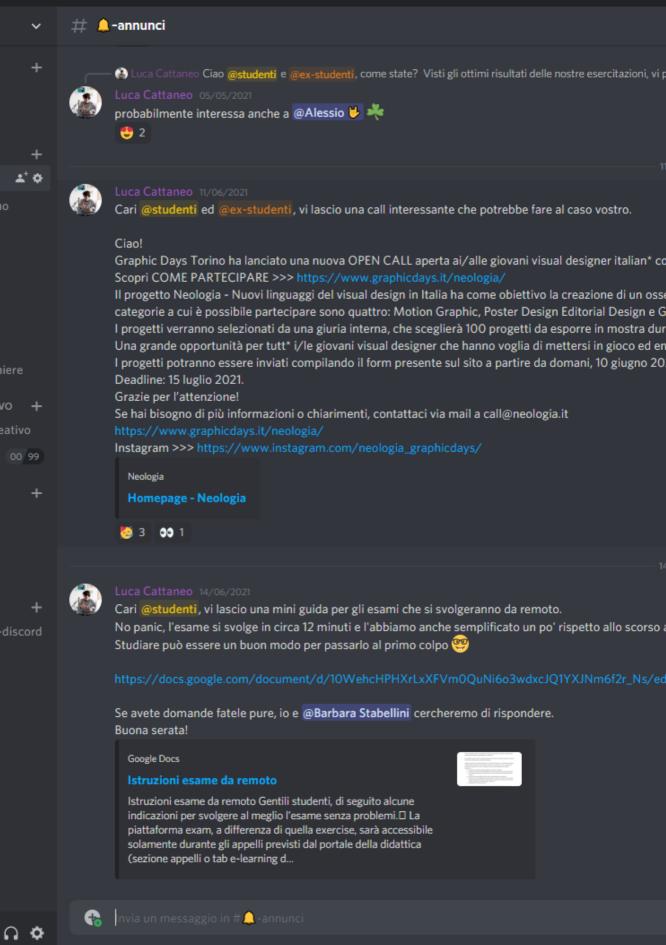
#tesisti Chat generale per tesisti.

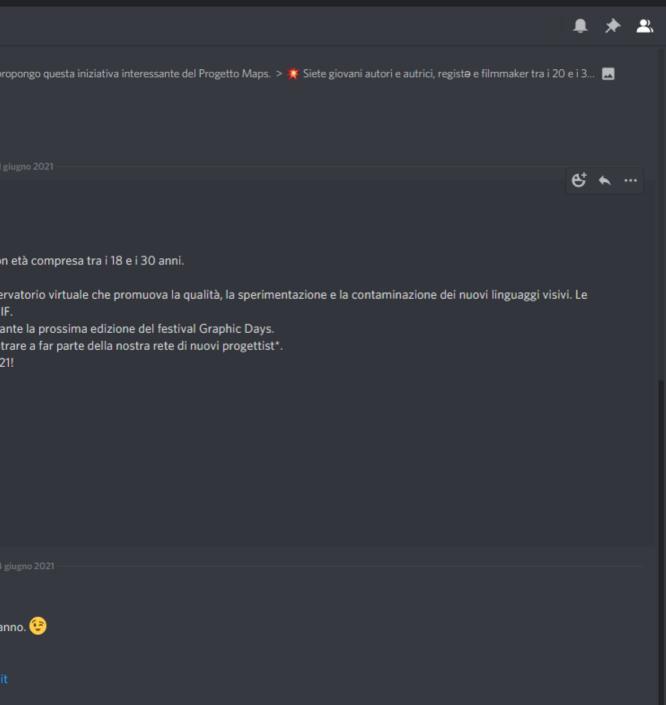
#revisione-tesi Canale vocale per fare le revisioni tesi insieme al relatore.









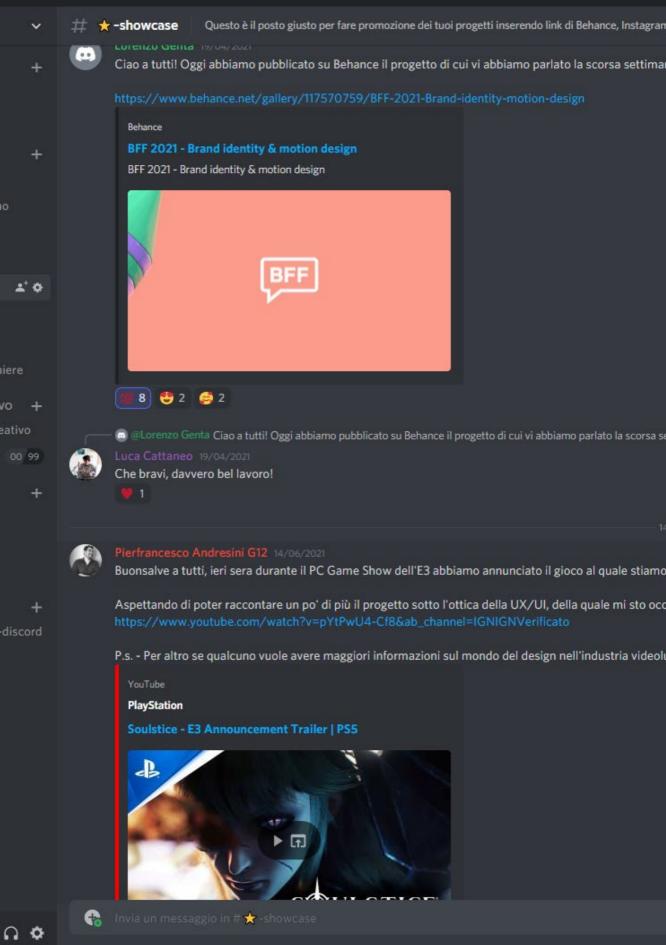


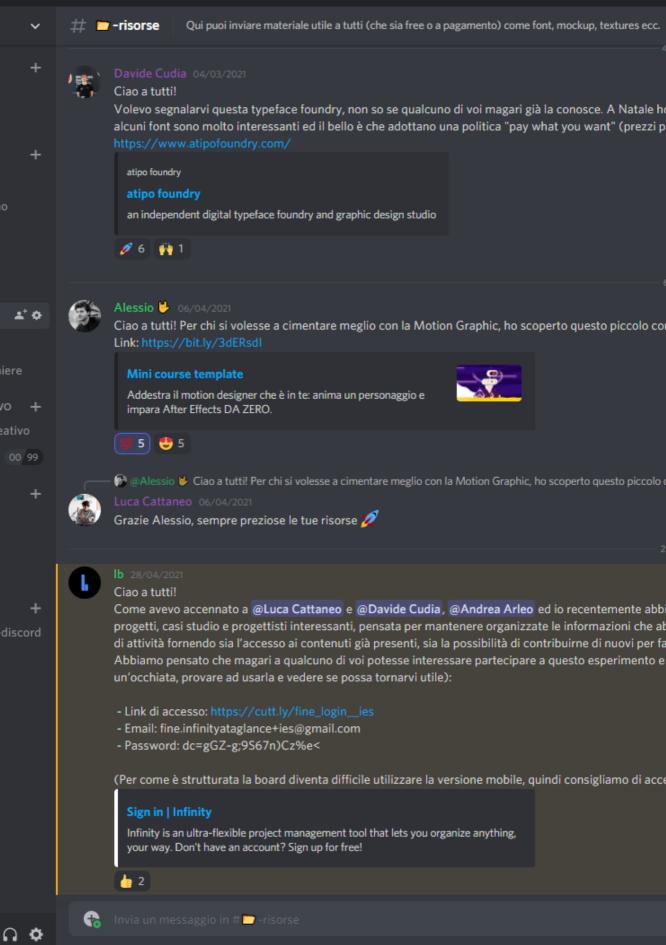














o acquistato un bundle con tutti i loro font a soli 20 euro, adesso credo che sia finita la promozione 😝 Tuttavia re-impostati da loro in realtà, ma si tratta sempre di cifre modiche), licenza commerciale inclusa!

so di 2h offerto dallo studio Shamun sul tema. Sembra molto interessante!

:orso di 2h offerto dallo studio Shamun sul tema. Sembra molto interessante! Link: https://bit.ly/3dERsdl 🔔







amo provato a strutturare una raccolta collaborativa (realizzata tramite Infinity: https://cutt.ly/1buwCbP) di biamo trovato e troveremo nel tempo. L'idea però sarebbe di coinvolgere chiunque fosse interessato a questo tipo r crescere questa repository a beneficio di tutti i collaboratori. vi forniamo quindi delle credenziali comuni per accedere alla board (sentitevi ovviamente molto liberi nel dare

edervi da desktop, quantomeno le prime volte, per comprenderne più facilmente il funzionamento.)



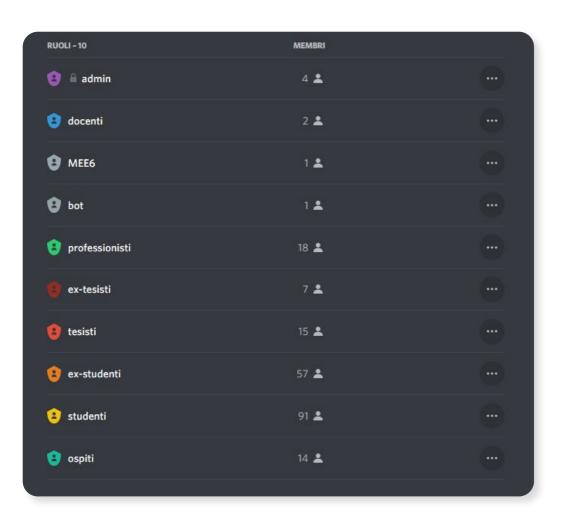


8.6.2 Il server Discord

I ruoli

Scelta e divisione dei ruoli

All'interno del server sono presenti diversi ruoli con diversi permessi e accessi attribuiti dall'admin-founder. In figura sono presenti le tipologie di utenti ammesse al server da quando ha cominciato a funzionare nel Marzo 2021 e il relativo numero di membri per ogni ruolo.

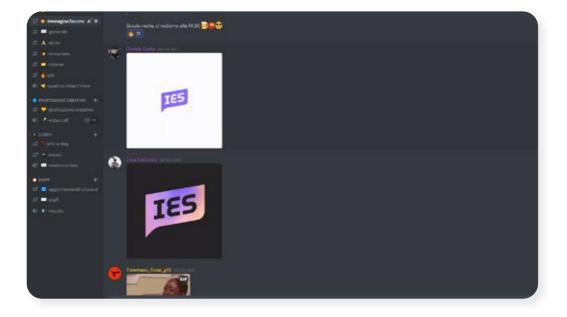


8.6.3 Il server Discord

Emoji e GIF

Il linguaggio

All'interno di Discord si comunica attraverso emoji e GIF. Per questo motivo il linguaggio visivo dell'utente di Immagine e Suono segue il trend digitale utilizzando meme, emoji e GIF anche brandizzate.
Il linguaggio utilizzato è quindi dinamico, giovanile, diretto, ironico, giocoso e coinvolgente.



8.7.1 Google Slides

Light Mode

L'identità visiva è stata applicata anche alle slides del corso, rendendole più catchy ed interessanti.

Una distinzione è stata fatta tra Light Mode e Dark Mode: la prima utilizzata per la parte teorica e i momenti di lezione frontale, la seconda quando si trattano argomenti extra inerenti il mondo del lavoro e la crescita professionale.







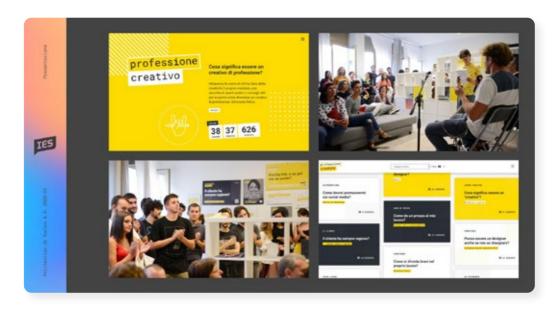


8.7.2 Google Slides

Dark Mode

L'identità visiva è stata applicata anche alle slides del corso, rendendole più catchy ed interessanti.

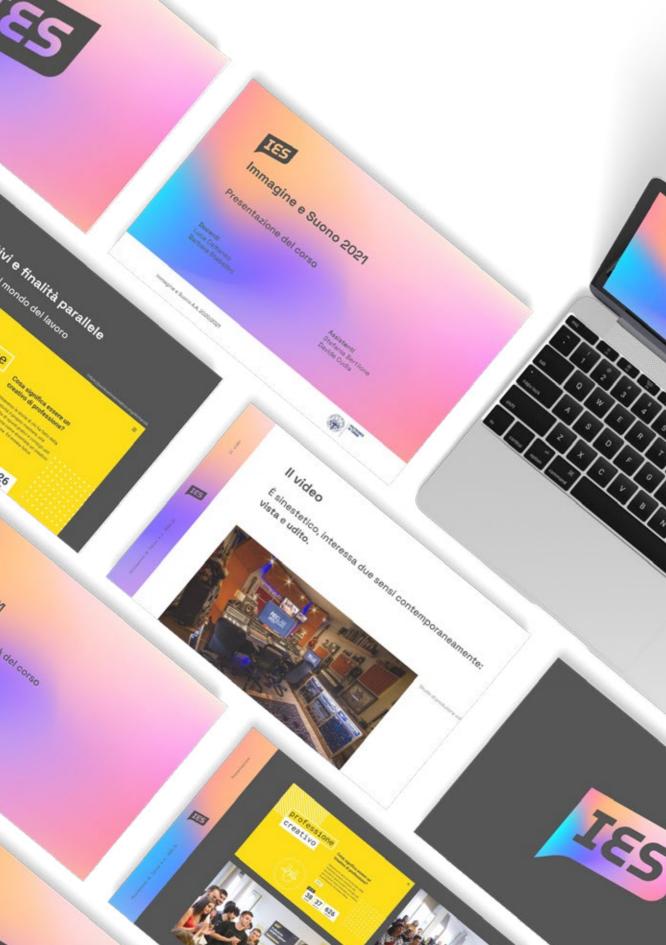
Una distinzione è stata fatta tra Light Mode e Dark Mode: la prima utilizzata per la parte teorica e i momenti di lezione frontale, la seconda quando si trattano argomenti extra inerenti il mondo del lavoro e la crescita professionale.











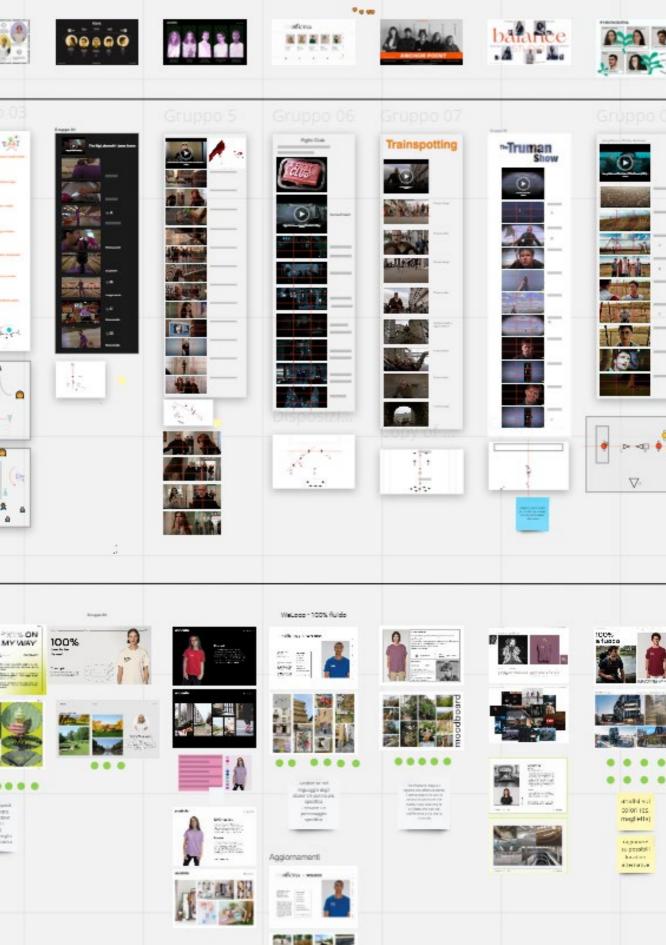


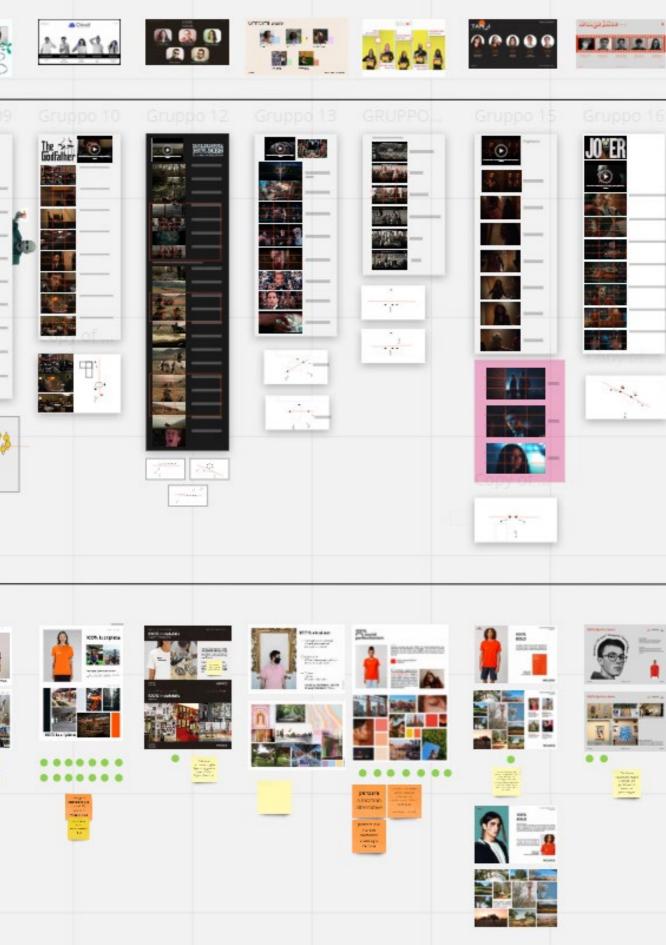
8.8 **Miro**Board interattive

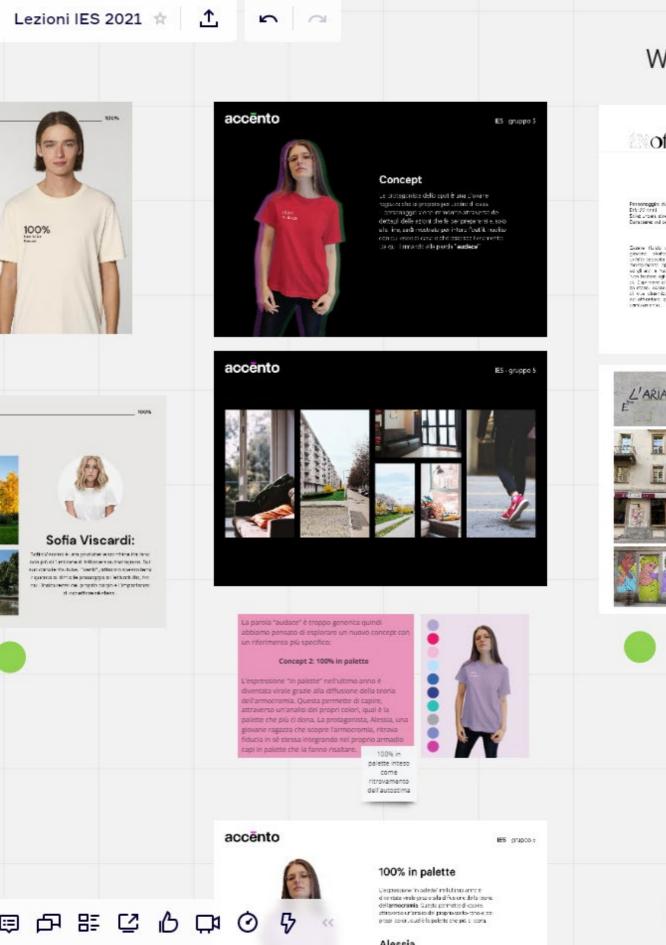
Miro è stato un ottimo strumento per coinvolgere gli studenti durante le lezioni.

Attraverso l'uso di board interattive i momenti di condivisione e scambio sono stati molteplici, oltre all'utilità delle stesse board anche durante la parte teorica delle lezioni.









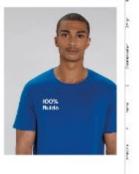
eLoco - 100% fluido

ficina × weloco

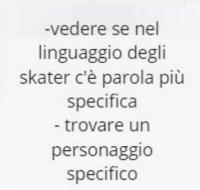


四年四日日













Coinvolto è chi agisce attivamente per essere perte de cambiamento. Coinvolto è chi vuole avere un impatto positivo sull'arri Coinvolto é chi fa la differenza nel suo piccolo. Ad essere coinvolto, per noi, ê Leo.

Leo 4 IDO% involved.





personaggio:

nome: Leo

eth 24

Leo ama camminaro in montagna nel tempo libero per trovare una connessione con la natura. É decito al lavoro manuale e nela vita fa il falegname















Trasmettere meglio il legame che effettivamente il personaggio ha con la natura, la passione che mette nelle cose che fa e il fatto che non sia indifferente a ciò che lo circonda

il confronto aiuta a migliorarsi e aumenta le risorse a disposizione di tutti

apprezzo lo stimolarsi a vicenda, ma la competizione nel nostro ambito crea dinamiche molto diverse

In alcuni casi porta a lavorare sulla quantità e non sulla qualità In ambito universitario la competività come la viviamo noi direi che è più che giusta! E invece nel mondo esterno che raggiunge livelli esagerati, soprattutto nel nostro settore: si vedono sempre accanimenti e commenti denigratori sui lavori degli altri. Che brutto...

ci aiuta maggiormente ad affrontare il mondo del lavoro

Credo sia insita nelle persone, ma è deleteria per l'autostima (se non si è una persona alla quale queste cose importano poco)

la competizione serve ma sempre con gentilezza, la cattiveria non porta da nessuna parte la competizione sana può spronarci, nello spingerci a miglioraci sempre di più. L'importante è comprendere che siamo tutti sullo stesso piano, quindi approcciandosi in

maniera sempre umile :)

può portare a migliorarsi, ma se esagerata crea un ambiente troppo stressante

ti sprona a fare meglio e superarti ogni volta, senza rimanere "sul tuo" può essere utile per conoscere stili diversi e può aiutare a crescere, allo stesso tempo può provocare molta ansia e può far sentire inadeguati, dipende insomma una competizione fatta come e in quale misura, anche se la competizione in questo corso è meno sentita di altri cor è p

isp da s da il professore la fa pesare

88

quest'anno sto percependo una competizione molto più sana e volta alla collaborazione (forse è anche una crescita personale)

vero, forse perchè i professori non ci mettono in competizione? *emoji del clown*

stimola la creatività

Arrivi a lavorare a orari ancora più improponibili

la npetizione er i polli ;)

trarre pirazione stili diversi I proprio la sana competizione è positiva perchè stimola a migliorare

Nella giusta misura
permette di alzare il livello
medio delle produzioni.
Servono comunque degli
strumenti di
compensazione per
favorire la condivisione e la
cooperazione tra i vari
gruppi.

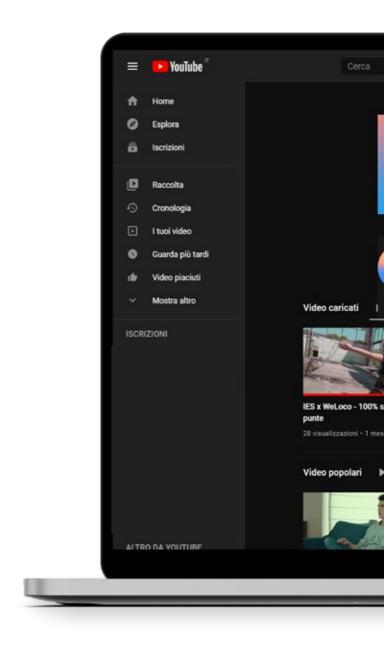
spesso la competizione nel nostro corso di studi nasce dall'obiettivo finale che ti pongono i professori: il progetto selezionato verrà prodotto dall'azeienda ecc. Così facendo è difficile non vederla come una gara

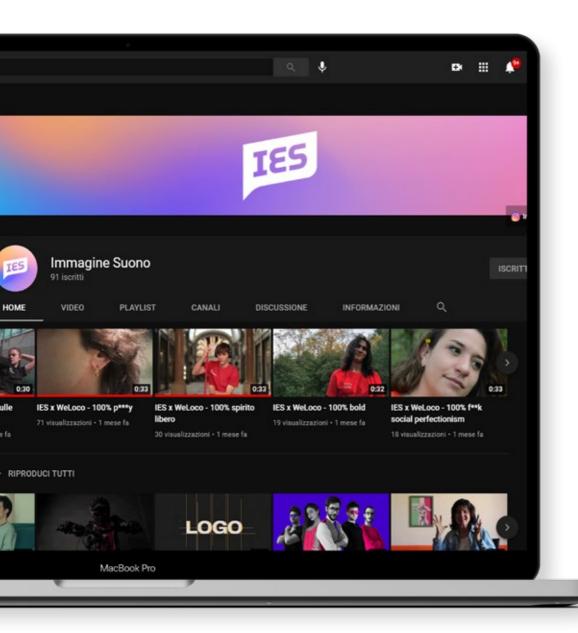
> talvolta è inevitabile in un ambiente come il nostro

8.9 YouTube

Playlists delle esercitazioni

Il canale YouTube vede la presenza di diverse playlist pubbliche in cui sono presenti i lavori di tutti i gruppi dell'anno accademico 2019/2020 e 2020/2021. È anche presente il link di collegamento alla pagina Instagram del corso.



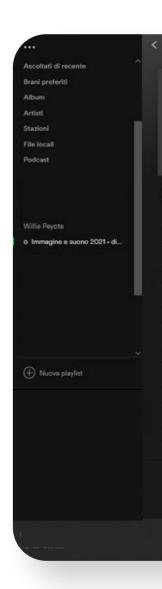


8.10 Spotify Playlist del corso

Spezzare il ghiaccio

All'inizio del corso di Immagine e Suono diventa tradizione creare una playlist collaborativa in cui ognuno sceglie una canzone e la inserisce.

Si rivela un ottimo modo per spezzare il ghiaccio con gli studenti e cominciare a parlare di qualcosa che non coinvolga necessariamente l'università ma che è utile a far sentire lo studente a proprio agio.







8.11.1 Profilo Instagram

Tipologie post

I post su Intagram sono per la maggior parte animati, volendo creare un fil rouge con quello che è il tema della didattica di Immagine e Suono: la motion graphics. I post si dividono in informativi, per fare brand awareness e creare hype in vista di future pubblicazioni, CTA e quelli dedicati a Weloco.

Post informativi

Come?

La community è composta sia da studenti che da professionisti del settore, così da creare punti di contatto, condividere esperienze, consigli, risorse. Agli studenti e ai membri di IES piace fare cose.

Sì ma... cosa? →

Post per fare brand awareness

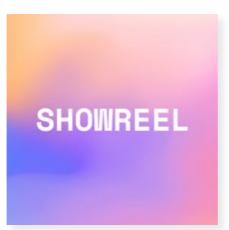




Post CTA

Segui la pagina IG ed il canale YouTube per non perdere i lavori prodotti dagli studenti durante l'anno accademico!

Post per i loop





Post WeLoco





8.11.2 IES x WeLoco

Pubblicazioni dei lavori per WeLoco. Prevedono l'uscita di una tripletta di post ogni Lunedì, ognuno con contenuti diversi.



8.11.3 Format

Dettaglio maglia



Backstage







Concept

"Le prime pennellate che Emma improvvisa sulla tela la conducono in uno spontaneo momento di libertà creativa in cui l'espressione artistica si traduce, oltre che nella realizzazione di un autoritratto, in un movimento del corpo che la travolge, trasportandola così in un ballo che coinvolge tutti i suoi sensi, facendola sentire libera di esprimersi sia con il corpo, che attraverso la pittura. In questo modo vogliamo comunicare come la maglia di weloco "on my way" accompagni Emma nei suoi momenti di creatività e la conduca lungo una strada di ricerca personale e di stimolo creativo, creando una forte connessione con la sua personalità."

Credits

Gruppo 03 | semistudio

Maria Claudia Bertoletti / @clod.be Giuseppe Defilippis / @defilippisss Emanuele Danna / @manumelodies

Paolo Rucci / @raptus.psd Stefano Zappia / @ste_zap

Attrice: Emma Dossantos / @emma_dossantosss

WeLoco

IES x @weloco 🔥

#

#ies #immagineesuono #immagine #suono #community #video #videoproduction #produzionevideo #weloco #100you #onmyway #immagine3suono #i3s #camera

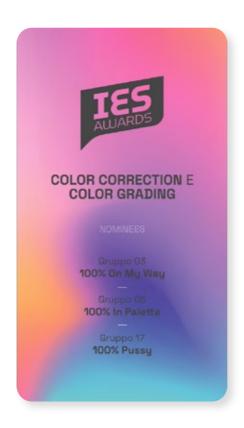
8.11.4 IES Awards

Le autovalutazioni a seguito della visualizzazione collettiva degli elaborati hanno dato diversi vincitori per ogni ambito di votazione, ovvero:

- Concept ed interpretazione del brief
- Fotografia e riprese
- Color correction e color grading
- Montaggio
- Sound Design

A queste è stato aggiunto un ulteriore premio, una menzione speciale, per chi ha comunque ottenuto un ottimo risultato nelle votazioni.

I vincitori sono stati annunciati e taggati attraverso delle storie Instagram.



Annuncio vincitore



Video tributo



Video tributo



Screen iniziale



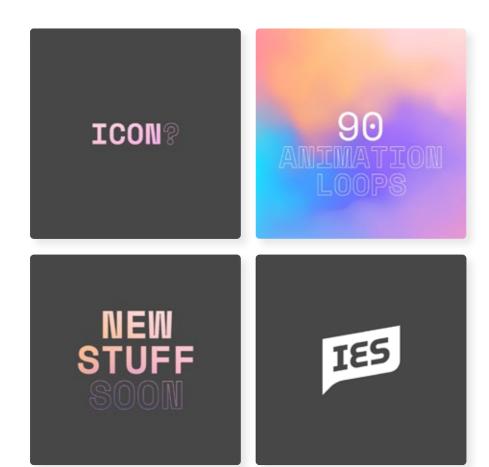
8.11.5 Iconic Loop

Pubblicazioni dei loop in motion graphics prodotti dagli studenti per l'esame finale del corso.

È prevista l'uscita di un loop per ogni Lunedì a partire da Ottobre 2021, non appena finiranno le pubblicazioni di WeLoco.

Il tema dell'a.a. 2020/2021 è stato "Personaggi iconici" riuscendo a dare abbastanza spazio di manovra agli studenti sul come agire, ma allo stesso tempo trovare un tema che possa essere apprezzato anche dai non addetti ai lavori e cercare di ottenere più followers e visibilità su Instagram.

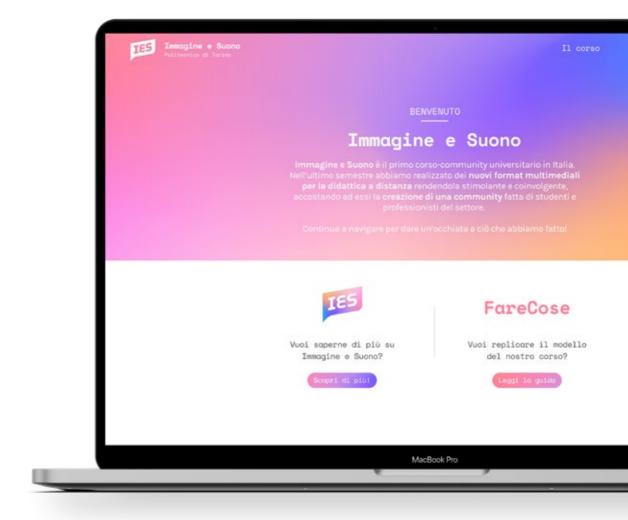
Post teaser per Iconic Loop





8.12 Sito Web

La guida per replicare il modello IES



Il manuale

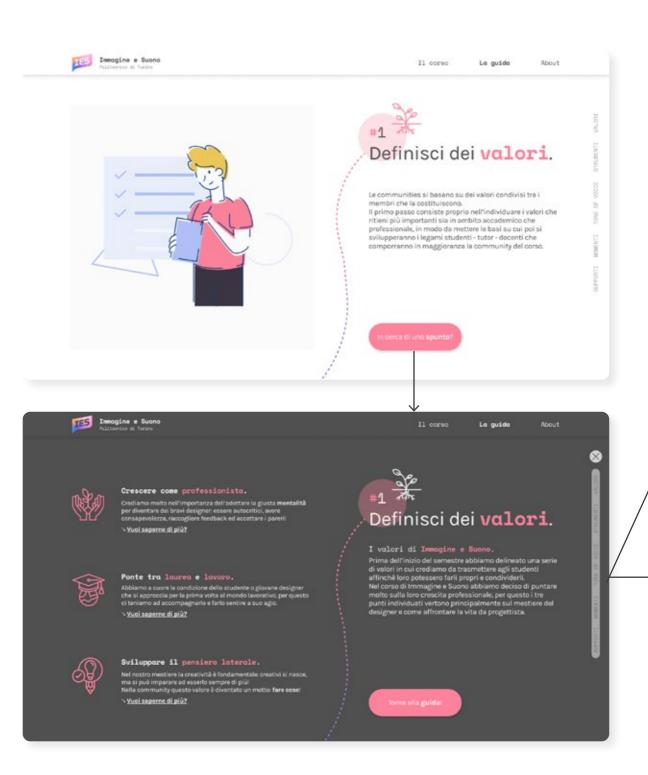
FareCose nasce dal bisogno di erogare la DAD attraverso forme nuove, grazie alla collaborazione tra studenti, tutor e docenti all'interno del corso di Immagine e Suono al Politecnico di Torino, parte del corso di Laurea Triennale in Design e Comunicazione Visiva.

Ho realizzato dei nuovi format multimediali per la didattica rendendola stimolante e coinvolgente, accostando ad essi la creazione di una community fatta di studenti e professionisti del settore.

La guida nasce in base alla potenziale replicabilità del modello adottato da IES.



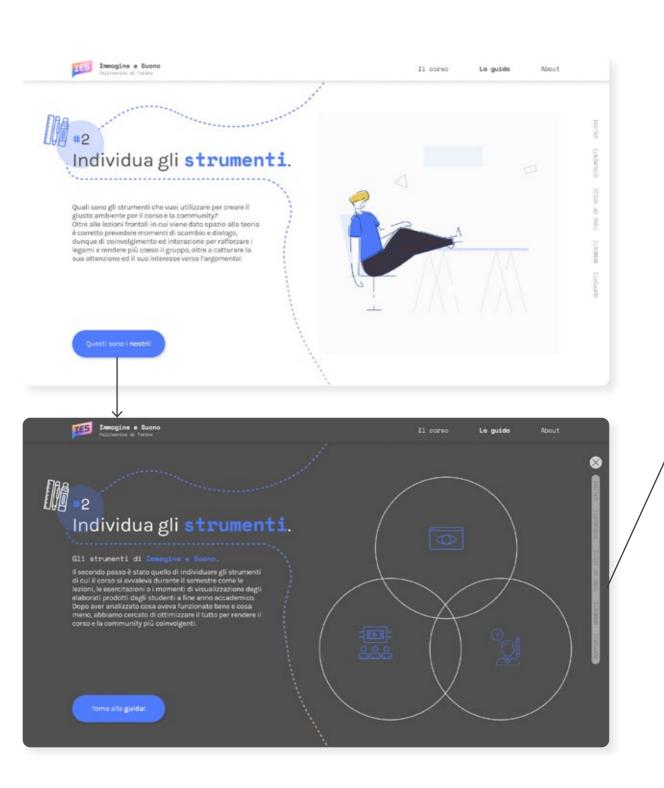
8.12.1 Valori Le sezioni

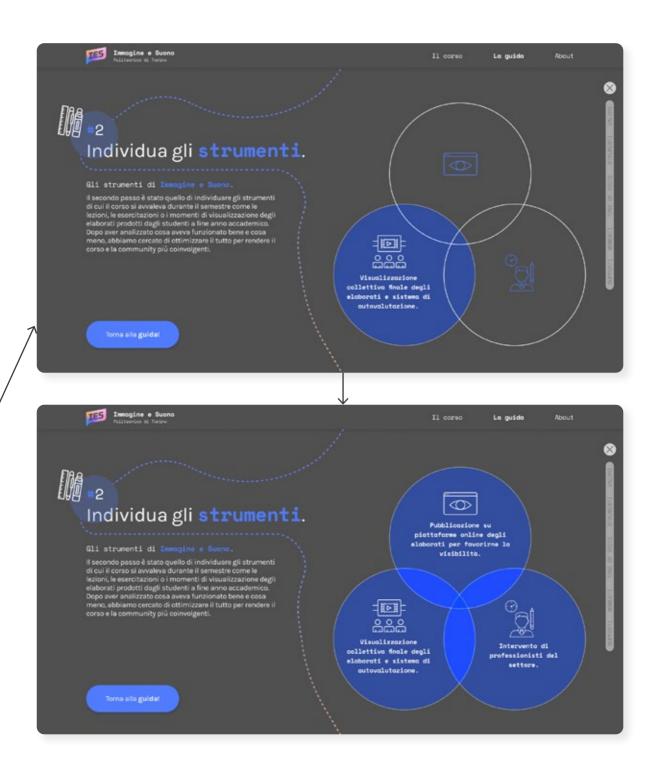




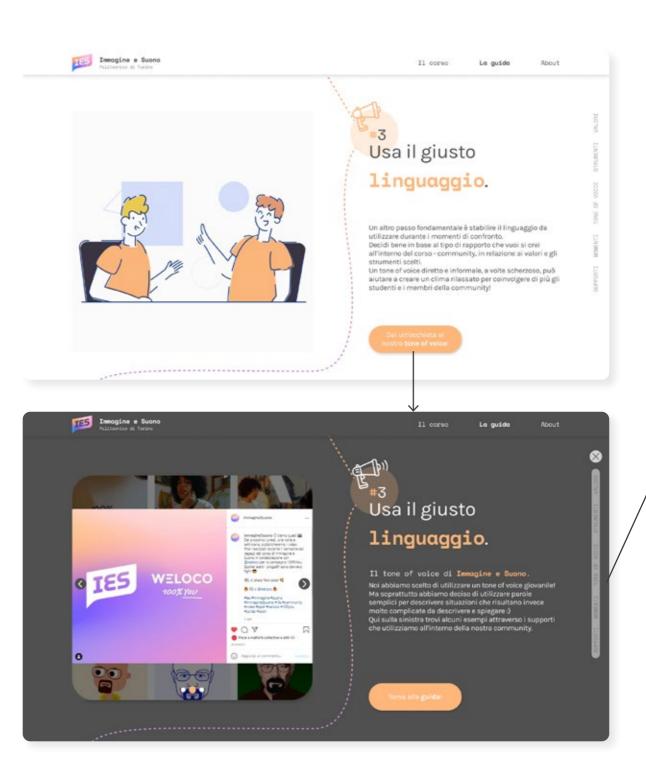


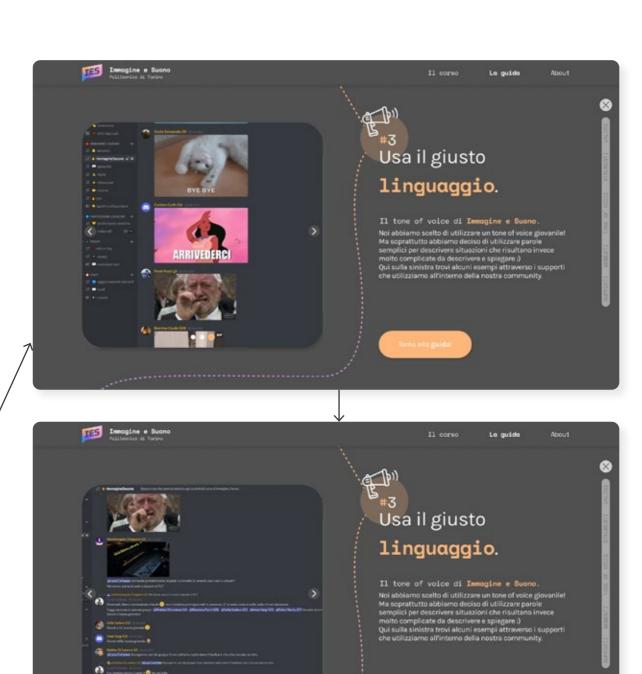
8.12.2 Strumenti Le sezioni





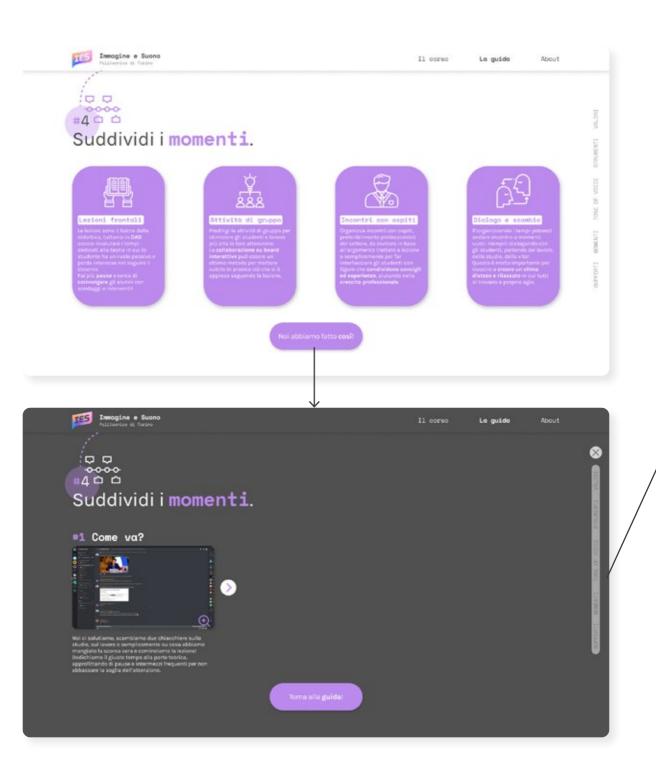
8.12.3 Linguaggio Le sezioni

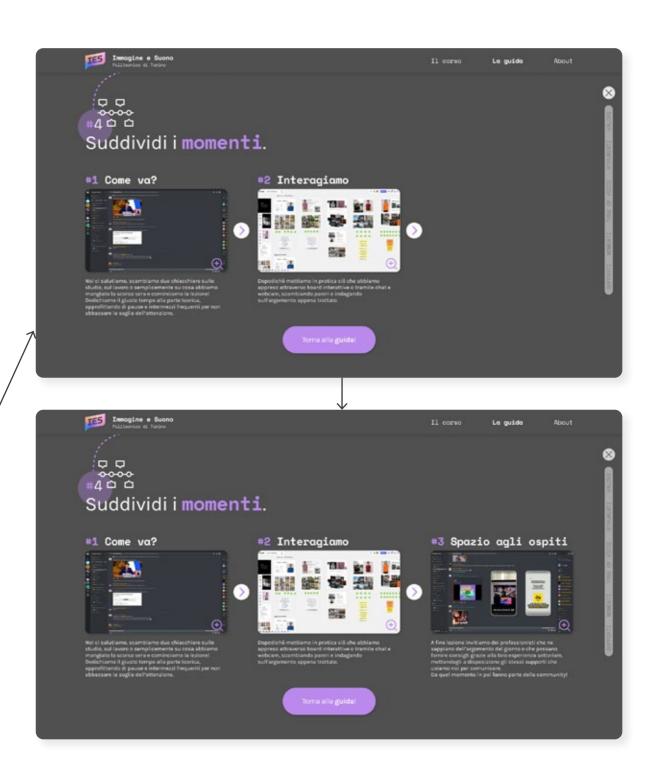




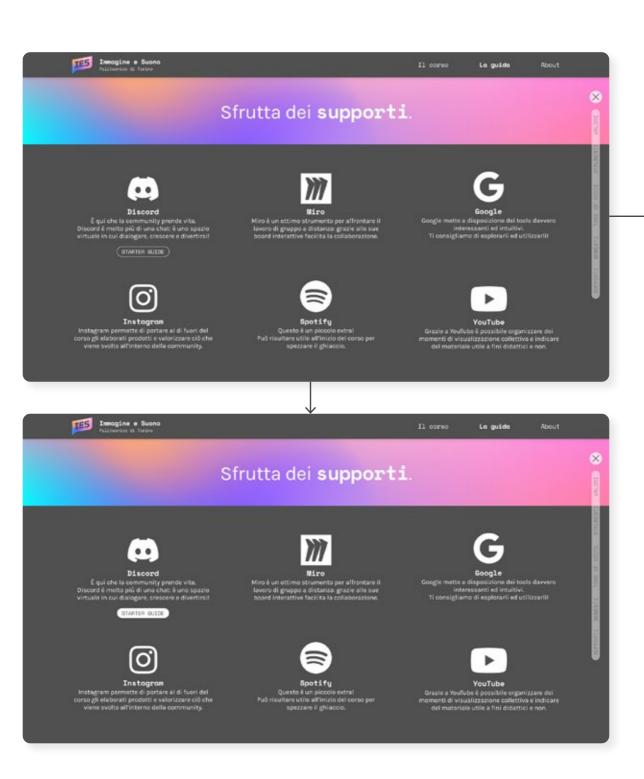
8.12.4 Momenti

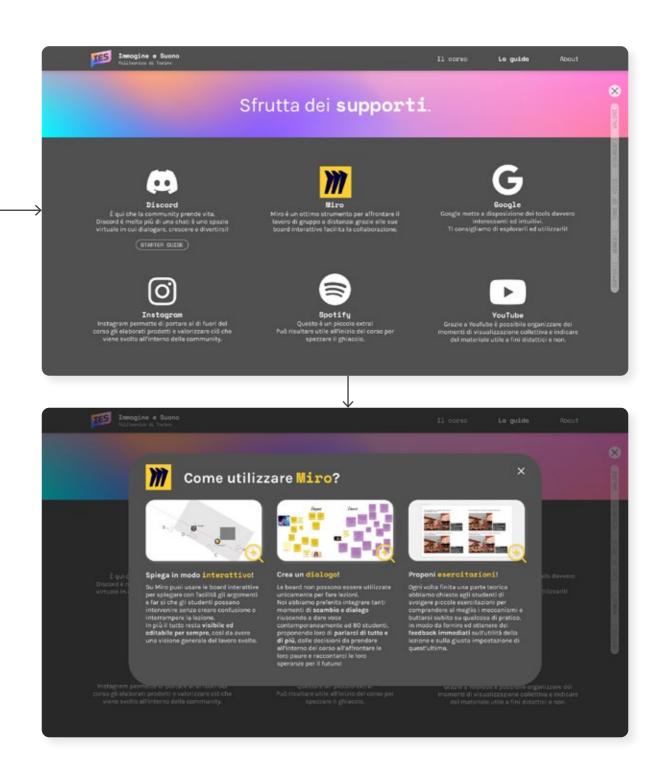
Le sezioni



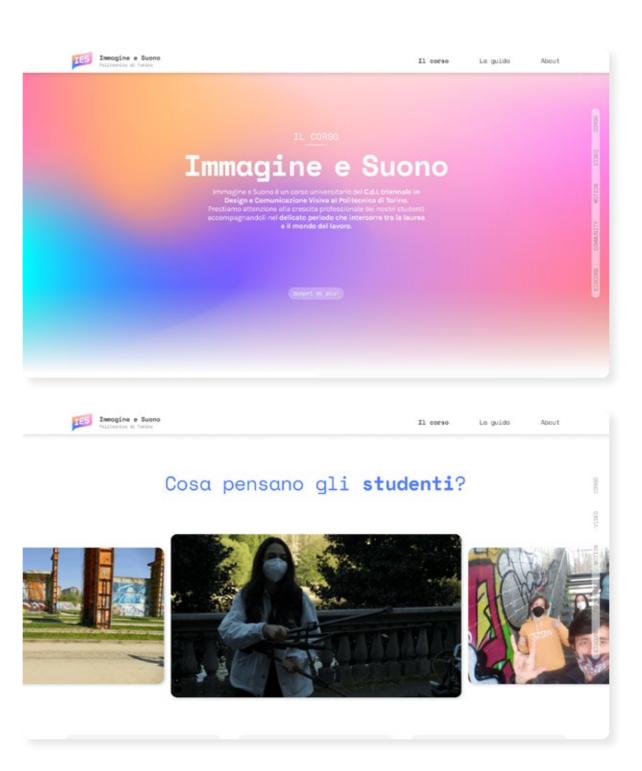


8.12.5 Supporti Le sezioni

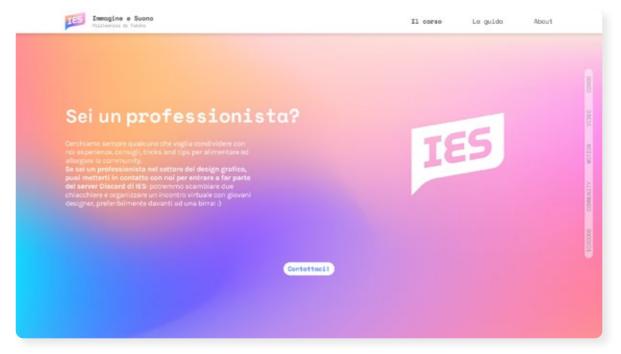




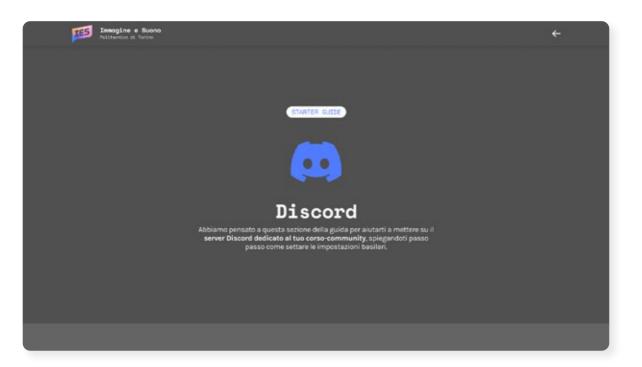
8.12.6 Immagine e Suono Le sezioni

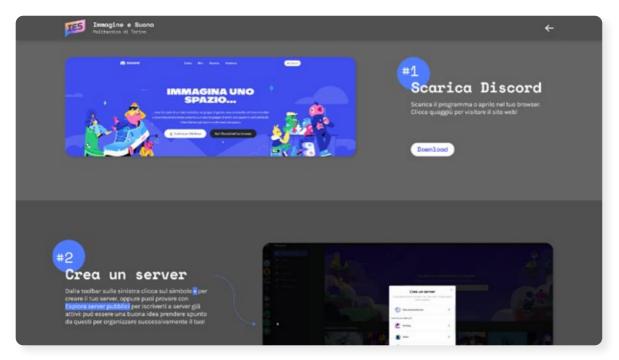






8.12.7 Discord Starter Guide Le sezioni

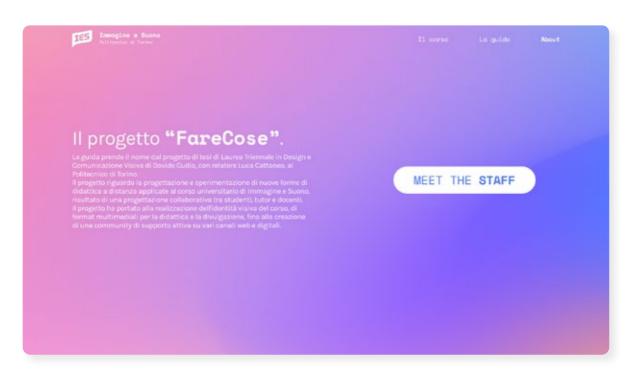


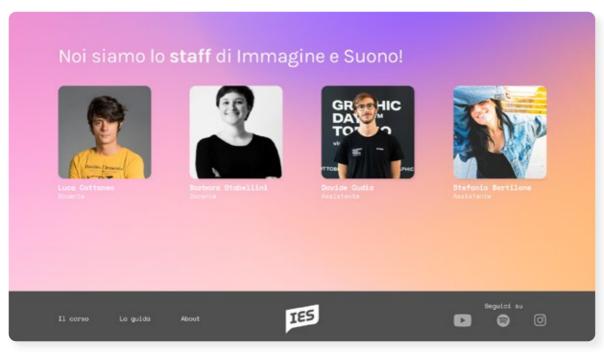




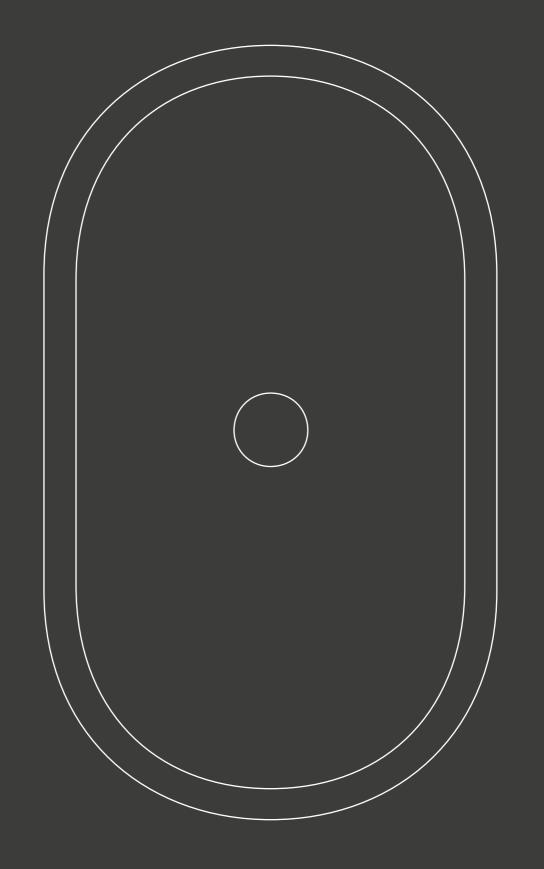


8.12.8 About Le sezioni









9.1 Questionario

Feedback sul corso

Parola agli studenti

Alla fine dell'anno accademico è stato posto un questionario agli studenti per indagare come hanno percepito il corso di Immagine e Suono, ponendo loro domande sull'impostazione e organizzazione di quest'ultimo, ma anche sui supporti utilizzati e l'idea di intendere il corso come una community.

Come sono cambiate le dinamiche durante i lavori di gruppo?



Come è cambiato il tuo rapporto con i docenti durante il lockdown?



Cosa pensi della DAD?

"Non vivo l'università e non condivido la quotidianità con i miei amici."

"In casa mi distraggo facilmente, se alle lezioni in presenza di un corso che ritenevo particolarmente noioso ero "costretto" a restare attento mentre in casa la tentazione di aprire un'altra pagina web o un'app sul cellulare per fare altro è più forte. Inoltre si perde tutto il contatto umano tra i colleghi e tutte quelle routine che in qualche modo permettevano un certo svago, come la pausa caffè al bar o banalmente attraversare chilometri di corridoio per andare in bagno. Un lato positivo c'è: le lezioni registrate. Quando non mi è stato chiaro o mi è sfuggito qualcosa il fatto di poter rivedere la registrazione mi ha aiutato molto."

"Progettare dietro una scrivania, nonostante i tool esistenti, è debilitante per la creatività e il lavoro di gruppo."

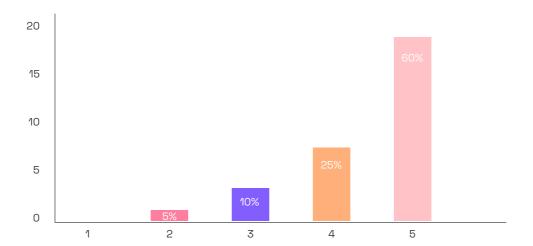
"Manca il rapporto con le persone "reali"."

"Più tempo libero ma alla lunga é stancante"

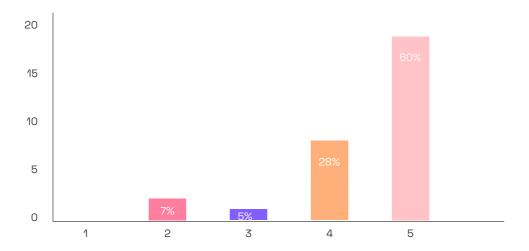
"Mi costringe a passare troppe ore davanti al computer e ne risentono la salute fisica e mentale".

"È comodo, le lezioni sono registrate e se mi perdo qualche pezzo posso riascoltare successivamente".

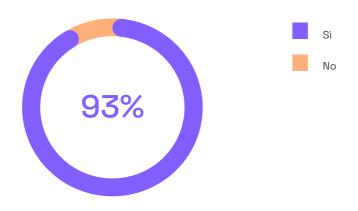
Quanto pensi sia stato utile l'inderimento di momenti di interazione allinterno delle lezioni?



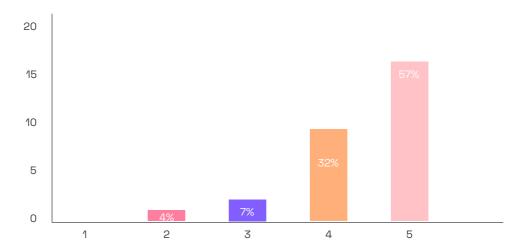
Quanto pensi sia stato utile trattare argomenti inerenti il mondo del lavoro per la tua formazione professionale?



Credi che concepire in corso come una community sia utile a rendere l'ambiente rilassato e stimolante?



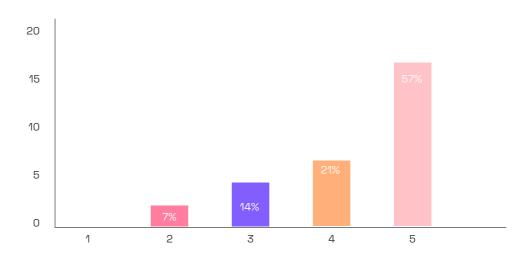
Relativamente all'impostazione ed organizzazione del corso, quanto pensi che la didattica sia stata coinvolgente?



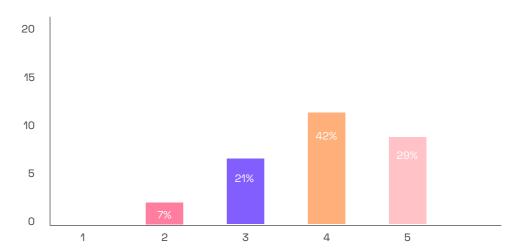
Cosa pensi dell'aver tolto un po' di tempo alla teoria per approfondire altri aspetto che riguardano la professione del designer?



Quanto hai apprezzato la presenza di un cliente / committente in alcune lezioni e la possibilitù di comunicare con lui?



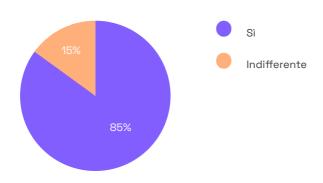
Quanto pensi che l'utilizzo di Miro abbia influito sul tuo coinvolgimento durante le lezioni?



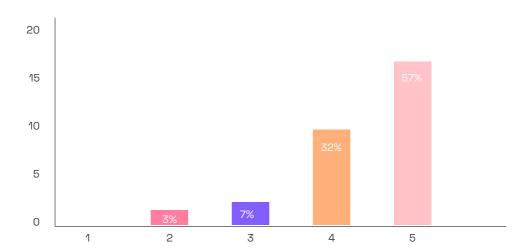
Cosa pensi dell'aver tolto un po' di tempo alla teoria per approfondire altri aspetto che riguardano la professione del designer?



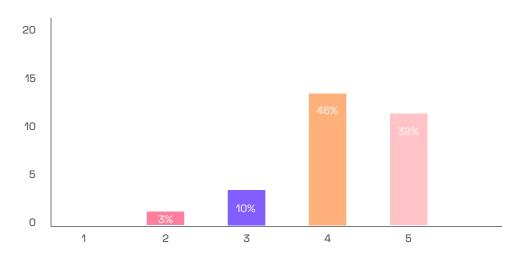
Pensi che la possibilità di poter visionare i lavori degli anni passati ti abbia spronato a rendere il tuo elaborato ancora più valido?

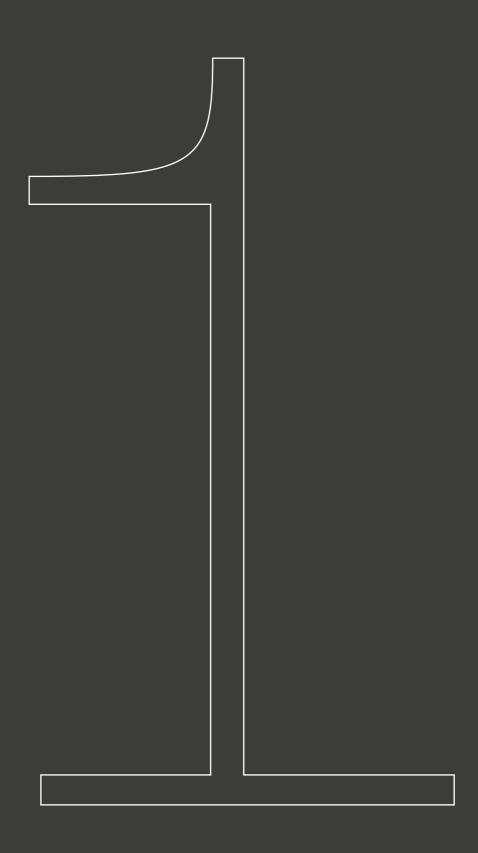


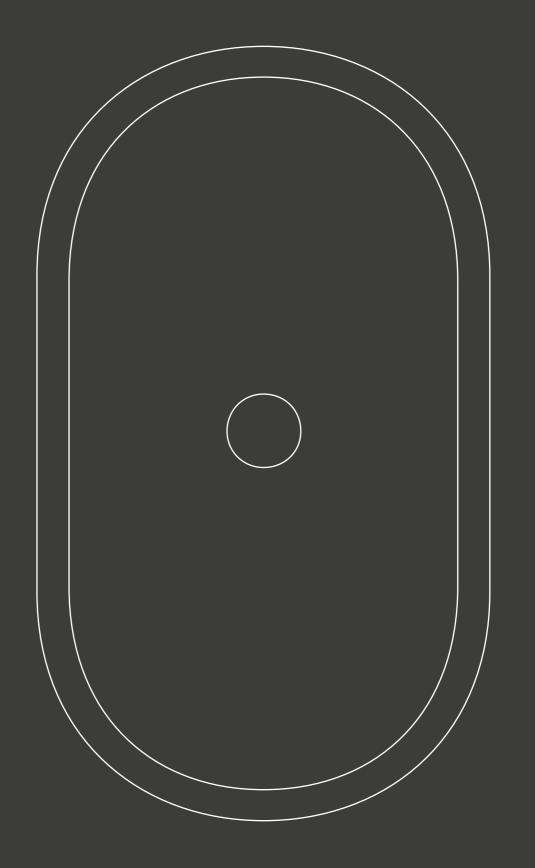
Quanto pensi sia stato utile il server Discord per comunicare con docenti e colleghi?



Quanto pensi sia efficace la struttura di categorie e canali su Discord?







Fonti

10.1 Bibliografia

1. Link. Idee per la televisione (2020). Vol. 26: Dopo l'evento. I media e la pandemia. RTI-Reti Televisive It.

2. Fabio Mario Rizzotti, Santiago Villa (2020). Vol. 00 Pittogramma. Grafiche Veneziane, Venezia.

3. Ollie Johnston, Frank Thomas (1981). The Illusion of Life: Disney Animation. Hyperion

4. Lisa Iotti (2020). 8 secondi. Viaggio nell'era della distrazione. Il Saggiatore, collana "La Cultura".

5. Gianni Sinni (2020). Design in movimento. Il progetto visivo esteso nel tempo. (pp. 81-89).

10.2 Sitografia

https://www.aiga.org/ https://www.wired.it

https://medium.com/ https://www.corriere.it

ttps://www.teknoring.com https://vdnews.tv

https://www.grafigata.com https://espresso.repubblica.it

https://it.xcv.wiki/ https://time.com

https://evolutionofbroadcastgraphics. https://www.nngroup.comwordpress.com

https://www.lifewire.com https://blog.hubspot.com

http://www.notcoming.com https://www.ninjamarketing.it

https://mubi.com https://www.culturedigitali.org

https://invideo.io https://www.start2impact.it

https://www.labstories.it https://www.corporateinnovation.it

https://uxplanet.org https://style.corriere.it

https://www.aarronwalter.com/ https://www.vice.com

https://blog.prototypr.io https://www.ansa.it/

https://didattica.polito.it https://dezeen.com

10.3 Sitografia

https://www.statista.com https://www.youtube.com https://www.discord.com https://www.miro.com https://www.professionecreativo.com https://www.statista.com https://cultadv.com https://www.businessofapps.com https://www.twitchtracker.com https://www.theverge.com https://www.36daysoftype.com https://www.posterheroes.com https://www.circolodeldesign.it/ https://www.figma.com/

https://www.behance.it/

"OTTO SECONDI | Lisa lotti | TEDxReggioEmilia"

https://www.youtube.com/watch?v=rsUxIYQ4LQo&ab_channel=TEDxTalks

"Process of making direct animation/ cameraless animation"

https://www.youtube.com/watch?v=bjDzdS-69w4&ab_channel=mirrorsu

"John Whitney - Father of Motion Graphics"

https://www.behance. net/gallery/91263795/ John-Whitney-Father-of-Motion-Graphics?tracking_ source=search%7Cessay%20 writing

"How to do Animation by Drawing on Film"

https://www.youtube.com/ watch?v=Cn5e2NvvELI&ab_ channel=Animation_Allsorts

"The illusion of life" https://vimeo.com/93206523 "Quadro - The art of computing" https://vimeo.com/151003071

"Meaningful innovation in a World awash with ideas | Roberto Verganti | TEDxPolitecnicodiMilanoU" https://www.youtube.com/ watch?v=WDn3yQKfpqY&ab_ channel=TEDxTalks

Vorrei ringraziare tutti coloro che hanno contribuito affinchè io raggiungessi oggi questo tanto atteso traguardo.

Ringrazio innanzitutto Luca: un amico, ancor prima che docente o relatore. Grazie per avermi seguito durante questo progetto di tesi e per avermi dato l'opportunità di far parte dello staff di IES nel suo ultimo semestre di vita. Immagine e Suono è stato il miglior corso che abbia seguito in questi 3 anni e credo che lo sia soprattutto grazie alla tua instacabile volontà e forza d'animo, come al profondo affetto che provi nei confronti dei tuoi studenti.

Ringrazio la mia famiglia: Maurizio, Selenia, Alessio e Nina per avermi aiutato nei momenti di difficoltà e riso insieme a me in quelli di gioia, per avermi sostenuto negli studi in questi anni e aver sempre creduto in me e nelle mie possibilità.

Ringrazio Tuco, il miglior amico a quattro zampre che avessi mai potuto incontrare durante il mio percorso di vita fin'ora.

Ringrazio la nonna Nina, sempre pronta a farmi mangiare nei periodi in cui lo studio mi teneva sciupato.

Ringrazio i miei fedeli compagni di gruppo, che mi hanno accompagnato dal primo fino all'ultimo momento nel mio percorso universitario.

Grazie Ilaria per il clima dittatoriale che riesci a imporre nei lavori di gruppo: sproni a lavorare come mai a nessuno ho visto fare.

Un grazie a mbare Rocco, alle sue interminabili ricerche con 247 tabs di Google Chrome aperte contemporanemente, fra siti russi e download illegali: quante volte ci hai salvato?

Non posso non ringraziare l'altro mbare, Marco, per le infinite risate che ci siamo fatti tra caffè scroccati al bar e 18 persi malamente. Forza Roma sempre.

Ringrazio Lorenzo, arrivato per ultimo e in lockdown, ma hai colmato un vuoto che nel gruppo non credevamo di avere: professore, la Zecca di Stato ci aspetta.

Ringrazio Miri per accudire il mio cuore e farmi provare sempre cose belle. A noi lega un filo sottile.

Grazie a tutti i miei amici e alla mia famiglia al completo, il vostro supporto in questi anni è stato per me fondamentale.

Infine il mio ultimo grazie va alla persona più importante della mia vita, mia mamma Mariella. Da quasi 10 anni non posso toccarti nè vederti, ma riesco perfettamente a sentirti sulla mia pelle, nel mio cuore. A te dedico questo e tanti altri traguardi che spero di raggiungere durante il mio percorso.

"Un attimo che Solo un attimo E poi qui il mondo cade Tutto il mondo cade Non c'erano le istruzioni per Non averti più Non saperti qui In quale vento tu navigherai Tra il tempo e le sue onde Che suono sentirai Tra il tempo e le sue onde Ora che viaggerai Tra il tempo e le sue ombre Buon viaggio a te Buon viaggio a te che non ritorni a casa Non fai rotta verso casa Dove riposerà quello che sai Tra il tempo e le sue onde Che suono sentirai Tra il tempo e le sue onde Ora che viaggerai Tra il tempo e le sue ombre Che suono sentirai Tra il tempo e le sue onde E se ritornerai Tra il tempo e dalle sue ombre"

Progettazione e sperimentazione di nuove forme di didattica a distanza applicate al corso universitario di Immagine e Suono, risultato di una progettazione collaborativa tra studenti, tutor e docenti. Il progetto ha portato alla realizzazione dell'identità visiva del corso, di format multimediali per la didattica e la divulgazione, fino alla creazione di una community di supporto attiva su vari canali web e digitali.