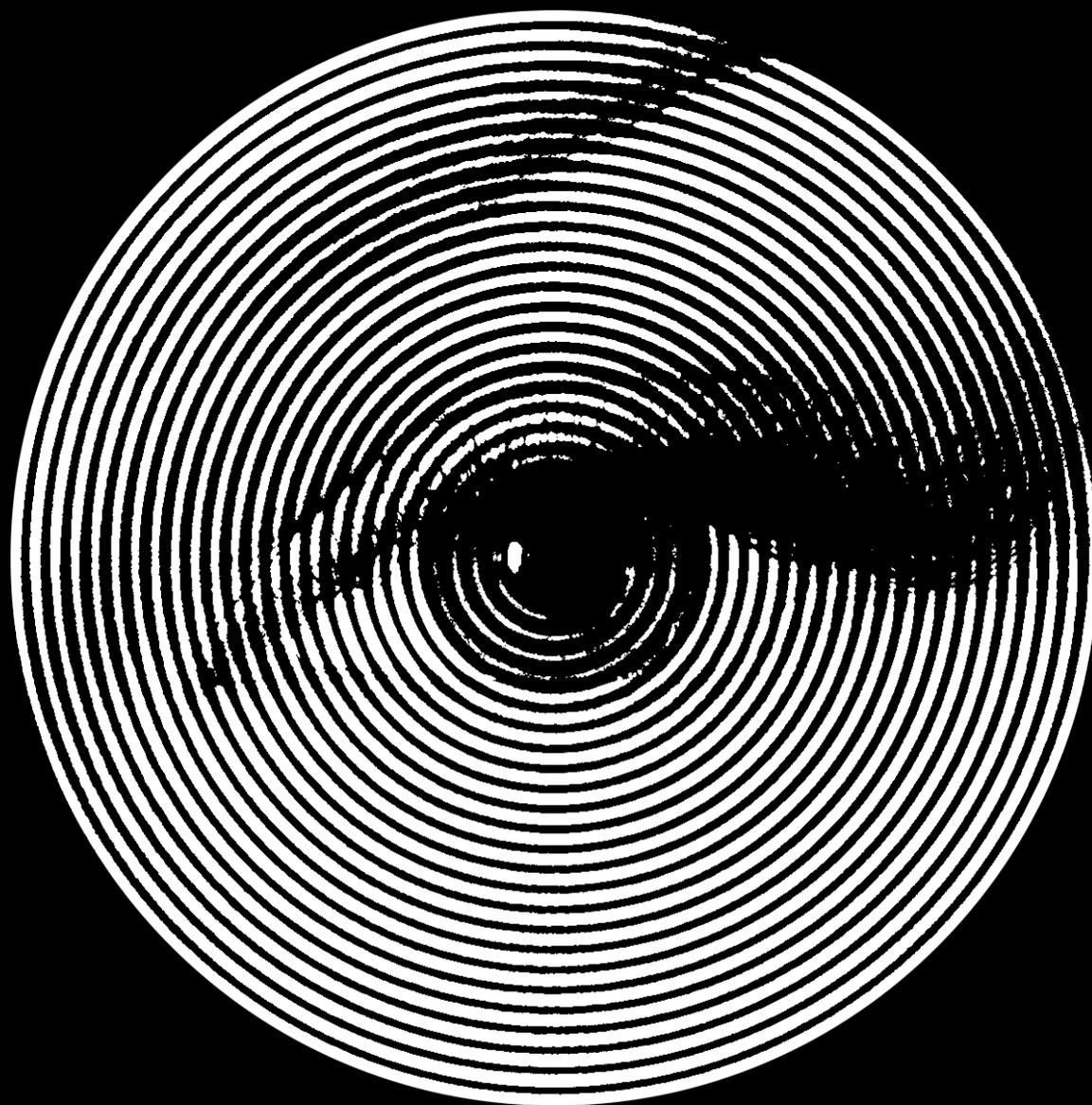


# Musica da vedere

Viaggio visivo tra copertine musicali  
e direzione artistica per una  
cantante emergente



UN PROGETTO DI FRANCESCA IBBA E VALENTINA LELI





**Politecnico  
di Torino**

**CORSO DI LAUREA IN DESIGN E COMUNICAZIONE**

**Anno accademico 2023-2024**

**Musica da vedere:  
viaggio visivo tra  
copertine musicali e  
direzione artistica  
per una cantante  
emergente.**

*Candidate*

*Francesca Ibba, Valentina Leli*

**RELATORE PROFESSOR PAOLO MARCO TAMBORRINI**



# Abstract

Le copertine degli album non sono soltanto immagini: sono icone culturali che influenzano profondamente il modo in cui percepiamo la musica.

Nell'industria musicale contemporanea è cruciale non solo far ascoltare la propria musica, ma anche "farla vedere". Questo è il motivo per cui la relazione tra le arti visive e la musica è così essenziale. Nel corso degli anni, molte copertine di album sono diventate simboli di intere generazioni, movimenti culturali o dei generi stessi. Oggi, in particolare, è di vitale importanza attribuire un valore significativo all'aspetto visivo, poiché gli utenti fruiscono della musica principalmente attraverso piatta-

forme digitali come Spotify e Apple Music, in cui gli unici elementi tangibili sono la traccia e la copertina.

Attraverso lo studio di casi specifici, si mira dunque a comprendere quanto sia determinante la presentazione di un artista per il suo successo nel settore musicale. L'obiettivo del progetto è quindi applicare concretamente le conoscenze acquisite durante la ricerca, sviluppando una proposta progettuale che consiste nella creazione di un'identità visiva e una strategia di comunicazione digitale per una giovane cantante emergente, Francesca Cancellieri, in arte Femme.

# 01. Il mondo del pop/04

*Una definizione non basta/La musica dei giovani/Musica da vedere/Icone pop*

# 02. Musica e comunicazione visiva: un connubio senza tempo/12

*Un viaggio nella storia/Tra artwork e copertine/Artwork: analisi e casi studio/L'arte come fonte d'ispirazione*

# 03. Approcci creativi nella progettazione/38

*Storytelling/Linguaggi/Tecniche*

# 04. Come comunica l'industria musicale/64

*Mappatura degli strumenti/Unconventional Marketing*

# 05. Intervista/76

*Andrea J Di Marco*

# 06. Femme/84

*Chi è Femme/Discografia*

# 07. Fino alle tre/94

*Testo/Analisi del brano/Ispirazioni/Tecniche e linguaggi/Moodboard/Concept/  
Contenuti di riempimento/Backstage*

# 08. Ballo/126

*Testo/Analisi del brano/Ispirazioni/Tecniche e linguaggi/Moodboard/Concept/  
Contenuti di riempimento/Backstage*





# 01

---

## Il mondo del pop

# Una definizione non basta

*La musica pop è un genere complesso che include una varietà di stili e generi, riflettendo le trasformazioni socio-culturali. Poiché è in continua evoluzione, è dunque difficile fornirne una definizione precisa.*

La musica popolare moderna ha le sue radici nel periodo post Seconda Guerra Mondiale, quando emerge la figura del teenager che adotta la pop music come una filosofia di vita. Questo genere musicale si caratterizza per essere “una cultura di massa influenzata da mercato, urbanizzazione, tecnologia, consumismo e una visione progressista della società.” (Santoianni, 2003).

Definire in modo univoco il termine “pop music” è tuttavia complesso, poiché esso racchiude una vasta gamma di generi e stili musicali che si sovrappongono e si ibridano tra loro, esprimendo una combinazione di diversi linguaggi. Questa diversità rende difficile elaborare una definizione precisa della pop music.

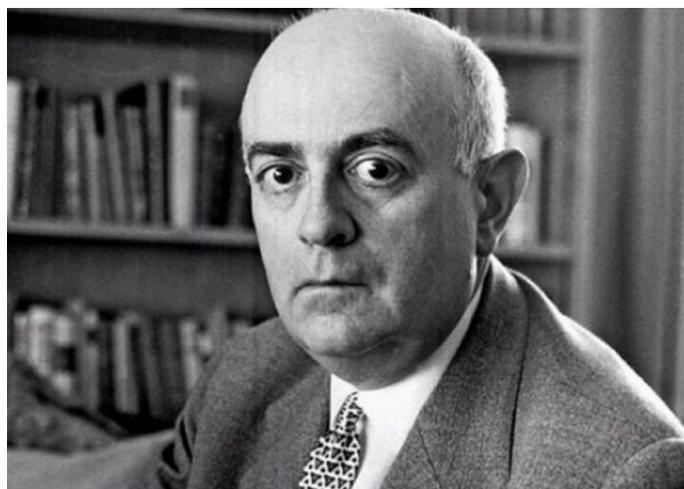
Alcuni autori la descrivono come “musica di consumo,” intendendo con questa espressione una produzione musicale destinata al consumo di massa, con l’obiettivo principale di generare profitto. Theodor W. Adorno, filosofo e sociologo tedesco, adotta questa definizione, criticando aspramente l’avvento della musica pop dei primi anni Sessanta. Secondo Adorno, la musica pop è diventata un prodotto di consumo, perdendo il suo fine artistico. I consumatori stessi vengono trasformati in oggetti dal meccanismo industriale che produce la musica pop, il quale impone un processo di standardizzazione e conformismo che compromette l’armonia tra produzione e consumo.

Altri studiosi preferiscono definire la pop music come “musica dei mass media,” ponendo l’accento sul forte legame tra questo genere musicale e i mezzi di comunicazione di massa, senza implicare giudizi negativi. Una terza definizione comune è quella di “musica dei giovani,” che sottolinea come il pop rifletta i linguaggi e i movimenti tipici delle culture giovanili.

Roy Shuker, esperto di popular music, individua tre principali filoni per definire il genere pop:

1. Natura popolare: musica ampiamente diffusa e facilmente accessibile.
2. Natura di prodotto industriale: musica distribuita e commercializzata attraverso i mass media.
3. Identità di genere: una musica “con una propria teoria e una propria estetica, caratterizzata dalla relativa anonimità dei compositori, dalla diffusione su larga scala e dall’archiviazione su supporti fonografici” (Sibilla, 2003).

Richard Middleton, riflettendo in modo critico su queste definizioni, sostiene che nessuna di queste definizioni possa essere considerata esaustiva. Middleton



(2003) argomenta che la pop music è un fenomeno dinamico, che non può essere inquadrato in maniera statica, ma deve essere compreso come un “terreno di trasformazioni” all’interno del campo musicale, sempre soggetto a cambiamenti e ad evoluzioni. Questo contesto in continuo mutamento rende difficile fornire una definizione univoca della pop music, poiché il panorama tecnologico, i materiali utilizzati, le tensioni tra i gusti del pubblico, le esigenze dell’industria musicale e il controllo autoriale sono in costante evoluzione.

# La musica dei giovani

*Il pop non è solo musica, ma a partire dagli anni Cinquanta diventa anche un potente veicolo di espressione per i giovani che, attraverso di esso, si identificano e si distaccano dalle convenzioni sociali.*



Negli anni Cinquanta, il boom economico negli Stati Uniti e l'aumento del potere d'acquisto tra i giovani segnano l'emergere del mito del teenager, una generazione che abbraccia filosofie di vita ribelli e trova nella musica pop un'importante forma di identificazione. Questo periodo segna un cambiamento significativo nella cultura giovanile, con i teenager che iniziano ad emergere come una forza culturale e sociale autonoma. Come osserva James Lull (1976), "la popular music si adatta bene alla vita quotidiana degli adolescenti, poiché i contenuti dei suoi testi e l'atmosfera creata dai suoni riflettono molte delle loro preoccupazioni." La musica pop non si limita ad accompagnare le esperienze quotidiane dei giovani, ma assume anche il ruolo di un potente strumento per l'espressione della ribellione contro le autorità e per la costruzione di relazioni sociali e affettive. Attraverso le canzoni, i giovani trovano una via per comunicare il loro malcontento, contestare le norme imposte e creare legami che vanno oltre il semplice intrattenimento, diventando parte di un'esperienza condivisa e di una comune identità generazionale.

Questo fenomeno musicale non solo influenza i gusti personali, ma contribuisce a definire mode, costumi e

nuove abitudini, generando impatti profondi sia a livello economico che sociale. Da un lato, i giovani cercano di affermare una propria identità, spesso in contrasto con il sistema dominante, e dall'altro, attraverso questa ricerca, alimentano la nascita di sottoculture musicali. Questi movimenti diventano simbolo di differenziazione e ribellione e come osserva Sibilla (2003): "La musica diventa un simbolo che esprime valori di classi subalterne che, attraverso di essa, si distinguono dal resto della società: skinhead, punk, mods, ecc. La musica si fa espressione simbolica di alienazione e devianza attraverso l'individuazione di uno stile di vita differente da quello dominante. La sottocultura si afferma come lo stile di un gruppo, che attraverso di essa si distingue dalla cultura egemone."



In questo contesto, le nuove generazioni, molto sensibili ai linguaggi della musica pop, vengono profondamente influenzate dai mass media. Questi ultimi non si limitano a trasmettere la musica, ma amplificano i suoi messaggi, plasmando i gusti e i comportamenti degli adolescenti, che sono particolarmente vulnerabili all'impatto della comunicazione di massa.

Di conseguenza, la musica pop diventa non solo una colonna sonora della loro vita quotidiana, ma anche uno strumento di conformità o di rottura rispetto ai modelli sociali prevalenti.

**“Video  
killed the  
radio star,  
pictures  
came and  
broke your  
heart”**

**- Video Killed The Radio Star, 1981**

# Musica da vedere

*La diffusione della musica pop è legata ai media di massa, in particolare a MTV, che ha rivoluzionato la promozione musicale tramite l'introduzione dei videoclip, rendendo visiva l'esperienza musicale e influenzando così il successo degli artisti.*



LOGO MTV MUSIC



COPERTINA "VIDEO KILLED THE RADIO STAR" (1981)

La vasta diffusione della musica pop è strettamente legata al suo rapporto con i mezzi di comunicazione di massa. La pop music sfrutta ogni media disponibile per raggiungere il suo pubblico, adottando forme comunicative diverse. L'evoluzione tecnologica ha permesso di passare dalla riproduzione musicale esclusivamente "audio" ad un consumo mediale "audio-video", evolvendo dai contenitori dei 78 giri fino ai moderni videoclip.

La nascita di MTV nel 1981 ha segnato una svolta fondamentale nella fruizione della musica, introducendo una nuova dimensione visiva all'ascolto e rivoluzionando il panorama dell'industria musicale. Con la sua capacità di trasmettere videoclip musicali, MTV ha reso

possibile "vedere" la musica, andando oltre la semplice esperienza audio ed influenzando profondamente la percezione degli artisti stessi.

Il primo video trasmesso da MTV è stato "Video Killed The Radio Star" dei The Buggles, un brano che esplora il rapporto tra le nuove tecnologie e la musica. Diretto da Russell Mulcahy, il video non soltanto introduce elementi narrativi innovativi per i videoclip dell'epoca, ma segnala anche la crescente importanza del formato visivo nella promozione musicale. Sebbene il brano avesse già ottenuto un buon successo nel Regno Unito, la sua rotazione su MTV nel 1981 lo catapulta ai vertici delle classifiche statunitensi, dimostrando l'efficacia della piattaforma nel promuovere e vendere dischi.

# Icone pop

*Attraverso il loro prestigio e il loro impegno, le icone pop non soltanto influenzano opinioni e comportamenti, ma diventano anche veicoli di cambiamenti sociali e culturali, utilizzando la musica come potente strumento di comunicazione e mobilitazione.*

La musica gioca un ruolo fondamentale nella costruzione e nel consolidamento di contenuti simbolici. Le pop-star, in qualità di testimonial, utilizzano il loro prestigio e il contenuto delle proprie canzoni per promuovere prodotti di consumo, agendo così come veicoli di comunicazione sociale, istituzionale e politica. Negli Stati Uniti, per esempio, molti artisti partecipano attivamente alle campagne presidenziali, utilizzando la loro visibilità per influenzare l'opinione pubblica. Inoltre, i cantanti vengono frequentemente impiegati nelle pubblicità, amplificando la loro capacità di promuovere prodotti e valori. Artisti come Sting si sono distinti per il loro impegno sociale, contribuendo alla causa ambientale, mentre gli U2 hanno sostenuto iniziative per la cancellazione del debito pubblico dei paesi in via di sviluppo. Queste attività non soltanto stimolano reazioni pop, ma sottolineano come la musica sia un fattore culturale cruciale per la socializzazione, la riconoscenza e la costruzione dell'identità sia individuale che collettiva.

Le icone pop, come affermato da Richard Middleton, rappresentano il "centro della sfera dell'identificazione"; i giovani si identificano nelle pop-star, che at-

traverso il loro ruolo sociale, la loro reputazione e la loro fama possono così sollecitare reazioni e indurre comportamenti specifici. Come indicato da Thompson, gli artisti possono influenzare i propri fan, spingendoli a sostenere determinate cause o a partecipare a movimenti collettivi. Questo fenomeno è essenzialmente una forma di seduzione di massa,

un potere strettamente legato al ruolo dei media, i quali amplificano la diffusione delle produzioni artistiche e culturali, incrementando la capacità di persuasione degli artisti. Attraverso i media, è possibile suscitare reazioni su larga scala e raggiungere pubblici diversificati. I concerti, ad esempio, fungono da riti collettivi a carattere internazionale, come dimostrano eventi come il Live Aid del 1985, promosso da Bob Geldof per la salvaguardia ambientale, e il Live Heart del 2007, a favore delle popolazioni colpite da calamità naturali. In Italia, artisti come Ligabue e Jovanotti hanno contribuito a sensibilizzare il pubblico attraverso la loro musica.



*Miley Cyrus, videoclip "Midnight Sky" (2020)*

Ligabue ha sostenuto la salvaguardia delle aree protette con la canzone "Eppure soffia", mentre Jovanotti ha utilizzato "Salvami" come appello contro la guerra.



TAYLOR SWIFT, ERAS TOUR (2024)

**Oz**

---

**Musica e  
comunicazione  
visiva: un connubio  
senza tempo**



# Viaggio nella storia

*La copertina di un album non è soltanto un elemento decorativo, ma deve anche incarnare Zeitgeist, ovvero lo spirito dell'epoca in cui è stata creata.*

*Diventa così un'icona visiva che comunica il contesto culturale e sociale in cui l'opera è nata.*

Nei primi anni del 1900, la cultura vede la nascita di movimenti innovativi che sfidano le tradizioni. Il Fauvismo e il Cubismo in pittura rompono con il realismo, mentre musica e teatro si trasformano sotto l'influenza delle avanguardie, sperimentando nuove forme e linguaggi espressivi, preludio della modernità.

Avanguardie come il Futurismo in Italia, il Cubismo in Francia e il Vorticismismo in Gran Bretagna rivoluzionano l'arte, riflettendo la velocità, la tecnologia e le trasformazioni sociali del tempo. Il cinema inizia ad emergere come una nuova forma d'arte e potente strumento di comunicazione di massa.

## 1900

*La Belle Époque*

Le copertine praticamente non esistono, dato che i dischi stessi rappresentano una novità in un'epoca in cui la musica dal vivo è l'attività predominante. I pochi dischi disponibili vengono solitamente venduti in semplici buste di carta o cartoncino, prive di decorazioni e progettate unicamente per proteggere il supporto fisico.



Claude Debussy al pianoforte nella sua casa (1893)

## Le avanguardie

## 1910

I dischi a 78 giri si diffondono nel mercato musicale, ma vengono distribuiti in semplici buste di carta acida che promuovono principalmente le case discografiche o i propri prodotti, senza packaging o illustrazioni distintive: l'aspetto visivo non contribuisce ancora all'identità del prodotto stesso.



Custodie ed etichette dei dischi 78 giri



La musica jazz



La bellezza negli anni '20



Ritratto (1925)



"Guernica" di Picasso (1937)



"Guernica" di Picasso (1937)

I ruggenti anni Venti portano con sé una straordinaria effervescenza culturale, un'ondata di libertà espressiva e la rottura rispetto alle tradizioni passate.

Il jazz emerge come simbolo sonoro dell'epoca, mentre l'arte sperimenta un'esplosione di creatività attraverso movimenti come il Surrealismo e l'Art Déco.

La Grande Depressione influenza profondamente l'arte e la letteratura, spingendo gli artisti a confrontarsi con temi di crisi e disuguaglianze sociali. Movimenti come il Surrealismo e l'Espressionismo continuano ad evolversi, mentre la radio e il cinema parlato si diffondono sempre di più.

## 1920

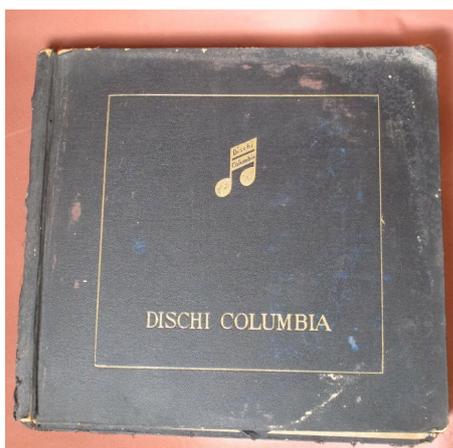
### *The Roaring Twenties*

### *Gli anni della Grande Depressione*

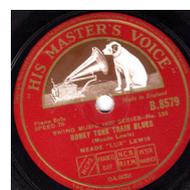
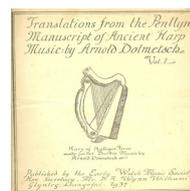
## 1930

Il cambiamento nella presentazione dei dischi porta all'introduzione dei primi "album", in cui le custodie vengono rilegate in volumi di carta o cartoncino marrone. Questi album mostrano solo il nome dell'artista, il titolo dell'album e la casa discografica.

Le custodie in cartoncino iniziano a mostrare illustrazioni e grafiche più elaborate rispetto al decennio precedente, spesso ispirate all'Art Déco. Tuttavia, l'attenzione principale è ancora sul nome dell'artista e sul titolo dell'album, con immagini che riflettono il contenuto musicale o promuovono l'etichetta discografica.



Copertina dell'album "Dischi Columbia"



Custodie ed etichette dei dischi



Copertine dei dischi realizzate da Steinweiss

Gli anni Quaranta sono segnati da un tumulto culturale dovuto alla Seconda Guerra Mondiale. L'arte e la letteratura riflettono temi di resistenza e speranza. Il cinema diventa sia una forma di evasione che di propaganda, mentre il jazz, il blues e la musica popolare dei crooner definiscono il panorama musicale dell'epoca.

## 1940

*Gli anni della guerra*

Alex Steinweiss introduce l'idea di rivestire i dischi con copertine illustrate, segnando l'inizio di una nuova era nella presentazione dei prodotti musicali. Questa innovazione permette di trasmettere vividamente il tono, il genere e il messaggio dell'album, offrendo al pubblico un'esperienza sensoriale più ricca e coinvolgente.



Frank Sinatra (1947)



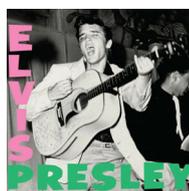
L'icona Marilyn Monroe

Gli anni Cinquanta rappresentano un'epoca di grande conformismo e prosperità economica e sono caratterizzati dall'ascesa di icone come Elvis Presley e Marilyn Monroe; il cinema idealizza la vita americana ed il consumismo. L'Espressionismo emerge come un movimento artistico, innovativo per il suo uso del colore e della forma.

### *The Fabulous Fifties*

## 1950

Le copertine diventano molto variegata e spaziano tra diverse tecniche artistiche come la tipografia, la fotografia sperimentale e l'illustrazione evocativa. Catturano perfettamente la molteplicità dei generi musicali dell'epoca e riflettono l'innovazione sonora che caratterizza quel periodo.

"Come fly with me"  
di Frank Sinatra (1958)"Round about midnight"  
di Miles Davis (1957)"Rock 'n' Roll"  
di Elvis Presley (1956)"Snake Time Series"  
di Moondog (1955)



"Psychedelic Sounds" di  
The 13th Floor Elevators  
(1966)



"The Velvet Underground"  
di The Velvet Underground  
& Nico (1967)



"Magic Bus"  
di The Who (1968)



"Ad Gloriam"  
di Le Orme (1968)

L'arte e la musica riflettono l'affermazione dei giovani come gruppo sociale indipendente, desideroso di creare una società più equa, anti-autoritaria e democratica. Questo fervore culturale si accompagna alla diffusione dell'LSD e di altre sostanze allucinogene. Emerge la pop art come espressione iconica del periodo.

# 1960

*Decennio della controcultura*



Il movimento punk

Nascono generi musicali innovativi come punk, disco e rock progressivo, e importanti movimenti sociali e politici tra cui il femminismo e le controculture giovanili. La moda si distingue per stili audaci e variegati, mentre la televisione e i media assumono un ruolo centrale nella cultura popolare.

Nascono le "cover art", frutto della collaborazione tra artisti e case discografiche. Le copertine psichedeliche e concettuali, caratterizzate da immagini surreali e colori vivaci, riflettono il rock psichedelico e il pop. La psichedelia ispira copertine esplosive e cromatiche, con lettering distorto ma riconoscibile.



Occupazione universitaria in Italia nel 1968

*The Swinging Seventies*

# 1970

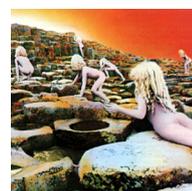
La diversificazione dei generi musicali si riflette in una crescente varietà grafica nelle copertine degli album. Fotografia e grafica diventano strumenti di comunicazione immediata, accessibili a tutti e capaci di raggiungere un pubblico globale.



"The dark side of the  
moon" dei Pink Floyd (1973)



"The Academy in Peril" di  
John Cale (1972)



"Houses of the Holy"  
di Led Zeppelin (1973)



"Aladdin Sane"  
di David Bowie (1973)



"Island Life"  
di Grace Jones (1985)



"Slave to the Rhythm"  
di Grace Jones (1985)



"Computer World"  
di Kraftwerk (1981)



"Master of Puppets"  
dei Metallica (1986)

Viene introdotto il compact disc in sostituzione del vinile e nasce MTV, canale televisivo dedicato alla trasmissione di videoclip musicali. Sono anni caratterizzati da una ricerca di superficialità e da una percezione di bellezza ideale e utopica. Questo decennio riflette una società orientata verso l'artificio esistenziale e percettivo.

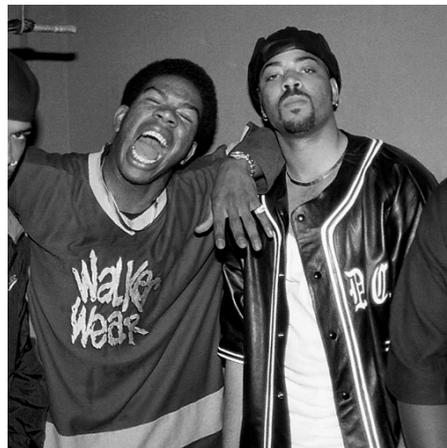
# 1980

*Anni dell'eccesso*

Viene sfruttata la fotografia per plasmarla e amplificare l'immagine degli artisti, ricorrendo a immagini manipolate e non naturali. Vengono create illusioni ottiche e collage, mirati a raggiungere una bellezza ideale e utopica.



Logo di MTV nel 1981



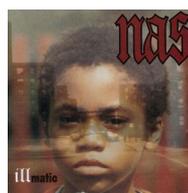
Le icone hip-hop Craig Mack e The D.O.C.

Si diffonde il CD in sostituzione al vinile. Gli anni Novanta sono ricordati per la loro unicità, non dominati da un solo genere, ma caratterizzati da un mix di culture e movimenti che hanno offerto ampio spazio per l'espressione individuale. L'era dei mixtape illegali rappresenta una forma di protesta a favore della libertà artistica.

*Era digitale*

# 1990

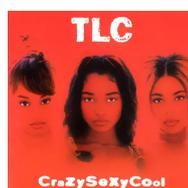
Con l'avvento di Photoshop, le copertine degli album diventano estremamente creative e innovative, cambiando formato (dal vinile al CD). I confini tra fotografia, illustrazione e ritocco si fanno sempre più sfumati. Le copertine sono progettate per catturare l'attenzione, riflettendo gli eventi quotidiani e le tendenze del momento.



"Illmatic"  
di Nas (1994)



Copertina del mixtape illegale "Kiss my pinky ring"



"CrazySexyCool"  
delle TLC (1994)



"Nevermind"  
dei Nirvana (1991)



"Hail to the Thief"  
di Radiohead (2003)



"Discovery"  
dei Daft Punk (2001)



"Merriweather Post  
Pavilion" degli Animal  
Collective (2009)



"Frances the Mute"  
di Mars Volta (2005)

La rapida evoluzione tecnologica, inclusa la sostituzione del CD con l'MP3, trasforma la cultura globale. Internet, i social media e la tecnologia mobile cambiano il modo di comunicare e consumare contenuti, dando vita a nuove forme artistiche e musicali. Il decennio vede anche il boom della cultura pop e del consumismo.

## 2000

*Il nuovo millennio*



Protesta contro la brutalità della polizia a Washington (2014)

I social media ridefiniscono la comunicazione e la diffusione culturale, mentre le piattaforme di streaming rivoluzionano il consumo di musica e intrattenimento. Movimenti sociali come "Black Lives Matter" portano i temi della giustizia e dei diritti civili al centro del dibattito pubblico, influenzando arte, moda e cultura pop.

Le copertine sono progettate con un occhio particolare per le miniature accattivanti, tenendo conto del fatto che vengono visualizzate in dimensioni ridotte su lettori MP3.

Questo porta a un design più audace e riconoscibile, con colori vivaci, grafiche pulite e fotografie nitide che risaltano anche in piccolo formato.



L'icona pop Britney Spears

*Anni dei social media*

## 2010

Gli album devono distinguersi visivamente in un panorama musicale sempre più affollato, con un aumento significativo della produzione e diffusione attraverso i mass media. Per emergere, le copertine spesso adottano stili accattivanti e innovativi oppure grafiche estremamente minimali.



"Dirty Computer"  
di Janelle Monáe (2018)



"Flower Boy" di Tyler the  
Creator (2017)



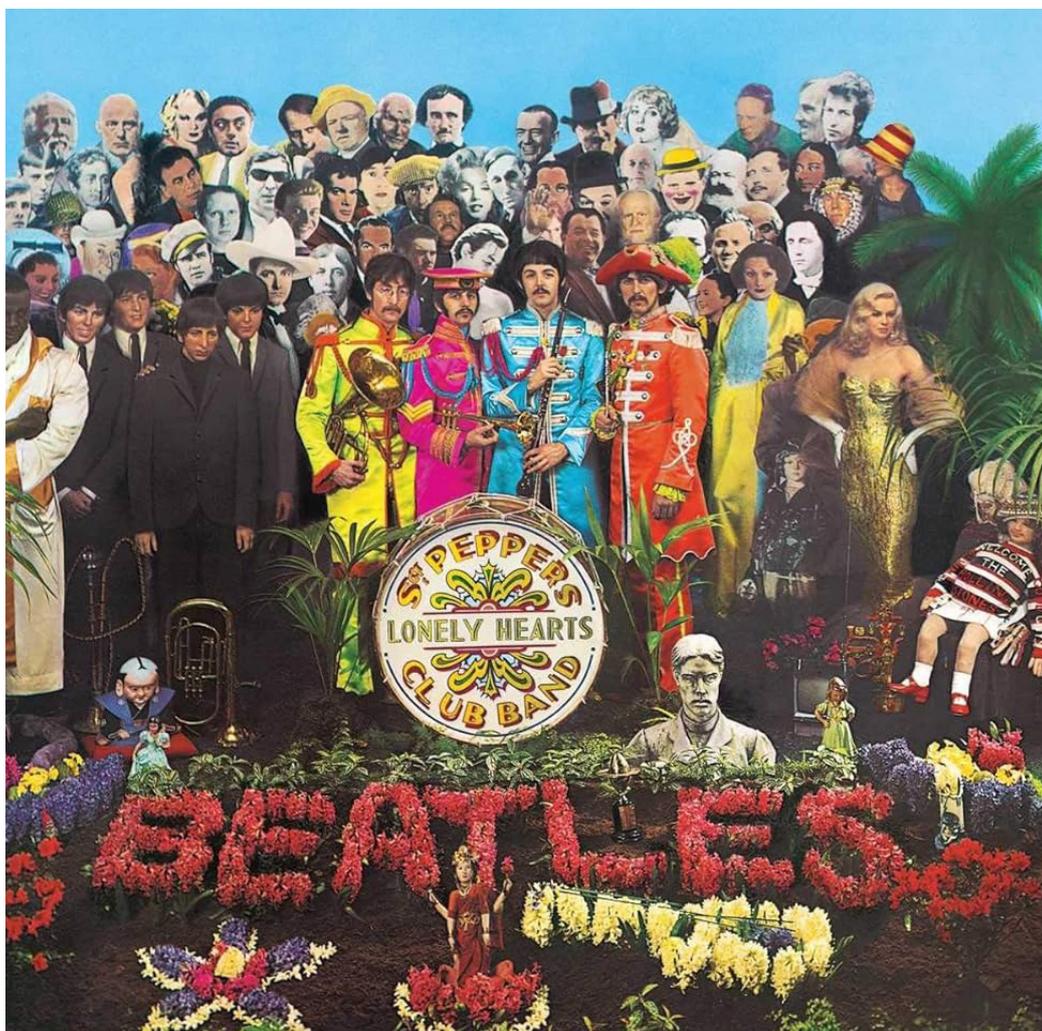
"Yeezus"  
di Ye (2013)



"Igor"  
Tyler the Creator (2019)

# Tra artwork e copertine

*In ambito musicale, "cover art" e "artwork" sono spesso usati come sinonimi, ma l'artwork si distingue per il suo valore artistico, risultante dalla collaborazione tra designer e artista per creare una copertina ricca di significati simbolici. Questo concetto si estende spesso anche ad altri elementi visivi legati all'album, come concerti e merchandising.*



In ambito musicale, i termini “cover art” e “artwork” vengono frequentemente utilizzati come sinonimi, specialmente nella lingua inglese, per riferirsi all’immagine che rappresenta visivamente un album o un singolo. Tuttavia, è essenziale distinguere i due concetti per una comprensione più approfondita.

Il termine “artwork” indica letteralmente “un’ opera d’arte” e si riferisce a tutto ciò che va oltre la semplice impaginazione grafica. Questo concetto implica una copertina progettata attraverso una collaborazione sinergica tra il designer e l’artista, con l’obiettivo di infondere significati simbolici e un forte impatto comunicativo nell’opera finale.

La “cover art”, ovvero l’arte delle copertine, emerge storicamente alla fine degli anni ’50, con un esempio emblematico rappresentato dalla copertina dell’album

“Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band” dei Beatles, affidata all’artista di Pop Art Peter Blake. Per la prima volta, un elemento solitamente considerato ordinario, come un booklet, viene elevato a opera d’arte.

Da quel momento, la realizzazione della copertina di un disco diventa un’opportunità per artisti e fotografi di esprimere la propria visione creativa, arricchendo in modo significativo l’identità visiva e culturale delle opere musicali.

L’artista coinvolto in una collaborazione con il musicista può operare in vari ambiti artistici, tra cui fotografia, pittura, illustrazione e arte digitale, creando un ponte tra le arti visive e la musica.

Pertanto, una copertina concepita attraverso questa collaborazione può essere considerata a tutti gli effetti un vero e proprio “artwork”.

## CASI STUDIO

1. “Certified Lover Boy” di Drake (2021), realizzata da Damien Hirst.
2. “Nei letti degli altri” di Mahmood (2024), realizzata da Frederik Heyman.
3. “Dangerous” di Michael Jackson (1991), realizzata da Mark Ryden, pittore pop-surrealista.
4. “Sticky fingers” dei Rolling Stones (1971), realizzata da Andy Warhol.
5. “DS4EVER” di Gunna (2022), realizzata dall’artista Daniel Arsham.
6. “My Beautiful Dark Twisted Fantasy” di Kanye West (2010), realizzata da George Condo.
7. “La Divina Commedia” di Tieda (2023), scattata da David LaChapelle.
8. “Montenero” di Lil Nas X (2021), realizzata dall’artista multimediale Pilar Zeta.
9. “Velvet Underground & Nico” dei Nico e The Velvet Underground (1967), realizzata da Andy Warhol.
10. “Michael” di Michael Jackson (2010), realizzata da Kadir Nelson.
11. “See the Light” dei The Hours (2009), realizzata da Damien Hirst.
12. “Astroworld” di Travis Scott, (2018), realizzata da David LaChapelle.
13. “El mal querer” de La Rosalia (2018), realizzata da Filip Custic.
14. “Without You” di David Bowie (1983), realizzata da Keith Haring.
15. “Just Push Play” degli Aerosmith (1978), realizzata da Hajime Sorayama.
16. “Artpop” di Lady Gaga (2013), realizzata da Jeff Koons.
17. “Celebration” di Madonna (2009), realizzata dallo street artist Mr. Brainwash.
18. “Lauro - Achille Idol Superstar” di Achille Lauro (2021), realizzata dai Miaz Brothers.

1



2



3



5



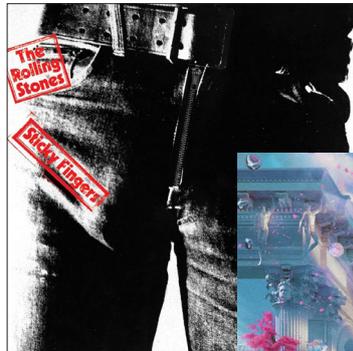
6



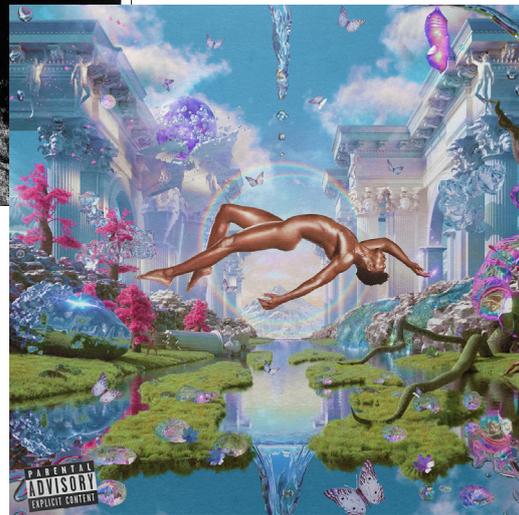
7



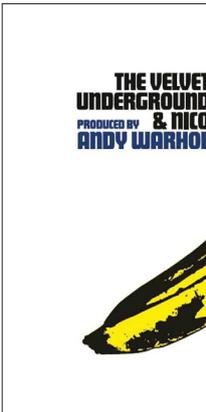
4



8

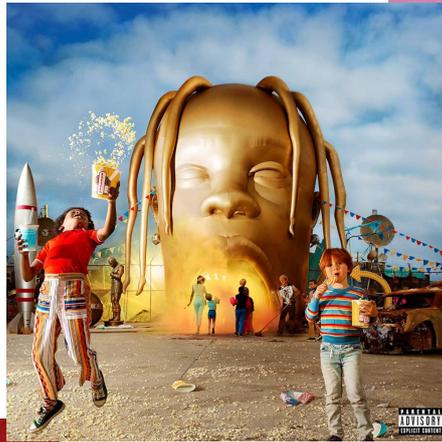


9





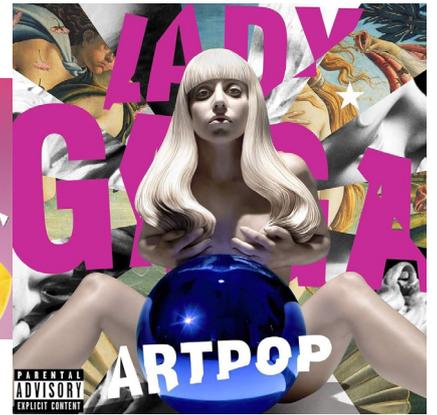
11



12



15



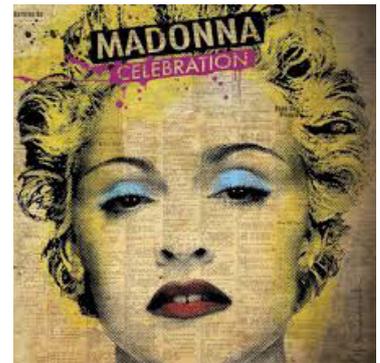
16



13



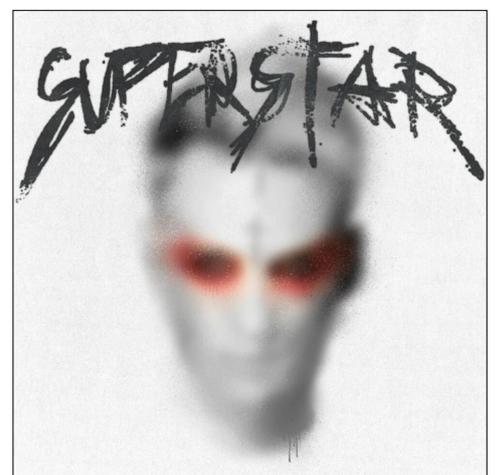
14



17



10



18

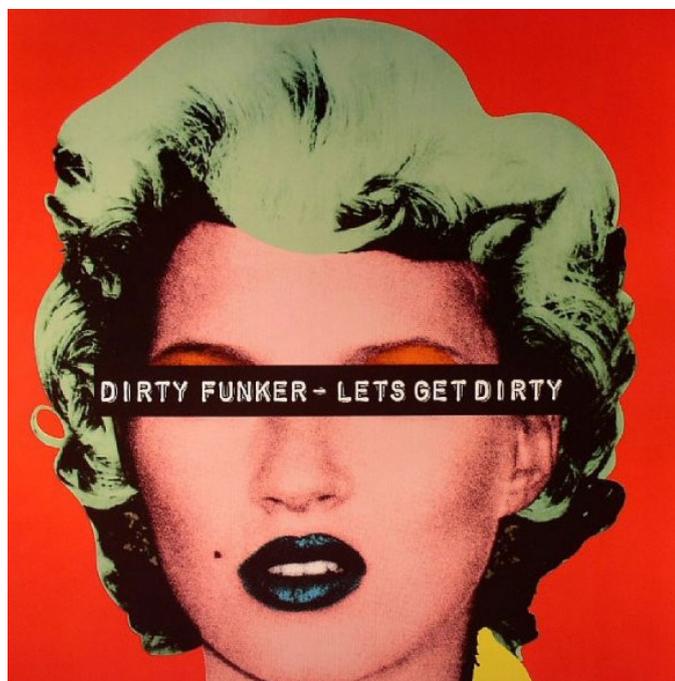
# Artwork emblematici

*La relazione tra gli artisti e le copertine musicali evidenzia come l'arte visiva possa essere utilizzata per estendere il significato della musica, rendendola un'esperienza multisensoriale e multidimensionale. Ne sono un caso emblematico Banksy e Murakami.*



**"THINK TANK" DEI BLUR (2003), REALIZZATA DA BANSKY**

## BANSKY



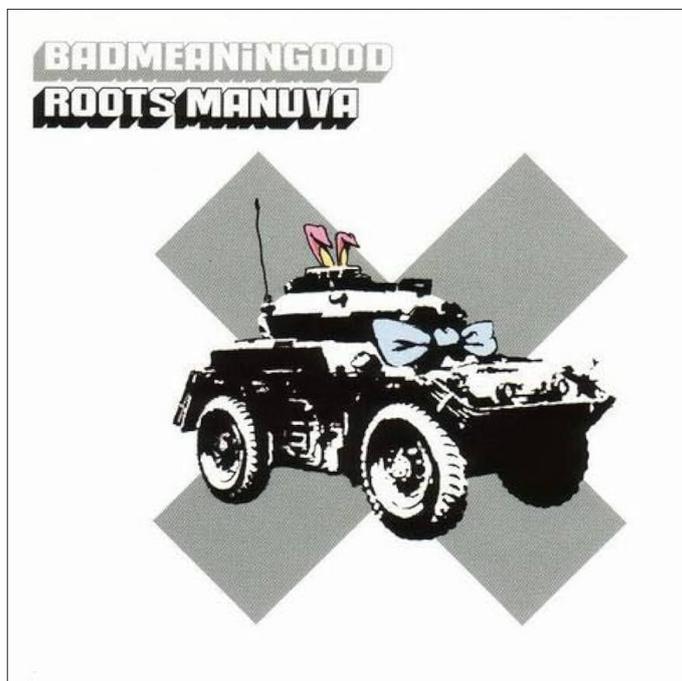
"Let's Get Dirty" dei Dirty Funker (2006)



"Future" dei Dirty Funker (2003)



"Badmeaningood Vol. 1" dei Roots Manuva (2002)



"Badmeaningood Vol. 2" dei Skitz (2002)

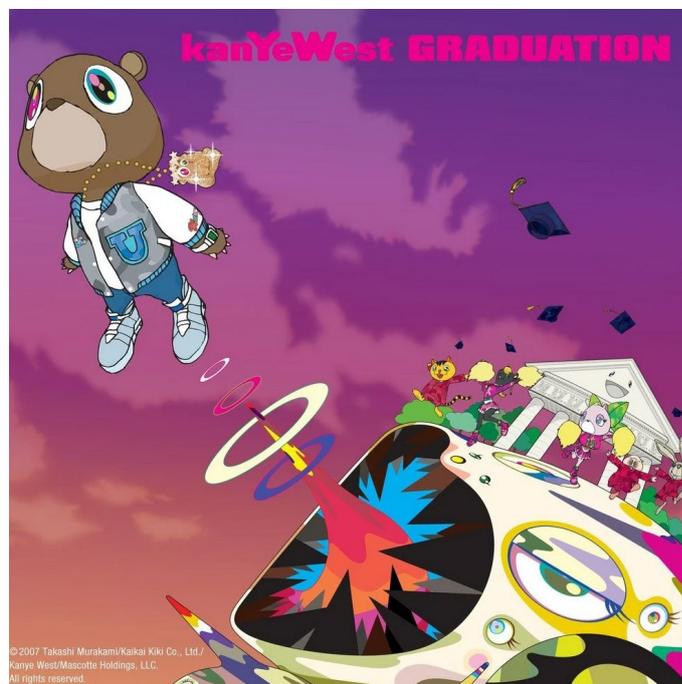
Banksy ha utilizzato la sua arte per creare copertine di album che non soltanto rappresentano visivamente la musica, ma amplificano anche i messaggi e i temi degli artisti con cui ha collaborato. Le sue opere per le copertine, come nel caso delle collaborazioni con i Dirty Funker e i Blur, diventano parte integrante dell'identità

dell'album, trasformando il packaging musicale in un mezzo per veicolare contenuti socio politici complessi. Queste copertine non soltanto accompagnano la musica, ma contribuiscono a costruire una narrazione visiva che dialoga con i testi e i temi musicali, rendendo l'album un'opera d'arte totale.

## MURAKAMI



**"COLORES" DI J BALVIN (2020)**



**"GRADUATION" DI KANYE WEST (2007)**

Takashi Murakami, rinomato artista giapponese, trae ispirazione dalle tematiche e iconografie tradizionali del Giappone ed è particolarmente noto per i suoi personaggi iconici, come fiori sorridenti, orsetti e leoni, che richiamano l'estetica dei cartoni animati. Attraverso numerose collaborazioni con brand internazionali, Murakami ha contribuito a diffondere l'arte giapponese e lo stile orientale su scala globale.

Il suo stile distintivo, noto come Superflat, è un movimento dell'arte postmoderna che unisce l'Ukiyo-e, l'arte bidimensionale giapponese tradizionale, con l'estetica kawaii tipica di anime e manga. Caratterizzato da immagini appiattite, prive di prospettiva, con contorni netti e colori vivaci, il Superflat affronta tematiche profonde come l'emarginazione delle subculture giapponesi, andando oltre il mero valore estetico. Murakami ha collaborato con diversi artisti musicali,

tra cui J Balvin e Kanye West. Per J Balvin, ha realizzato l'artwork dell'album "Colores" (2020), integrando i suoi caratteristici disegni floreali in un'esplosione di colori che riflette perfettamente il tema dell'album. L'artista ha creato un letto di fiori 3D in tonalità vivaci di rosa, blu e giallo per la copertina, e ha progettato un visual floreale dinamico per l'introduzione del video musicale "Amarillo", singolo appartenente all'album "Colores".

Per Kanye West, Murakami ha curato l'artwork di "Graduation" (2007), creando un personaggio ispirato al Dropout Bear, un orsacchiotto che rappresenta la versione cartoon di West stesso. Queste collaborazioni evidenziano la capacità di Murakami di fondere la sua visione artistica con l'identità visiva di artisti musicali contemporanei, ampliando ulteriormente l'impatto della sua opera a livello globale.

**“[Colors] are one of the first things we learn as children, As I was returning to my roots on this album, it felt right to go back to the beginning to one of the first things I learned about and loved: all the colors in the world.”**

**-J Balvin**

Murakami ha anche collaborato con Billie Eilish per il lancio del singolo "You Should See Me in a Crown" nel 2019, curando la realizzazione del relativo videoclip. Quest'ultimo, che trascende la funzione di semplice supporto visivo, si presenta come un vero e proprio cortometraggio animato, in cui un alter ego di Billie Eilish si trasforma in un gigantesco ragno mutante, immerso nell'universo manga tipico dell'arte di Murakami. Billie Eilish ha espresso profonda ammirazione per l'artista, affermando: "Murakami è un incredibile visio-

nario. Collaborare con lui è stato un onore". In occasione del lancio del video, è stata inoltre presentata una linea di merchandising in edizione limitata, comprendente un toy in vinile con le sembianze della cantante. Questa collezione rappresenta al meglio la sinergia creativa tra l'arte di Murakami e la musica di Billie Eilish, combinando elementi di musica, arte e moda in una proposta estetica che incarna la visione innovativa di entrambi gli artisti.



GARAGE



ガラクタの心は愛

BILLIE EILISH BY TAKASHI MURAKAMI





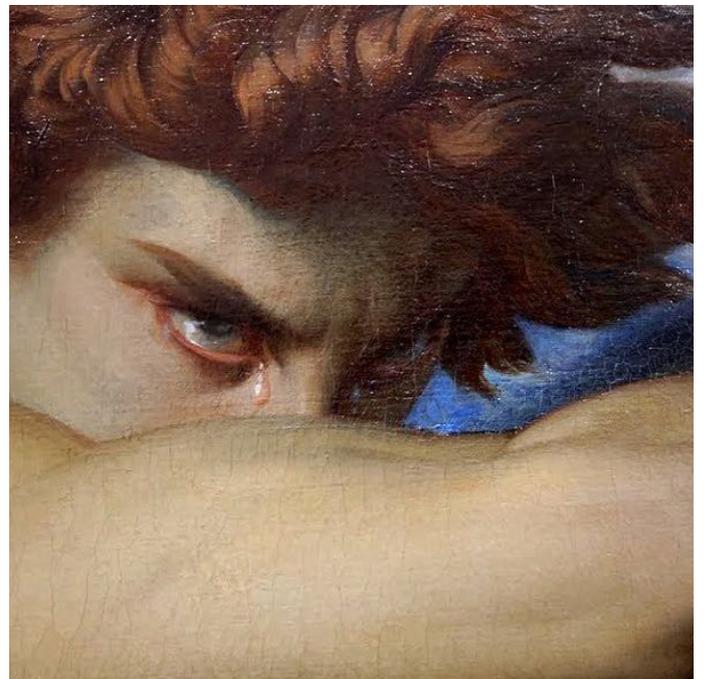
"Radio Sakura" di Rose Villain (2024)



Scatto "Le violon d'Ingres" di Man Ray (1924)



"Flop" di Salmo (2021)

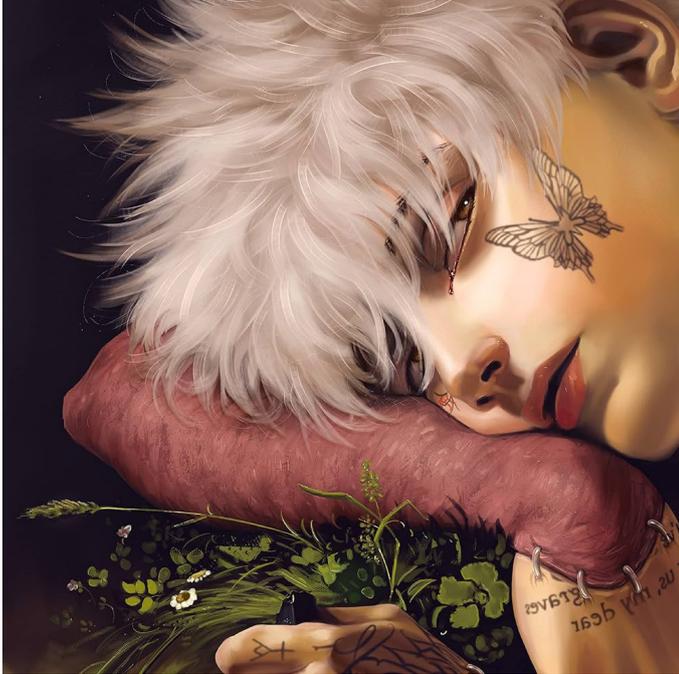


Dipinto "L'Ange Dechu o The Fallen Angel" di Alexandre Cabanel (1868)

L'arte spesso non interviene nella creazione di copertine musicali solamente attraverso la collaborazione diretta con un artista, ma agisce anche come una preziosa fonte di ispirazione.

Numerose copertine e le relative campagne di comunicazione sono infatti riproduzioni fedeli di opere ico-

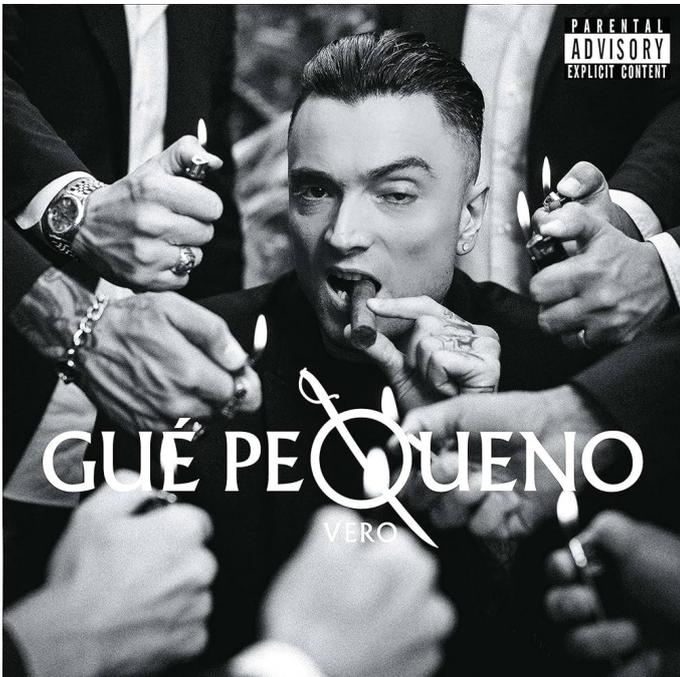
niche, che spaziano dall'arte del passato alla fotografia, alla scultura e ad altre forme artistiche. Questo fenomeno è particolarmente significativo perché, in questi casi, l'arte diventa un mezzo per veicolare un messaggio, sfruttando simboli e l'immaginario associato all'artista o all'opera riprodotta.



"Oceano Paradiso" di Chiello (2021)



Dipinto "Young Gardener" di Orest Kiprensky (1817)



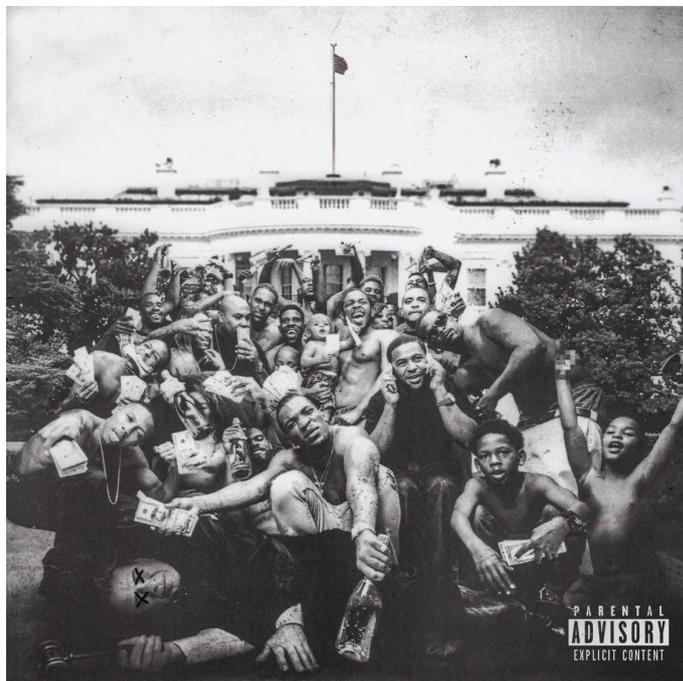
"Vero" di Guè (2015)



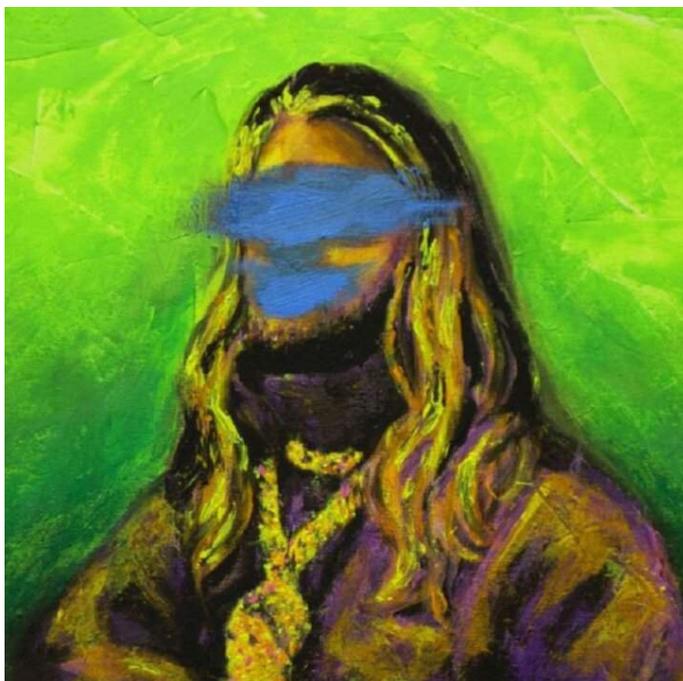
Film "Malena" di Tornatore (2000)



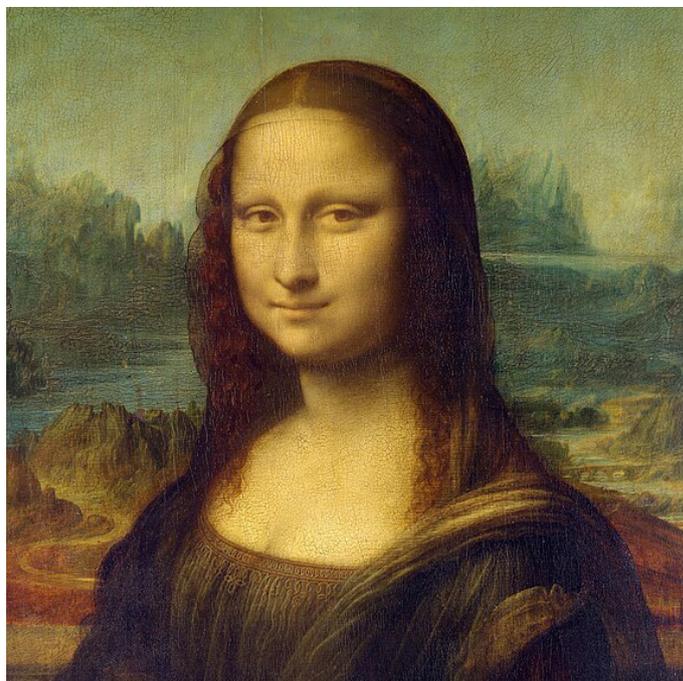
"Il coraggio dei bambini" di Geolier (2023)



Artwork "To Pimp a Butterfly" di Kendrick Lamar (2010)



"Garbage Eviltion" di Nitro (2020)



Dipinto "La Gioconda" di Leonardo Da Vinci (1503)

## SFERA EBBASTA



**"FAMOSO" DI SFERAEBBASTA (2020)**



**FRANK SINASTRA, SCATTO DI PETER MARTIN (1943)**

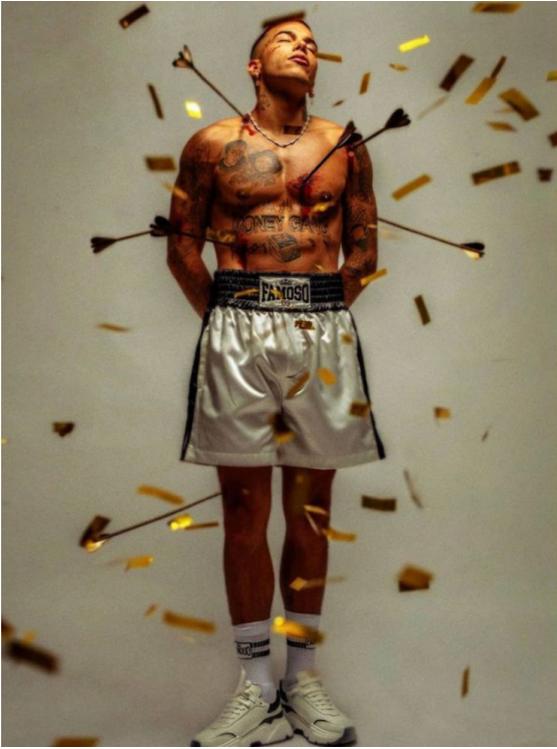
Per il lancio dell'album "Famoso", Sfera Ebbasta ha utilizzato il mondo della fotografia e della grafica per esprimere visivamente il contenuto del proprio lavoro discografico. L'artista si è ispirato a figure iconiche del passato, non soltanto del proprio ambito, ma più ampiamente della storia della musica, dell'hip hop e dello sport. La copertina dell'album rappresenta solamente il primo esempio di questa ricerca estetica e simbolica. Infatti anche la maggior parte degli shooting fotogra-

fici associati all'album richiamano riferimenti illustri, evocando personaggi come Frank Sinatra, Muhammad Ali e Tupac Shakur. Questi riferimenti non sono scelti casualmente, ma vengono utilizzati in quanto simboli che incarnano concetti di unicità, forza e immortalità. L'utilizzo di tali figure iconiche sottolinea il concetto di "famoso" non soltanto come sinonimo di notorietà, ma come rappresentazione di un'eredità culturale e artistica che trascende il tempo.

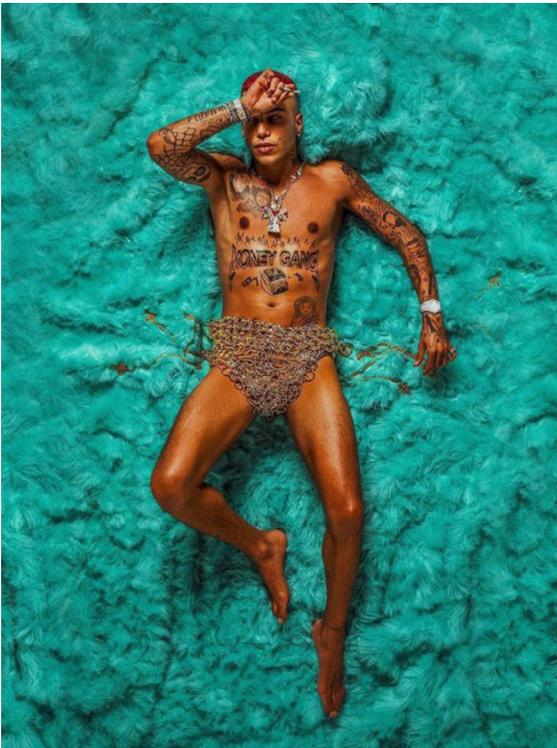
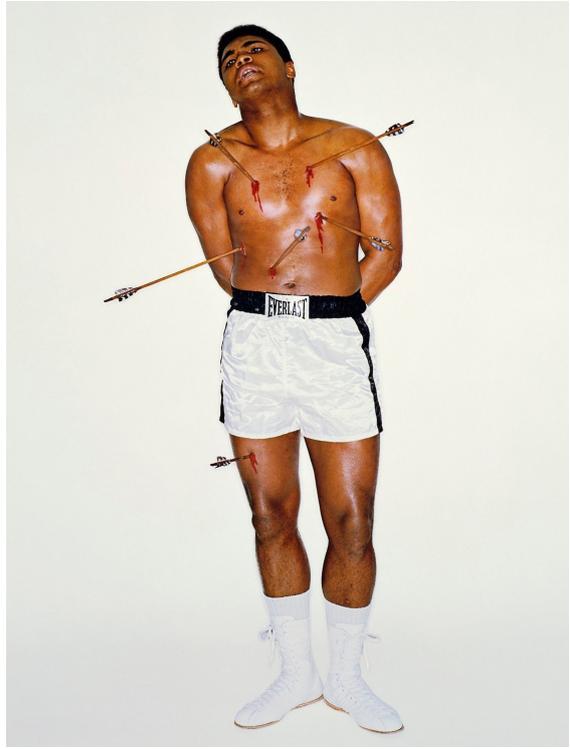
1. Sfera Ebbasta fotografato da Haris Nukem (2020)
2. Copertina di *Equire*, Muhammad Ali (1968)

3. Sfera Ebbasta per il lancio di "Famoso" (2020)
4. Tupac Shakur fotografato da LaChapelle (1996)

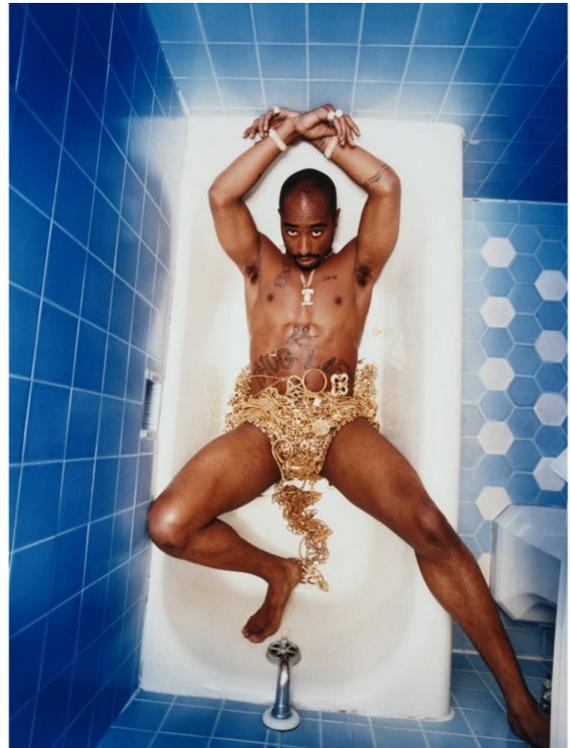
1



2



3



4



"Persona" di Marracash (2019)



Film "Persona" diretto da Ingmar Bergman (1966)



PERFORMANCE "REST ENERGY" DI MARINA ABRAMOVIĆ E ULAY (1980)

## MARRACASH

Marracash, rapper italiano classe 1979, ha tratto ispirazione da diverse opere artistiche per rappresentare visivamente la propria musica. Un esempio significativo è la copertina dell'album "Persona" (2019), realizzata dal fotografo Andrea Bianchera. Lo scatto si ispira al film "Persona" diretto da Ingmar Bergman (1966), in cui la protagonista, Elisabeth, è una donna che, lavorando ogni sera in teatro, si immerge nei panni di un personaggio fino a perdere la distinzione tra la sua identità e quella del ruolo interpretato. Il concept dell'album riflette questo tema, focalizzandosi sul concetto del doppio e sull'incontro tra le due personalità del rapper: l'artista, rappresentato da Marracash, e la persona, incarnata da Fabio. Nel visual, la scelta dei colori riveste un ruolo cruciale: i contrasti cromatici accentuati simboleggiano le esperienze vissute dall'artista, alternando momenti di oscurità a momenti di luce. Un altro elemento significativo è la figura del bambino, che rappresenta il sognatore e l'innocenza che si confronta con una realtà distante dalla spontaneità infantile. Anche il videoclip del singolo "Crazy Love" si apre e si chiude con due sequenze che, distaccandosi dal tema centrale della sfida a schermo, omaggiano la

performance "Rest Energy" di Marina Abramović e Ulay. In questa performance, i due artisti sorreggono un arco teso dai loro corpi inclinati verso l'esterno vocando un senso di pericolo e angoscia, simile a quanto rappresentato nel video di "Crazy Love". La freccia, simbolo di precarietà, riflette la paura e l'instabilità che caratterizzano i rapporti intimi.

In "Rest Energy", l'arco diventa una metafora del dramma dell'amore, in cui la scelta di affidarsi all'altro implica la perdita parziale del controllo su se stessi, dello spazio privato e della distribuzione delle forze. La tensione dell'arco simboleggia la tensione del tempo, elemento centrale nella performance, in cui due microfoni posizionati sulle costole di Abramović e Ulay amplificano i battiti cardiaci reciproci, enfatizzando l'intensità del momento. L'artista ha descritto quei pochi minuti come un'esperienza percepita come "infinita". Il tema della dilatazione del tempo in amore, insieme alle battaglie e all'attesa, è ricorrente nelle opere della coppia di artisti e risuona fortemente



*Frame del videoclip di "Crazy Love",  
Marracash (2021)*

anche nel video di "Crazy Love". Qui si esplorano le responsabilità individuali e la dinamica del rapporto di coppia, in una continua riflessione sul ruolo del singolo all'interno della relazione.



**03**

---

**Approcci creativi  
nella progettazione**

# Storytelling

*Che si tratti di un artwork elaborato o di una semplice copertina, il progettista crea uno strumento comunicativo che va oltre l'estetica superficiale, trasformandolo in un elemento narrativo capace di raccontare storie o trasmettere concetti legati alla musica.*

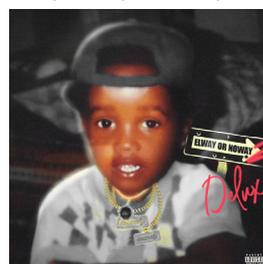
"Io non sono razzista ma..."  
di Will Peyote (2015)



"All-Amerikkkan Badass"  
di Joey Badass (2017)



"Elway Or Noway" di Don Elway (2023)

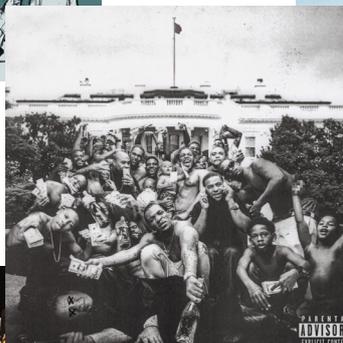


"Good Kid, M.A.A.D City" di Kendrick Lamar (2012)



"Culture" di Migo (2017)

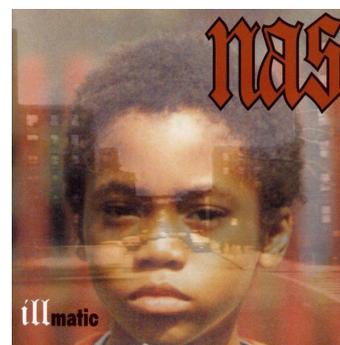
"To Pimp a Butterfly"  
di Kendrick Lamar (2015)



"Brainwashed"  
di George Harrison (2002)



"Faccio un casino" di Coez (2017)



"Illmatic" di Nas (1994)

## TEMI POLITICI

Le copertine degli album sono talvolta utilizzate come strumenti di propaganda politica, creando un legame diretto tra la musica e i movimenti sociali contemporanei. Un esempio emblematico è la copertina dell'album "To Pimp a Butterfly" di Kendrick Lamar, che è diventata una delle icone più rappresentative dell'era Obama. La copertina raffigura alcuni uomini afroamericani esultanti sul prato della Casa Bianca, simboleggiando la rivalsa delle comunità nere e il loro ingresso in spazi di potere tradizionalmente bianchi. Questa immagine potente riflette i temi di identità e oppressione dell'album, collegandosi direttamente ai tentativi dell'era Obama per ridurre il divario razziale negli Stati Uniti.

## VITA PERSONALE DELL'ARTISTA

Alcune copertine di album vengono utilizzate per raccontare la vita personale dell'artista, offrendo un'intima narrazione visiva che arricchisce l'esperienza musicale. Ne è un esempio significativo l'album "Good Kid, M.A.A.D City" di Kendrick Lamar. Il disco racconta l'infanzia del giovane artista trascorsa a Compton (Los Angeles), una zona notoriamente segnata dalla violenza delle gang e dalle difficoltà socioeconomiche. La copertina raffigura Lamar insieme ai suoi parenti, con gli occhi degli zii e del nonno coperti da rettangoli neri, che ne celano l'identità. L'immagine trasmette anche i pericoli dell'ambiente, attraverso dettagli come la bottiglia di alcol sul tavolo.

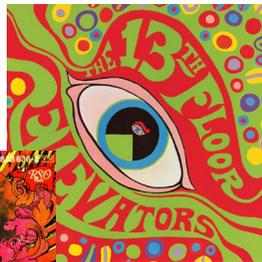
**“That photo says so much about my life and how I was raised in Compton and the things I’ve seen through innocent eyes. You don’t see no one else’s eyes, but you see my eyes of innocence and trying to figure out what’s going on.”**

**-Kendrick Lamar**

Mixtape "Locked Up Or Dead" di Gorilla Zoe (2018)



"The Psychedelic Sounds" di The 13th Floor Elevators (1967)



"Disraeli Gears" dei Cream (1967)



Mixtape "FREE" di GUCCI MANE (2022)



"Ad Gloriam" delle Orme (1968)

"Money" di Cardi B (2018)



"King del rap" di Marracash (2011)



"Guesus" di Guè (2021)



"Guesus" di Guè (2021)



"Queen" di Nicki Minaj (2018)



"Teenage dream" di Katy Perry (2010)

## SPECCHIO DELLA SOCIETÀ

Nella scena artistica c'è un credo su cui tutti sono d'accordo: la copertina di un album dovrebbe essere correlata al periodo storico o allo spirito (Zeitgeist) dell'epoca in cui viene realizzata. Ad esempio negli anni '60, con la diffusione dell'LSD e delle sostanze allucinogene, le copertine psichedeliche e surreali diventano la norma, riflettendo l'estetica del rock psichedelico e del pop con esplosioni cromatiche e lettering deformato.

Allo stesso modo, nel mondo del rap, gli elementi visivi presenti nelle copertine dei mixtape vengono collegati alle notizie del giorno.

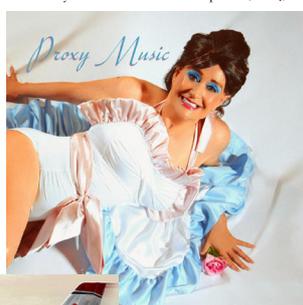
## DEIFICAZIONE DI SÈ

Le copertine spesso servono a esaltare la personalità e l'identità dell'artista, fungendo da estensione visiva della propria figura e del proprio stile. Queste componenti estetiche sono progettate per amplificare l'immagine pubblica dell'artista. Un esempio emblematico è l'album "Guesus" di Guè (2021), dove la copertina viene utilizzata per paragonare l'artista a una figura quasi divina. La rappresentazione iconica serve a sottolineare la sua auto-percezione e l'immagine che intende proiettare al pubblico, utilizzando la figura di Gesù come metafora per esaltare l'artista e la sua musica.

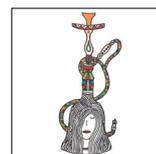
"Mi Tierra"  
di Gloria Estefan (1993)



"Proxy Music" Linda Thompson (2024)



"Night Visions"  
degli Imagine Dragons (2012)



"Narghile"  
di Peter White (2018)



"STAR WALKIN"  
di Lil Nas X (2022)



"Punto Debole"  
di Guè e Mecna  
(2020)



"Camminare sulla  
luna" di Il Tre (2024)



"Under Construction"  
di Missy Elliott (2002)



"Kamikaze"  
di Eminem (2018)



"Hey Lil Mama" di Eladio Carrión e  
Rauw Alejandro (2024)

## EVOCAZIONE DI SCENARI

Alcune copertine di album musicali sono progettate per evocare scenari o estetiche del passato, creando un legame emotivo e culturale con epoche storiche significative. Questi elementi visivi non solo richiamano atmosfere del passato, ma possono anche riflettere esperienze personali e storie familiari dell'artista.

Un esempio notevole è la copertina dell'album "Mi Tierra" (1993) di Gloria Estefan. Essa è un omaggio visivo al periodo pre-Rivoluzione Cubana a Havana, città dalla quale la famiglia di Estefan era fuggita quando lei era ancora una bambina.

## NARRAZIONE CONTENUTI ALBUM

In molti casi vengono utilizzate immagini narrative per anticipare e riflettere i contenuti e le emozioni esplorate nel disco. Queste copertine non solo attirano l'attenzione a livello visivo, ma forniscono anche un'intuizione sul tema centrale dell'album, quasi come se stessero "spoilerando" i contenuti emotivi e narrativi che si trovano all'interno.

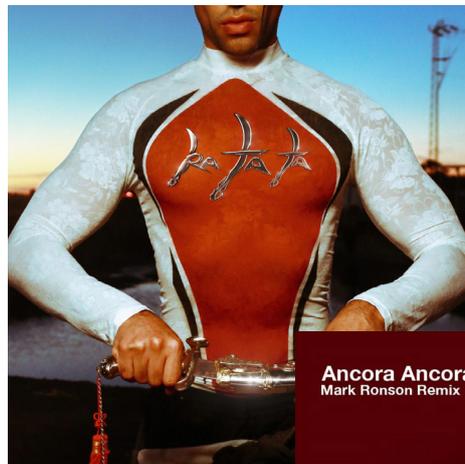
Un esempio significativo è l'album "Punto Debole" (2020) di Guè e Mecna. La copertina presenta un'immagine potente e evocativa di Mecna in lacrime. Questo ritratto è dunque un'evidente dichiarazione visiva del contenuto emotivo e tematico dell'album.

# Linguaggi

*Per trasmettere idee, emozioni e significati, si utilizzano sistemi di comunicazione basati su immagini, colori e forme. Questi elementi visivi permettono di esprimere concetti in modo non verbale, generando messaggi interpretabili dal pubblico.*



"Bottiglie private" di Sfera Ebbasta (2020)



"Ra ta ta" di Mahmood (2024)



"23" di Central Cee (2022)



"Amo, amo, amo" di Le-one (2024)

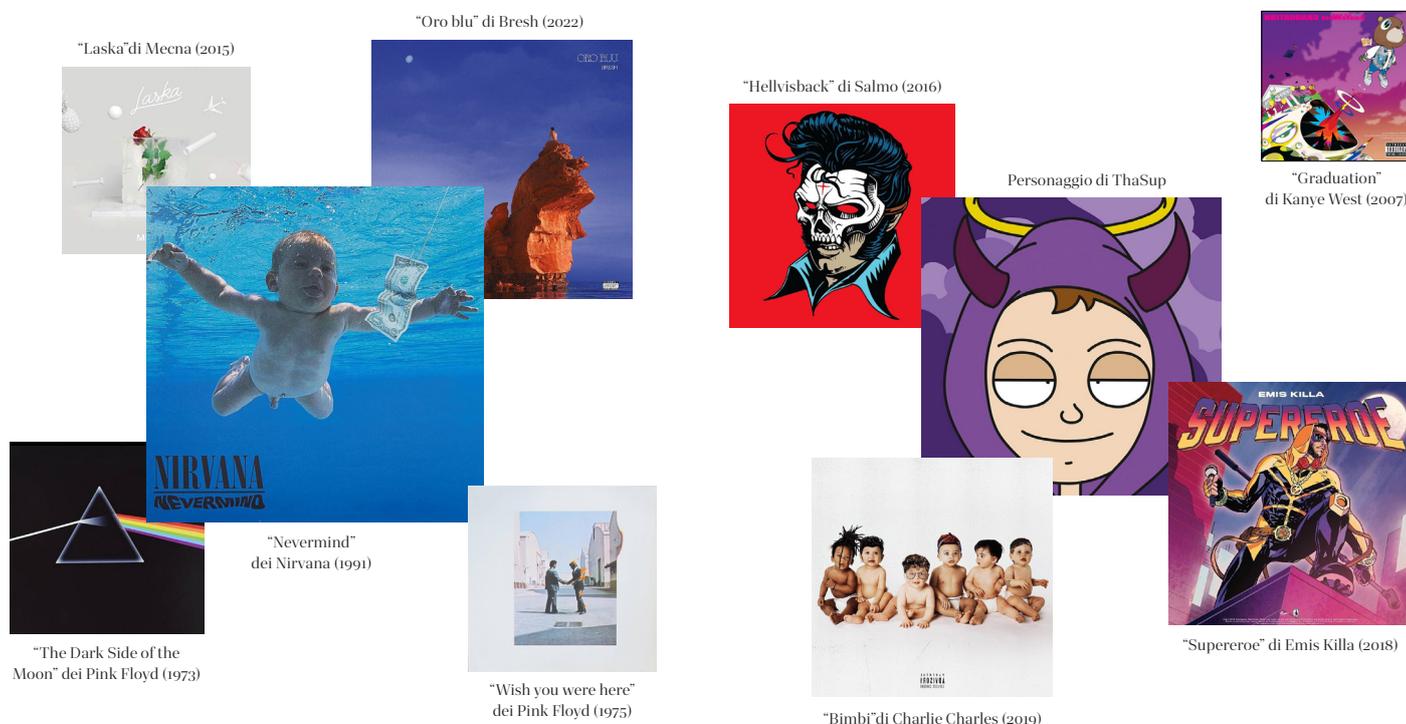


"Ancora, ancora" di Mina, Mark Ronson Remix (2023)

## ESALTAZIONE DI ELEMENTI PARTICOLARI CHE CARATTERIZZANO L'ARTISTA

L'esaltazione di particolari fisici dell'artista attraverso le copertine degli album è un'efficace tecnica per rafforzare la riconoscibilità e l'identità visiva del cantante. Un esempio emblematico di questa pratica è Mina, che ha saputo trasformare il make-up in un elemento distintivo della propria immagine. Con il suo uso innovativo e audace del trucco, Mina ha creato uno sti-

le unico, in cui il suo sguardo diventa inconfondibile tanto quanto la sua voce. Le copertine dei suoi album spesso enfatizzano questo aspetto, rendendo i suoi occhi un segno distintivo e iconico. In questo modo Mina è riuscita a stabilire un legame duraturo tra il proprio aspetto e la propria musica, consolidandola come un'icona assoluta del panorama musicale italiano.



## UTILIZZO DI ELEMENTI METAFORICI

L'uso di elementi metaforici nelle copertine degli album è una strategia potente per esprimere temi e messaggi più profondi attraverso immagini simboliche. La copertina di "Nevermind" dei Nirvana è un esempio particolarmente significativo di tale tecnica. L'immagine, che ritrae un neonato che nuota verso una banconota da un dollaro agganciata a un amo da pesca, è stata modificata digitalmente per accentuare il contrasto tra l'innocenza e il desiderio di denaro. Questa rappresentazione visiva funge da critica sottile al capitalismo e alla società consumistica, suggerendo che il denaro, sebbene ambito, sia spesso inaccessibile e manipolativo. Il tentativo del neonato di afferrare la banconota diventa una metafora della lotta incessante per il successo materiale e il consumo. La copertina stimola dunque anche una riflessione critica sui temi del consumismo e delle aspirazioni materiali.

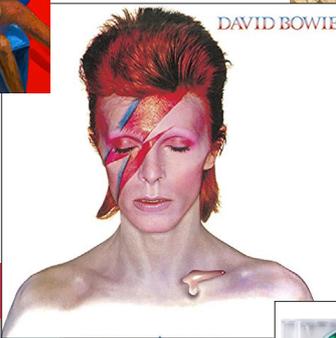
## ALTER EGO DELL'ARTISTA

L'adozione di un alter ego nelle copertine musicali è una strategia efficace per costruire un'immagine artistica distintiva e intrigante. ThaSupreme, ad esempio, ha implementato questa tecnica in Italia con il proprio avatar virtuale, che appare regolarmente in vari contenuti al posto della sua figura reale. Questo alter ego, caratterizzato da elementi iconici come il colore viola e l'aureola, diventa un simbolo riconoscibile e distintivo, contribuendo a rafforzare l'identità dell'artista. L'assenza di un personaggio fisico reale stimola la curiosità del pubblico, che crea teorie e speculazioni sulla vera identità del cantante, aumentando ulteriormente l'hype attorno alla sua figura. Anche senza esibirsi dal vivo, ThaSupreme ha mantenuto e persino accresciuto il suo successo, con l'unico evento in presenza che ha attirato migliaia di ascoltatori. Questo dimostra la forza dell'immaginario costruito attorno al proprio alter ego.

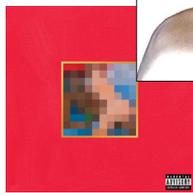
"My beautiful Dark Twisted Fantasy" non censurata di Kanye West (2010)



"Aladdin Sane" di David Bowie (1973)



"Watch the Throne" di Kanye West (2011)



"My beautiful Dark Twisted Fantasy" di Kanye West (2010)



"Yeezus" di Kanye West (2013)

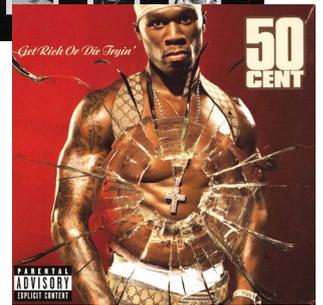
"Press" di Cardi B (2019)



"Family over Everything" di Lil Durk (2019)



"Naughty by Nature" di Digga D (2022)



"Get Rich or Die Tryin'" di 50 Cent (2003)

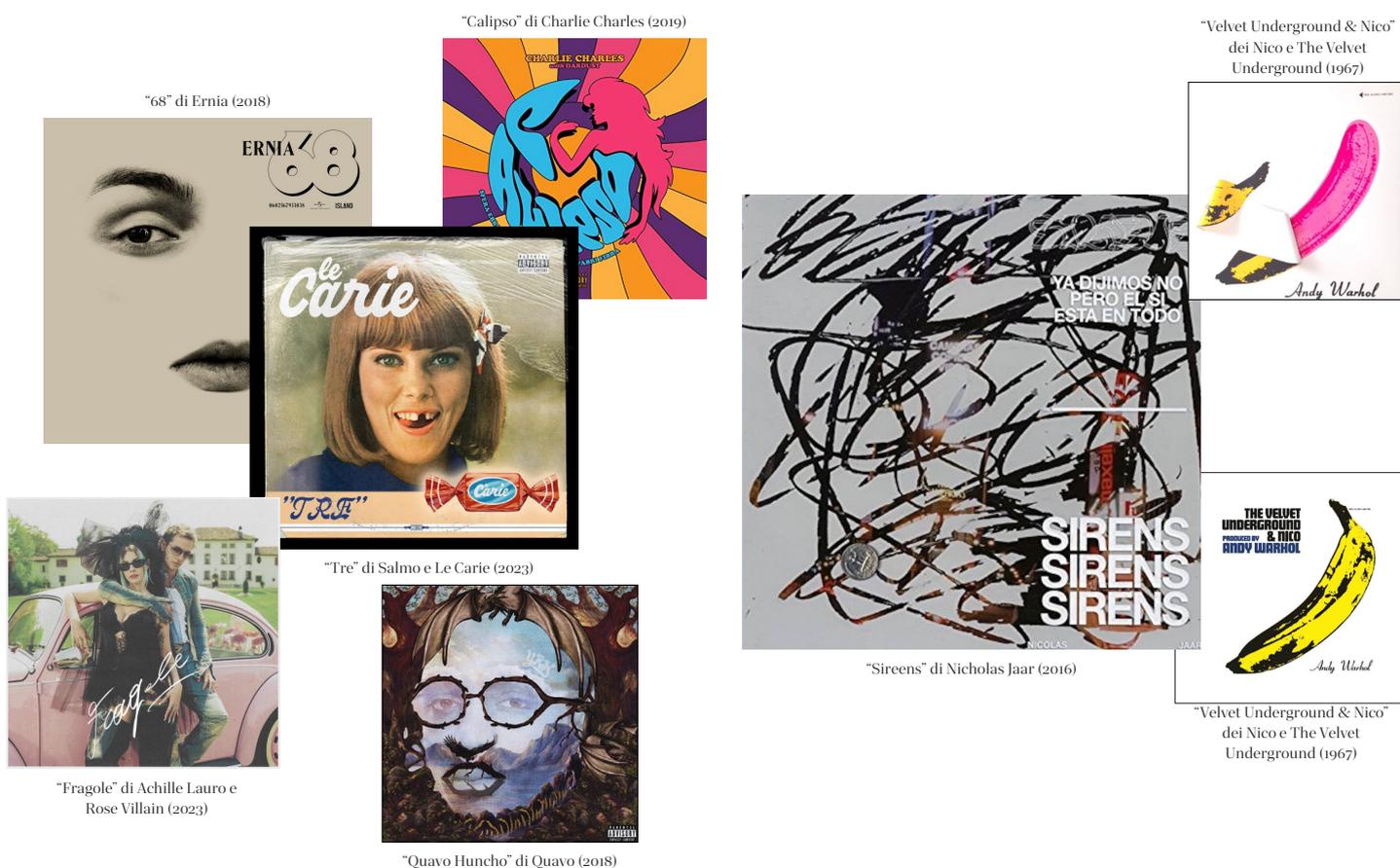
## ESTETICA DELL'ARTISTA

Le copertine talvolta contribuiscono a creare e a mantenere una narrazione coerente e distintiva attorno all'immagine dell'artista. Un esempio significativo è Kanye West, che con le controverse copertine di "My Beautiful Dark Twisted Fantasy" di George Condo, ha utilizzato la censura per attirare l'attenzione e stimolare la curiosità del pubblico. Questo approccio crea mistero attorno all'artista, amplificando il messaggio e l'impatto della sua estetica, e rendendo le copertine un efficace strumento di comunicazione in linea con la sua personalità pubblica.

## ANTICIPAZIONE DEL CONTENUTO

Alcuni progettisti utilizzano la copertina di un album per suggerire i temi trattati all'interno. Un esempio emblematico è la copertina di "Get Rich or Die Tryin'" di 50 Cent (2003). La copertina di questo album cattura la storia personale e le difficili esperienze di 50 Cent nelle strade, diventando un classico del genere.

Nel 2000 infatti, l'artista viene colpito da nove proiettili durante una sparatoria nel Queens, riportando ferite a mani, braccia, gambe e lingua, da cui deriva il suo caratteristico difetto di pronuncia. Sopravvive grazie a una monetina da "50 cent" nella giacca, che ispirerà poi il suo nome d'arte.



## ESTETICHE DEL PASSATO

L'utilizzo di estetiche e stili del passato nella creazione di copertine musicali evoca una connessione con periodi storici significativi, arricchendo il messaggio dell'album e creando un ponte tra passato e presente. Un esempio emblematico è la copertina di "Calipso" di Charlie Charles (2019), che si ispira alla stagione psichedelica degli anni '60. I colori vivaci e i motivi grafici tipici di quell'epoca richiamano la libertà espressiva e l'innovazione musicale di quel decennio, suggerendo un legame profondo con l'estetica e lo spirito di quel periodo storico.

## INTERAZIONE COPERTINA-FRUITORE

Alcune copertine musicali sono progettate per creare un'interazione diretta tra l'artista e il fruitore, rendendo il disco un'esperienza unica e coinvolgente. Ad esempio la copertina dell'album "Sirens" di Nicholas Jaar (2016) può essere "grattata", offrendo a ogni utente un risultato personalizzato. Un altro caso emblematico è la copertina dell'album "The Velvet Underground & Nico" (1967), disegnata da Andy Warhol, che presenta una banana con buccia adesiva, rivelando una banana rosa al di sotto. Questi elementi interattivi stimolano la curiosità e rafforzano il legame tra l'opera visiva e la musica.

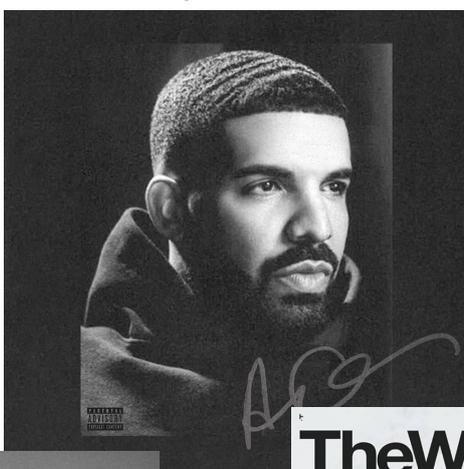
# Tecniche

*I metodi, le procedure e le abilità impiegati nella realizzazione delle copertine musicali sono cruciali per comunicare il messaggio di un brano o album. La scelta della tecnica giusta può creare l'atmosfera ideale e generare l'impatto desiderato sul pubblico.*



"We Still Don't Trust You" di Future e Metro Boomin (2024)

"Scorpion" di Drake (2018)



"Blu celeste" di Blanco (2021)



"Business Is Business" di Young Thug (2023)



"House of Balloons" di The Weeknd (2011)

## Bianco e nero

Questo stile, apparentemente semplice e minimalista, è spesso scelto per la sua capacità di evocare emozioni intense e di dare risalto ai contrasti, sia visivi che simbolici. Il bianco e nero, infatti, elimina la distrazione dei colori, concentrando l'attenzione dell'osservatore sulle forme, le espressioni e i dettagli. Spesso il suo utilizzo conferisce all'immagine una mag-

giore profondità e serietà. Questo tipo di fotografia non solo rafforza l'impatto visivo dell'album, ma può anche suggerire una riflessione sulla natura universale dei temi trattati, rendendo l'album atemporale. Inoltre, la scelta di utilizzare il bianco e nero può essere interpretata come un richiamo alla tradizione classica del mondo cinematografico.

## FOTOGRAFIA

### *Monocromia*

Questa tecnica può essere impiegata in vari modi. Ad esempio, per Dua Lipa la monocromia distingue le diverse versioni dell'album: l'immagine resta identica, ma cambia il colore, creando un collegamento visivo tra le edizioni (deluxe, remix, acustica, ecc.). In altri casi, come per Rose Villain o Anna Pepe, il colore riflette elementi simbolici del personaggio, come i capelli azzurri di Rose o il rosa di Anna, che evoca il suo immaginario femminile e street. L'uso di un colore specifico è particolarmente utile per artisti emergenti, fornendo

le basi per definire il loro stile visivo e identità ancora in evoluzione.

1. "Vera Baddie" di Anna (2024).
2. "Click Boom!" di Rose Villain (2024).
3. "Hot pink" di Doja Cat (2019).
4. "Illusion- London Sessions" di Dua Lipa (2024).
5. "Illusion- Honey dijon remix" di Dua Lipa (2024).
6. "Pink Friday" di Nicki Minaj (2023).

### *Paesaggi*

7. "Casa mia" di Ghali (2024)
8. "Notti Brave" di Carl Brave (2018).
9. "Adivino" di Bad Bunny e Myke Towers (2024).
10. "Virgo World" di Lil Tecca (2020).
11. "Children of the Sky (A Starfield Song)" degli Imagine Dragons (2023).

### *Collage*

12. "A Head Full of Dreams" dei Coldplay (2015), realizzata da Pilar Zeta.
13. "Astroworld" di Travis Scott (2018).
14. "Guerra e pace" di Fabri Fibra (2013).
15. "Artificial Paradise" dei OneRepublic (2024).
16. "Flower Boy" di Tyler, the Creator (2017).

1



2



3



4



5



6



8



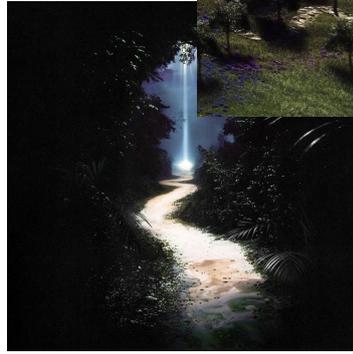
10



7



9



11



12



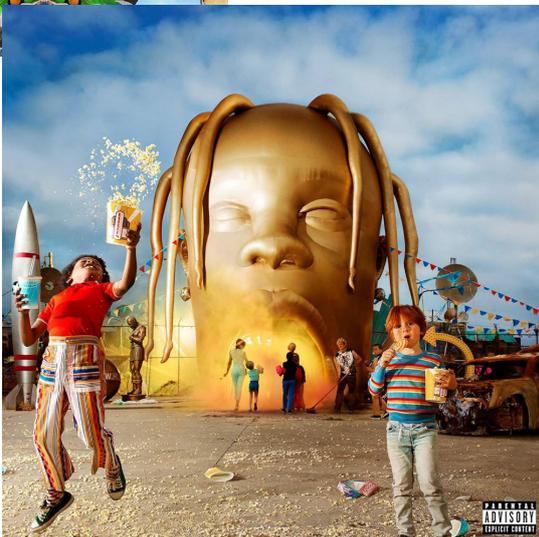
14



16



13



15



"21" di Adele (2011)



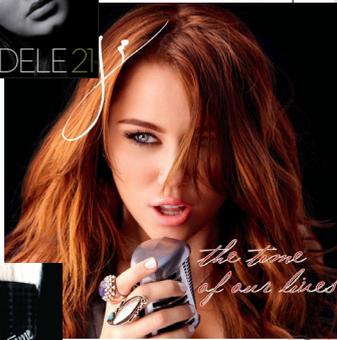
"Tuta gold" di Mahmood (2024)



"Privacy Invasion" di Cardi B (2018)



"Island Life" di Grace Jones (1985)



"The Time of Our Lives" di Miley Cyrus (2009)



"The Fame" di Lady Gaga (2008)



"Sirio" di Lazza (2022)



"Unlimited Ammo" di Namasenda (2021)



"Dirty Computer" di Janelle Monáe (2018)



"Kill Me" dei Sundara Karma (2020)

## Primi piani

L'uso del primo piano dell'artista sulla copertina di un album è una scelta visiva strategica che umanizza l'artista e stabilisce una connessione più intima con il pubblico. Questa tecnica consente di catturare dettagli sottili del volto dell'artista, come emozioni ed espressioni, che possono riflettere e amplificare il tema e il tono dell'album. Inoltre, il primo piano permette di mettere in risalto elementi distintivi e caratterizzanti, come gli occhiali di Lady Gaga o le collane dorate di Mahmood, che servono ad enfatizzare l'immagine pubblica dell'artista e a creare un'identità visiva riconoscibile.

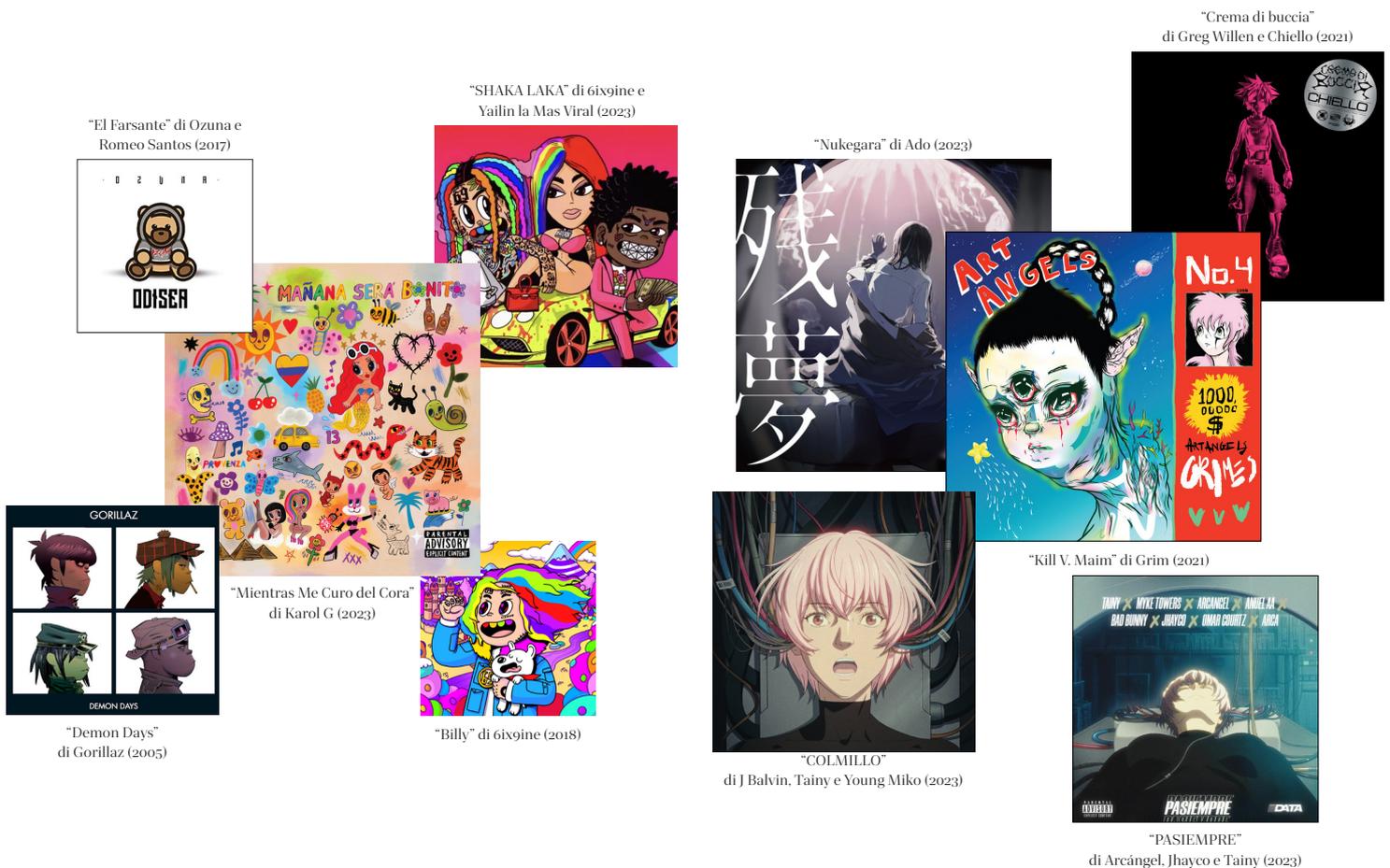
## Esaltazione colori

La tecnica di esaltare i colori nelle copertine musicali è un potente strumento per creare impatto visivo e distinguere l'artista nel panorama musicale. Saturare i colori al massimo può trasformare una fotografia realistica in un'immagine quasi surreale, conferendo un aspetto vibrante e straordinario. Questa manipolazione cromatica non soltanto cattura l'attenzione dell'osservatore, ma amplifica anche l'immagine e l'identità dell'artista, innalzandolo su un piano visivamente e simbolicamente superiore rispetto al pubblico.

**“Il fotografo ha la  
responsabilità  
di catturare, in  
un solo scatto,  
l’immagine che  
diventerà la  
copertina di  
un disco.”**

**- Andrea Bianchera**

## ILLUSTRAZIONE



## Cartoon

L'illustrazione cartoon permette di esplorare dimensioni visive e narrative che le fotografie tradizionali non potrebbero catturare.

Un esempio emblematico di questo approccio è la copertina dell'album "Demon Days" dei Gorillaz, pubblicato nel 2005. I Gorillaz, creati da Damon Albarn e dal fumettista Jamie Hewlett, sono una band virtuale composta da personaggi animati e cartoni. La scelta di utilizzare illustrazioni cartoon per la copertina dell'album riflette il concetto stesso della band, che unisce musica e animazione in un progetto unico.

## Manga

L'utilizzo di illustrazioni in stile manga per le copertine degli album è un mezzo creativo che consente di esprimere elementi visivi distintivi e di richiamare un universo culturale specifico. Questo stile artistico, originario del fumetto giapponese, offre una rappresentazione visivamente accattivante e ricca di dettagli che può arricchire l'identità visiva di un album. Ne è un esempio la copertina di "Kill V. Maim" di Grim (2021) in cui l'illustrazione manga consente all'artista di esprimere la propria visione artistica in modo distintivo, differenziandosi nel panorama visivo globale.

"Pink Skies"  
di Zach Bryan (2024)



"VAGABUNDO" di Manuel Turizo Zapata e  
Sebastián Yatra (2023)



"Wow/Grape Jam"  
di Moby Grape (1968)



"c@ra- -ere s?ec!@ale"  
di ThaSup (2022)



50,000,000 ELVIS FANS  
CAN'T BE WRONG



"50,000,000 Elvis Fans Can't Be Wrong" di  
Elvis Presley (1959)

"Kamikaze"  
di Eminem (2018)



"Fukumean" di Gunna (2023)

"Offline"  
di Young Miko (2024)



"QLONA"  
di Karol G e Peso  
Pluma (2023)



"EN ALTA VOZ"  
di Grupo Frontera  
(2023)

## Realistico

A differenza delle rappresentazioni stilizzate o astratte, le illustrazioni realistiche cercano di catturare momenti e dettagli con precisione, talvolta riflettendo la realtà vissuta dall'artista e offrendo uno spaccato intimo e genuino della sua vita.

Un esempio significativo di questa tecnica è la copertina dell'album "Pink Skies" di Zach Bryan (2024). La copertina dell'album è una rappresentazione dettagliata e realistica di diversi membri della famiglia dell'artista, ritratta in scene quotidiane che sembrano quasi fotografie per la loro concretezza.

## Uso del colore

L'uso di un colore dominante nelle illustrazioni per le copertine musicali è una strategia visiva che contribuisce significativamente all'impatto di un album.

Il colore dominante può talvolta diventare un simbolo visivo ricorrente, creando un marchio riconoscibile che si riflette in tutti i contenuti dell'artista.

Questo approccio è particolarmente evidente nel lavoro di Tha Supreme, dove il colore viola gioca un ruolo cruciale nel definire la sua identità visiva.

## TIPOGRAFIA



**BEYONCÉ**

L'utilizzo esclusivo di elementi tipografici nelle copertine degli album musicali può rappresentare una scelta molto significativa, specialmente quando l'artista è ben affermato e il suo nome è già un marchio riconosciuto. In tali casi, la tipografia diventa un mezzo per esprimere e rinforzare l'identità dell'artista attraverso la selezione del font, delle dimensioni, e del posizionamento. Per esempio, un carattere elegante e sobrio può riflettere un artista con un'immagine sofisticata e di alta classe, mentre un font audace e aggressivo suggerisce un artista con una personalità ribelle o potente. In queste situazioni, la copertina si basa esclusivamente sul nome e sul design tipografico per comunicare l'essenza dell'artista, sfruttando il riconoscimento del nome stesso come strumento di marketing e identificazione. Tuttavia, questa scelta tipografica può risultare meno

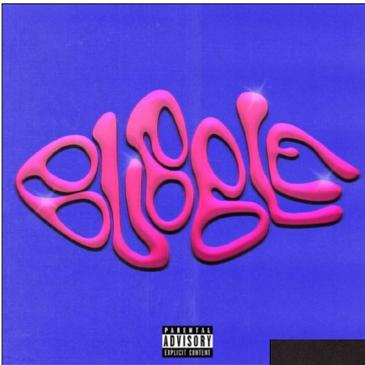
efficace per artisti emergenti o poco conosciuti. Per loro, il proprio nome potrebbe non avere ancora un impatto sufficiente per catturare l'attenzione del pubblico e attrarre nuovi ascoltatori.

L'assenza di elementi visivi più distintivi, come immagini o illustrazioni, può rendere la copertina meno comunicativa e meno capace di emergere in un mercato musicale saturo di contenuti. Senza un riconoscimento immediato, l'uso esclusivo della tipografia potrebbe non essere sufficiente a distinguere l'album dalla concorrenza e a creare un collegamento visivo immediato con il potenziale pubblico. In questi casi, la copertina potrebbe non soltanto fallire nel catturare l'interesse, ma anche nel comunicare il messaggio e il tono dell'album, limitando così le possibilità di attirare l'attenzione e l'interesse degli ascoltatori.

## CASI STUDIO

1. "BUBBLE (MILES Rmx)" di Salmo, Takagi & Ketra e Thasup (2022).
2. "Zitti e buoni" dei Måneskin (2021).
3. "Fila indiana" di Angelina Mango (2024).
4. "Rollin'" di Gemitaiz (2018).
5. "BBE" di Anna e Lazza (2024).
6. "SARÒ CON TE" di SLF & Geolier (2024).
7. "Love" dei Thegiornalisti (2018).
8. "Lo Que Tiene" di Morad, Beny Jr, Rvfv (2024).
9. "Jessica" di J Balvin, J. Perry e Saint Jhn (2023).
10. "En Alta" di J Balvin e Quevedo (2024).
11. "Brat" di Charli XCX (2024).
12. "Friends" dei BTS (2020).
13. "Techno" di Aarne, BUSHIDO ZHO, ANIKV (2022).
14. "The Black Album" dei Metallica (1991).
15. "Move" di Adam Port (2024).
16. "Honey Boy" di Benjamin Ingrosso e Purple Disco Machine (2024).
17. "Alibi" di Ella Henderson (2024).
18. "Tusa" di Karol G e Nicki Minaj (2021).

1



2



6



9



7



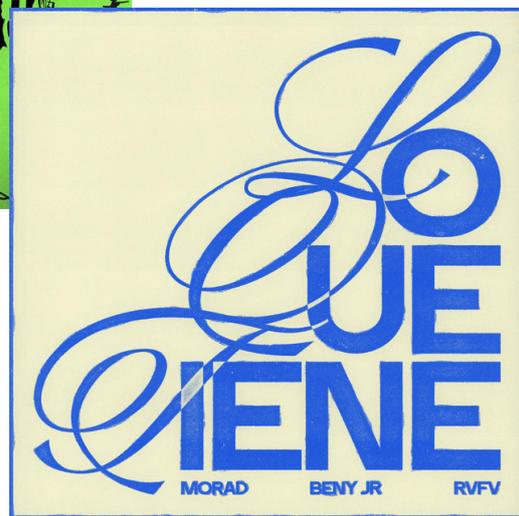
3



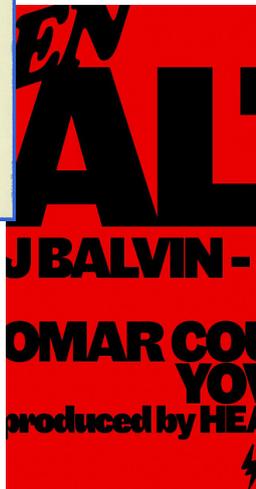
4



8



5





15



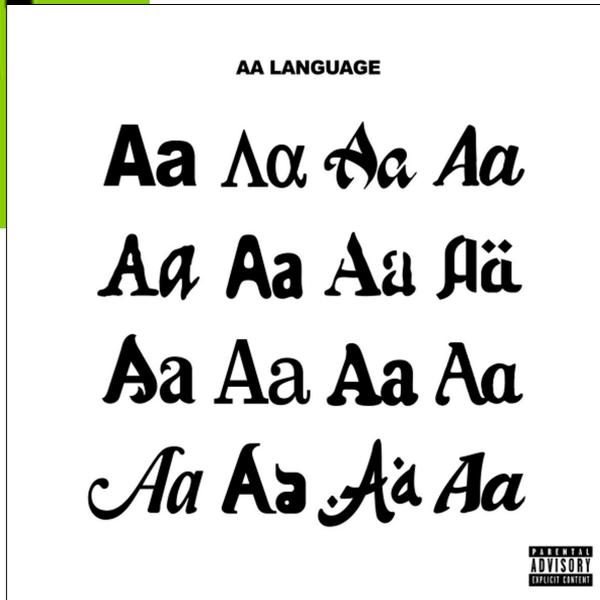
12



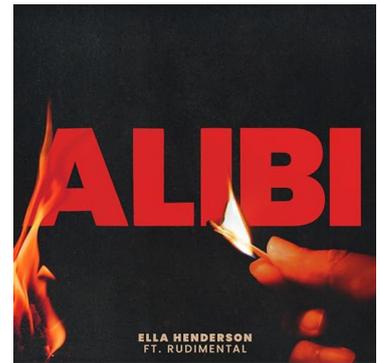
11



13



17



10



18



14



**“L’AI permette  
di concretiz-  
zare idee che  
prima erano  
irrealizzabili.”**

**- Art director di Lettergram**

## AI



**"IO, ME ED ALTRI GUAI" DI ROSE VILLAIN (2023)**



**"EVOLVE" DEI SUB FOCUS (2023)**

L'utilizzo dell'intelligenza artificiale (AI) nella creazione di copertine musicali sta aprendo nuove frontiere nel design, permettendo la generazione di immagini innovative e spesso sorprendenti in tempi molto ridotti. Con l'AI, è possibile esplorare una vasta gamma di stili, colori e composizioni, che potrebbero richiedere settimane o mesi di lavoro per un designer umano. Tuttavia, questa tecnologia presenta anche sfide significative. Uno dei problemi principali è la difficoltà di trovare la giusta combinazione tra creatività automatizzata e l'espressione personale che un artista o un designer umano può portare. L'AI tende a lavorare per imitazione, basandosi su vasti database di immagini esistenti, il che può risultare in opere che, seppur

esteticamente piacevoli, mancano di originalità o profondità concettuale. Inoltre, l'intelligenza artificiale potrebbe non riuscire a catturare le sfumature emotive o il contesto culturale che rendono una copertina non soltanto un'immagine accattivante, ma un'opera d'arte significativa e rappresentativa dell'artista. In sintesi, anche se l'intelligenza artificiale offre strumenti potenti per la creazione di copertine musicali, è fondamentale bilanciare l'efficienza e la versatilità dell'AI con la creatività e la sensibilità umana per evitare che il design diventi sterile e privo di personalità. L'AI può essere un eccellente alleato, ma difficilmente potrà sostituire completamente l'intuizione e l'originalità che un artista porta nel processo creativo.

## 3D E ARTE DIGITALE



"Lighter" di 5 Seconds of Summer, David Guetta e Galantis (2021)



"Music of the Spheres" dei Coldplay (2021)



"Chromatica" di Lady Gaga (2020)



"003 Horizons" di Durdust (2022)

L'uso della tecnica 3D per le copertine degli album è diventato sempre più popolare negli ultimi anni, consentendo la creazione di immaginari visivi complessi e innovativi, difficilmente realizzabili nel mondo reale.

Un esempio significativo è la copertina di "Cocktail d'amore," di Mahmood, dove la combinazione tra 3D e AI permette di generare scenari letteralmente impossibili, sfidando le leggi della fisica e dell'immaginazione.



**"COCKTAIL D'AMORE" DI MAHMOOD (2024)**

**04**

---

**Come comunica  
l'industria musicale**



# Mappatura degli strumenti

*Il seguente schema inquadra e mette in relazione gli strumenti che i cantanti hanno a disposizione per comunicare e promuovere la propria musica. È organizzato in 3 livelli, basati sulla scala d'influenza e rilevanza.*

## LIVELLO 1

### Videoclip

### Copertina



Questo schema è un riflesso della situazione dei mezzi comunicativi musicali attuali. Al giorno d'oggi, l'attenzione è rivolta a tutto ciò che viene promosso sui mezzi di comunicazione digitali, in quanto la musica stessa viene fruita prevalentemente in formato digitale. A dimostrazione di questo, il disco fisico oggi è situato nel terzo livello; immaginando lo schema qualche de-

cina di anni fa, probabilmente sarebbe stato inserito in un livello superiore. Di conseguenza, tutta la comunicazione social sarebbe spostata in un livello inferiore o addirittura nemmeno presente.

L'intera mappatura è stata applicata ai contenuti dell'artista Salmo per offrire un esempio pratico che chiarisca meglio la presentazione.

# Guerriglia

# Social

*Installazioni*



*Poster*



*Interviste*



*Backstage*



*Graffiti*



*Shooting*



*Foto concerti*



*The Making of*



## LIVELLO 2

## Concerti

## Radio

*Light design**Visual**Annuncio date tour*

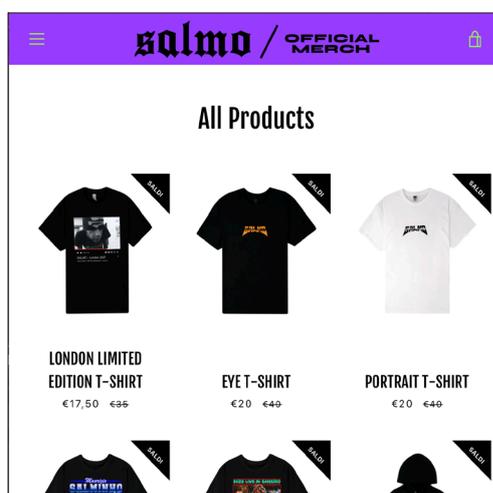
Gli elementi legati alla performance dell'artista sono fondamentali per creare un'esperienza più immersiva, costruire un contesto solido e rafforzare il legame tra il pubblico e l'artista stesso. Questo secondo livello si basa sul primo, poiché le estetiche dei videoclip e delle copertine si integrano armoniosamente con il light design e i visual utilizzati nei concerti.

Questi componenti collaborano per potenziare l'immaginario attorno all'artista, esaltando le peculiarità della sua musica e del suo personaggio e offrendo un'esperienza completa e coinvolgente.

## LIVELLO 3

## Sito web

## Cd e vinili



Il sito web di un artista è spesso dedicato principalmente alla vendita del merchandising. In questo contesto, il focus progettuale del merch varia in base alla notorietà dell'artista. Per i cantanti già affermati, si tendono ad acquistare prodotti per la connessione con l'artista stesso: spesso è sufficiente il semplice utilizzo del nome del cantante per rendere gli articoli desiderabili.

Al contrario, per artisti meno conosciuti, è fondamentale creare un merchandising che abbia un'attrattiva propria, capace di interessare anche chi non abbia un legame diretto con l'artista, contribuendo così ad ampliare gradualmente il pubblico e la visibilità.

# Unconventional marketing

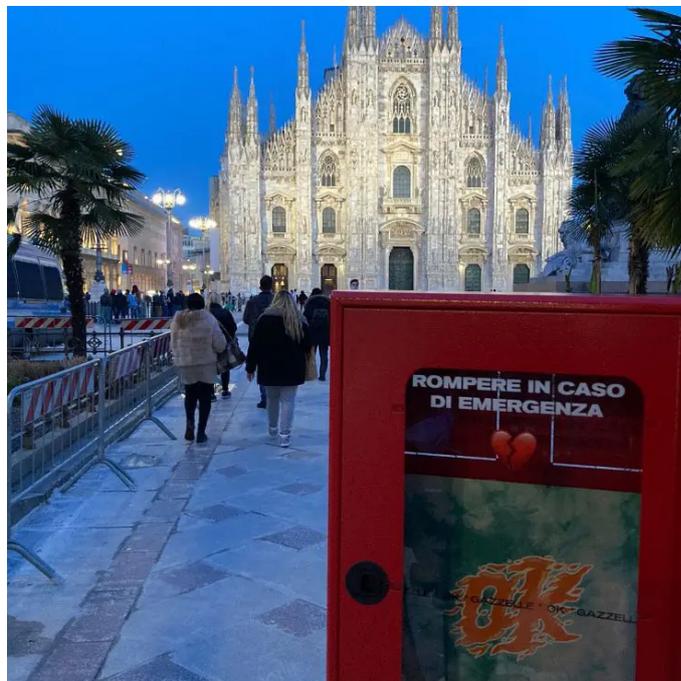
*Molti artisti adottano forme innovative di comunicazione per promuovere la propria musica. Il marketing diventa dinamico, sfruttando l'uso di supporti, di idee e di canali differenti da quelli a cui il pubblico è normalmente abituato.*





INSTALLAZIONI A MILANO PER "GHETTOLIMPO" DI MAHMOOD (2021)

## L'USCITA DI "OK" DI GAZZELLE



"OK" A MILANO (2021)

A febbraio 2021 Gazzelle ha pubblicato il suo terzo album, intitolato "OK". Il martedì precedente al lancio, il cantante ha suscitato curiosità sui social, postando nelle sue storie di Instagram la criptica frase: "Che succede a Milano?". Successivamente, Gazzelle ha condiviso altre storie contenenti immagini di cassette antincendio con la classica scritta "rompere in caso di emergenza".

Queste cassette antincendio sono state strategicamente collocate in diverse zone molto frequentate di Milano, come i Navigli e il Duomo. Tuttavia, ciò che ha

attratto maggiormente l'attenzione è stato il loro contenuto: all'interno, infatti, erano custoditi vinili dell'album "OK". I fan più fortunati, che sono riusciti a scovare le cassette per primi, hanno avuto la possibilità di ottenere gratuitamente una copia del vinile, in anteprima rispetto all'uscita ufficiale.

Questa strategia ha scatenato l'entusiasmo dei giovani fan di Gazzelle, che si sono lanciati in una vera e propria caccia al tesoro per le strade di Milano, alla ricerca delle misteriose cassette antincendio.

## GREEN GRAFFITI PER SONY MUSIC



**GREEN GRAFFITI PER THASUPREME**



**GREEN GRAFFITI PER MACHETE MIXTAPE 4 (2019)**

Questa strategia è strettamente legata al mondo dell'hip-hop, data l'affinità del genere con i graffiti e la street art. Sono state realizzate quattro campagne per quattro uscite discografiche, tre delle quali promosse da Machete. Salmo, leader di Machete, ha portato il suo album "Playlist" direttamente in strada, con l'obiettivo di creare attesa intorno all'uscita del disco e all'apertura delle vendite dei biglietti per quello che doveva essere il grande concerto finale a San Siro nel 2020. L'obiettivo di portare la campagna sui social è stato pienamente raggiunto: oltre 100.000 impressions sul campo, decine

di articoli e quasi 200.000 interazioni sui social. I post pubblicati sul profilo Instagram ufficiale sono diventati virali in poche ore, e ai fan è stata fornita una mappa degli interventi attraverso una delle storie condivise.

Questa strategia è stata utilizzata anche per il lancio di Tha Supreme e Jack The Smoker. Nel caso di Tha Supreme, 50 graffiti GreenGraffiti viola sono apparsi per le strade di Milano, raffigurando il famoso diavoletto e un QR code collegato al singolo "Blun7 a swishland".

## LED DI FRANCO126

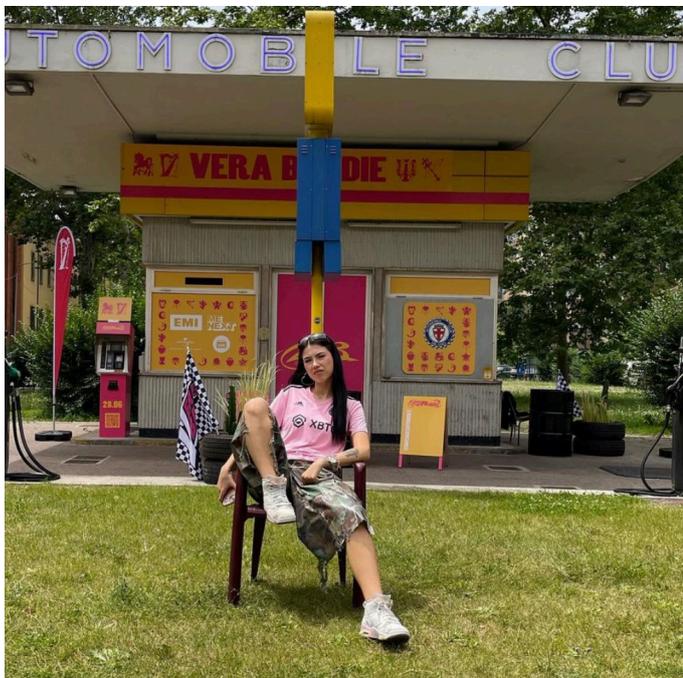


**LED NELLE STRADE DI ROMA PER L'USCITA DEL DISCO (2019)**

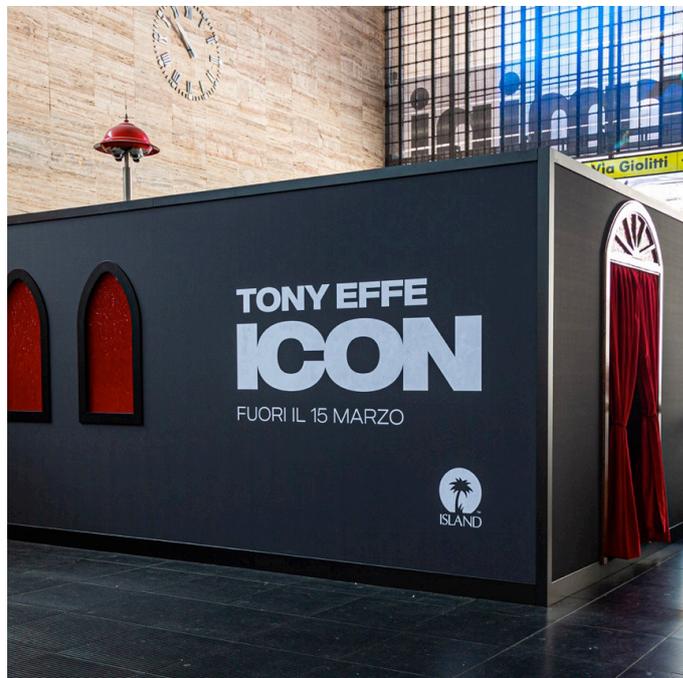
Una serie di scritte luminose sui ponti di Roma, è stata l'idea di Franco Bertollini, meglio conosciuto come Franco126, cantautore romano. Con questa azione di guerrilla marketing, l'artista ha voluto annunciare il suo ritorno sulla scena musicale dopo l'album d'esordio "Stanza singola" (2019). Le frasi luminose sono apparse in diversi punti della città, creando un'atmosfera suggestiva e toccante. A Trastevere, quartiere natale del cantante per una notte il cielo non è stato illuminato dalle stelle, ma da luci a LED che componevano la frase: "Forse era un po' meglio prima, ero un po' meglio

anch'io". L'altra scritta che brillava era: "E questa pioggia si stancherà e il tempo corre sui fili del tram". Infine, sui vecchi archi di ponte Milvio aleggiava la frase: "Io avevo addosso gli stessi blue jeans e tu avevi in bocca le stesse bugie". Con queste installazioni, Franco126 ha creato un percorso emozionale a Roma, suscitando curiosità e celebrando il suo ritorno, trasformando luoghi iconici in opere d'arte a cielo aperto e rafforzando il legame con la sua città.

## POP UP IMMERSIVO



**POP UP DI ANNA PEPE  
PER L'USCITA DI "VERA BADDIE" (2024)**



**POP UP IMMERSIVO DI TONY EFFE  
CREATO DA JUNGLE (2024)**

Per il lancio del disco "Icon" di Tony Effe, è stato creato un pop-up immersivo nella galleria centrale della stazione Roma Termini, offrendo ai passanti un'esperienza diretta con l'immaginario dell'artista. L'idea creativa, sviluppata da Island Records e realizzata da JUNGLE, ha preso ispirazione dalla volontà di legare la capitale, città natale del rapper, al titolo dell'album. L'installazione ha utilizzato l'iconografia della chiesa come tema centrale per il temporary pop-up. Durante l'evento, i visitatori hanno potuto ascoltare alcuni beat tratti dal nuovo disco nelle fasce orarie solita-

mente riservate alle funzioni religiose. Inoltre, il giorno prima dell'uscita ufficiale, si è tenuto un evento esclusivo di preascolto dell'album per un gruppo ristretto di fan selezionati.

Anche Anna Pepe ha adottato una strategia simile per il lancio del suo primo disco, in occasione del quale ha organizzato una caccia al tesoro per i suoi fan all'interno del suo pop-up.



**05**

---

**Intervista**

# Andrea J. Di Marco

*Art director e grafico presso lo studio "Lettegram"*

**Quanto è importante il cover artwork e come si inserisce all'interno degli altri mezzi di comunicazione? Qual è il potere della copertina?**

La copertina è il punto di partenza, il fulcro di un progetto musicale. Soprattutto per album e singoli, è l'artwork più importante. Dal nostro punto di vista progettuale, è dalla copertina che parte tutto il ragionamento a 360 gradi, che va a ricoprire l'intero lavoro di un artista. La copertina di un disco è come la copertina di un libro: è il primo punto di contatto tra l'opera e il pubblico. Già dalla copertina, teoricamente, il pubblico dovrebbe farsi un'idea della storia che viene raccontata nell'album. È il punto di partenza ideale.

Detto questo, non sempre si segue questo percorso lineare. A volte, la copertina può essere l'ultimo elemento a essere creato, magari come frame di un video, partendo da un'estetica già esistente. Tuttavia, nel mio progetto ideale, la copertina resta la parte più importante. Mi piace partire da quella.

**Quali sono gli altri contenuti correlati? Il videoclip?**

Attualmente, la sfida in Italia è far dialogare tra loro tutti gli elementi visivi di un progetto. Spesso, copertina, videoclip, merchandising e visual vengono affidati a persone diverse, creando poca coerenza visiva. Tuttavia, negli ultimi anni, c'è stata una crescita nella cultura visiva. Si è iniziato a coordinare meglio tutti questi elementi, spesso affidando la direzione artistica a una sola persona o a un team ristretto. A Lettergram, ci capita spesso di lavorare in questo modo, e per me copertina e videoclip sono i due elementi principali. Questo perché oggi la musica si guarda più di quanto si ascolti. In un contesto dove i social dominano e non le radio, l'aspetto visivo è fondamentale. Le cose che diventano virali sono i video, grazie alla presenza dell'artista e della sua immagine. Anche la copertina è cruciale, perché appare su piattaforme come Spotify ed è il primo punto di contatto con il pubblico.

**Come si inserisce la strategia di marketing in questo processo?**

Ormai, con l'esperienza fatta su "Famoso" di Sfera Ebbasta, è nata la cultura del teaser, che anticipa il lancio di un progetto. È un po' come dire "sta per esplodere una bomba": l'attenzione e l'ansia crescono, e il pubblico diventa più coinvolto. L'annuncio graduale di un progetto, rivelando un elemento alla volta, è fondamentale. Il lancio di un progetto musicale non avviene più con l'annuncio diretto della copertina e dell'uscita, ma è un processo graduale. Un esempio efficace è quello di una bomba: se esplode all'improvviso, solo chi è vicino ne viene coinvolto. Ma se si annuncia che sta per



esplodere, si crea panico e attenzione, coinvolgendo molte più persone. Allo stesso modo, un progetto musicale è "teaserato" con piccoli indizi che creano aspettativa e interesse nel pubblico, senza rivelare subito tutti i dettagli. Questo approccio aumenta l'attenzione e l'interesse verso l'uscita finale. Tuttavia, è importante non dilazionare troppo i tempi. Prendiamo ad esempio il progetto di Tедуa sulla Divina Commedia: l'hype è stato alzato troppo e, quando l'album è finalmente uscito, l'attesa era diventata controproducente.



### Nel tuo progetto ideale, un direttore artistico si dovrebbe occupare di tutte le fasi?

Il ruolo del direttore artistico in un progetto musicale è fondamentale per garantire coerenza visiva e impatto. Questa figura deve avere la competenza di gestire tutte le componenti estetiche, assicurandosi che ogni elemento del progetto, dalla copertina all'abbigliamento, dal sito web ai visual dei concerti, rispetti una visione uniforme. È essenziale che tutti i collaboratori seguano le indicazioni del direttore artistico per evitare incoerenze che potrebbero indebolire l'efficacia del progetto.

Quando manca una direzione artistica chiara, può capitare che la copertina venga realizzata senza coordinarla con il merchandising o i visual dei concerti, risultando in un progetto frammentato. Al contrario, un progetto ben coordinato crea un impatto visivo forte e riconoscibile. Un esempio di successo è "Astroworld" di Travis Scott, dove la coerenza tra la copertina, il merchandising e il tema del parco divertimenti ha trasformato l'album in un'esperienza immersiva. Questo approccio ha reso "Astroworld" non solo un album, ma un fenomeno culturale, dimostrando come una direzione artistica efficace può elevare un progetto a qualcosa di più significativo e memorabile per il pubblico.

### Come funziona con gli artisti? Come avviene la comunicazione e come vengono gestite le idee?

Nel progetto ideale, il direttore artistico inizia con un incontro iniziale con l'artista e il suo team per discutere idee e ascoltare i brani. Si condividono immagini e si definiscono i concetti chiave. A volte l'artista porta proposte concrete, altre volte il team creativo deve formulare idee. A me è capitato spesso con Mengoni per il progetto per "Materia Terra, Pelle, Prisma".

Dopo questa fase, si crea un documento guida con riferimenti visivi, font e colori, che funge da brand identity del progetto. Questo documento aiuta a mantenere coerenza estetica durante la realizzazione di copertine, fotografie, merchandising e visual per i concerti.

La fase iniziale è cruciale per evitare caos e cambiamenti continui. Una volta stabilita la direzione creati-



Merchandising di Marco Mengoni

va, è essenziale che tutti i collaboratori, come fotografi e graphic designer, seguano le linee guida del direttore artistico. Questo assicura che ogni elemento del progetto visivo sia coerente e in linea con la visione del progetto musicale.

Il direttore artistico filtra, è questo il motivo per cui la direzione artistica è una delle sfide principali e più importanti, poiché determina il successo del progetto attraverso la sua coerenza visiva e tematica.

**Cosa pensi dell'AI? Come ha cambiato il tuo lavoro e quale ruolo ha nel tuo processo creativo?**

L'AI è uno strumento estremamente utile e innovativo, che ha rivoluzionato il nostro lavoro. Il principale vantaggio è che accelera notevolmente i tempi di produzione e consente di concretizzare idee che prima erano praticamente impossibili da realizzare.

Ad esempio, se un artista ha un'idea per una foto, con l'AI puoi già visualizzarla e adattarla senza dover necessariamente organizzare un set, contattare un fotografo, o fare altri preparativi complessi.

**Quindi, credi che l'AI possa sostituire i ruoli umani nel tuo campo?**

Non necessariamente. L'AI può certamente sostituire alcune fasi del processo creativo, ma dipende molto da come viene utilizzata. Per me, il miglior approccio è usarla come strumento di supporto alle figure creative umane, non come sostituto. Ad esempio, un fotografo o un direttore artistico può usare l'AI per creare delle reference visive prima di realizzare un progetto concreto. Questo è un grande passo avanti rispetto al passato, dove ci si basava su foto e idee già esistenti,

e dove il risultato si vedeva solo dopo le riprese.

**Saresti in grado di spiegare (attraverso un esempio concreto) come l'AI ti è stata utile in un progetto?**

Certo. Mi ricordo di un progetto per un'illustrazione di copertura che richiedeva di mostrare un artista che nuotava. Immagina quanto sarebbe stato difficile rea-

lizzare uno scatto di questo tipo se l'artista fosse stato lontano dal mare e non disponibile. In situazioni simili, come quelle che coinvolgono ambientazioni difficili, l'AI si rivela fondamentale per visualizzare e pianificare il risultato finale in anticipo.

**Quindi, come usi l'AI nel tuo lavoro quotidiano?**

Uso l'AI come integrazione agli strumenti tradizionali. È preziosa per creare bozze, visualizzare concetti e superare le limitazioni fisiche e temporali. Ma non mi piace affidarmi esclusivamente all'AI. Preferisco combinarla con le competenze umane per ottenere un risultato finale che sia sia innovativo che riflettente la visione artistica originale.

L'AI è uno strumento potente, ma il tocco umano rimane insostituibile; è importante che l'AI non diventi un sostituto del lavoro umano, ma un suo complemento.



*Immagine generata con l'AI*

**Sostanzialmente quindi la sfrutti durante la fase di creazione delle moodboard giusto?**

Esatto. L'intelligenza artificiale è uno strumento incredibilmente utile, risultando particolarmente preziosa nella fase preliminare di un progetto, come la creazione di moodboard e bozze visive. Ad esempio, se un artista ha un'idea per una foto ma non abbiamo la possibilità di realizzarla immediatamente, l'AI può generare una preview, aiutando a visualizzare il concetto senza dover organizzare un servizio fotografico costoso e complesso. Questo è utile anche per lavori che richiedono condizioni particolari, come scatti subacquei, dove l'AI può creare immagini in ambienti difficili da raggiungere. Dal mio punto di vista però, è sbagliato lasciare tutto il controllo all'intelligenza artificiale e fare un progetto totalmente slegato da qualsiasi controllo, ma puramente generato randomicamente. Quindi, ritorna sempre il discorso di prima. La direzione artistica è importante, l'idea dietro il pensiero umano è sempre la cosa più importante. Il modo in cui lo realizzi invece è indifferente: può essere una fotografia reale, un'immagine generata. Ovviamente è la svolta per tutti quei progetti in cui mancano possibilità di budget. In quei casi è una svolta che ha rivoluzionato completamente il settore, ovviamente utilizzata nel modo corretto. Basta pensare che prima chi sapeva fare le foto era necessariamente un fotografo, quindi se avevo bisogno di qualsiasi tipo di materiale fotografico dovevo o comprare delle foto già esistenti con i diritti o contattare un fotografo per farcele fare ad hoc. Adesso se ho bisogno di una foto la genero, e non ho nessun problema di diritti, di tempistiche, di budget e non devo andare sotto la pioggia dall'altra parte del mondo a fare degli scatti.

**Pensi sia necessario dichiararne l'utilizzo?**

A mio avviso, non è sempre necessario dichiarare l'uso dell'AI in contesti artistici. Non vedo motivo di dover esplicitare come è stato creato un artwork, a meno che

non si tratti di contesti particolari, come concorsi di fotografia o situazioni in cui l'AI viene usata per manipolare immagini in modo da diffondere informazioni fuorvianti. L'industria della moda, ad esempio, è piena di immagini ritoccate senza che venga specificato il tipo di manipolazione effettuata. Le immagini sulle riviste sono spesso modificate per apparire migliori, e questo è accettato come parte del processo creativo. Analogamente, se un'opera è stata creata con l'AI, non vedo perché questo debba essere dichiarato esplicitamente. È un po' come la fotografia: che sia analogica o digitale, l'importante è il risultato finale. Tuttavia, se l'AI viene utilizzata per creare contenuti che potrebbero ingannare o fuorviare, come immagini di atti illegali, allora è importante essere trasparenti su come e perché sono state create.

**Nel caso di un artwork realizzato con AI, pensi sia volontario non dichiararne l'utilizzo? Magari per timore che venga considerato inferiore?**

No, non la vedo come una scorciatoia, c'è un po' il taboo ma la vedo come una cosa stupida.

Si, mi rendo conto che per esempio un artwork in 3d richieda un sacco di tempo, mentre lo stesso risultato con l'AI si può ottenere in 3 minuti.

A parità di effort i 3 minuti di AI contro le 3 settimane di lavoro di 3d per l'artista che ci ha lavorato dietro ovviamente può far venire un po' di invidia e può essere visto come "Ah no, io siccome l'ho fatto in 3d valgo di più di te che l'hai fatto con l'AI perché c'è meno effort dietro". Però ciò è completamente sbagliato, sarebbe come dire che un quadro astratto vale di meno solo perché non è iper realistico, perché per fare un quadro iper realistico ci vuole più tecnica e tempo di una tela dipinta completamente di blu, ma non per questo un quadro astratto vale meno di uno realistico. La logica è sempre quella: è il risultato finale che viene valutato, non il processo dietro con cui ci sei arrivato. Quello è un valore per chi l'ha creato, non per chi riceve l'artwork finale.

Qualitativamente al pubblico non interessa quello che c'è dietro, se non ai più curiosi ovviamente. Ma se ci hai messo 5 anni per realizzare una copertina perché l'hai dipinta a mano, e lo stesso effetto è stato ottenuto con l'AI in 3 minuti, a me, pubblico, poco importa.

Se mi piace mi piace, non importa quante difficoltà ci sono dietro.

**Durante la creazione di un artwork un artista musicale collabora con uno digitale. In che modo traggo vantaggio a vicenda? Si tratta di sfruttamento? Conviene a entrambe?**

Quando un artista musicale collabora con un artista digitale per la creazione di un artwork, entrambi possono trarne vantaggio, ma i benefici non sono sempre equamente distribuiti.

In generale, l'artista musicale è colui che trae il maggior vantaggio. Questo perché il progetto è concepito per il suo pubblico di fan, e il risultato finale serve a promuovere la sua musica e il suo brand. Per esempio, se Salmo utilizza un'opera d'arte per un suo progetto, è il suo pubblico a vedere e apprezzare il lavoro, non necessariamente i fan dell'artista digitale.

Tuttavia, ciò non significa che l'artista digitale non beneficerà dalla collaborazione. Per l'artista visivo, partecipare a progetti musicali di alto profilo rappresenta un'importante opportunità di visibilità. Prendiamo, ad esempio, il fotografo David LaChapelle, noto per le sue collaborazioni con artisti come Travis Scott. Sebbene il suo lavoro per "Astroworld" non abbia necessariamente aumentato la sua fama, ha sicuramente contribuito a farlo notare nel contesto di un progetto di grande impatto. Allo stesso modo, il suo lavoro con Tedsy, un artista italiano, ha dimostrato la sua disponibilità a esplorare nuovi mercati e a collaborare su progetti di diversa portata.

Nel caso di collaborazioni tra artisti di fama e quelli meno noti, il risultato può essere visto come una firma di qualità, soprattutto se il nome del fotografo è riconosciuto a livello internazionale. Tuttavia, per i fan dell'artista musicale, la notorietà dell'artista digitale è solo un aspetto secondario rispetto alla musica e al progetto stesso. I fan di Tedsy, per esempio, potrebbero non essere particolarmente interessati al nome di LaChapelle, ma apprezzano il lavoro artistico nel contesto della loro musica preferita. La visibilità che l'artista digitale ottiene può anche aiutare a costruire la sua reputazione in nuovi contesti e tra nuovi pubblici.

In sintesi, mentre l'artista musicale può beneficiare maggiormente della visibilità e dell'attenzione che riceve il progetto, l'artista digitale ottiene comunque un'importante opportunità di visibilità e di espansione del proprio lavoro. La collaborazione diventa così una piattaforma per tutti e due, creando un prodotto finale che unisce le competenze e le visioni artistiche di entrambi, offrendo benefici reciproci anche se il vantaggio principale va all'artista musicale. Questo scambio può portare a nuove possibilità e connessioni, amplificando l'impatto di entrambi nel panorama artistico e musicale.

**“La musica,  
nel nostro  
periodo  
storico,  
si guarda più  
di quanto  
si ascolti”**

**-Andrea J. Di Marco**

06

---

Femme



# Chi è Femme

*Francesca Cancellieri, in arte Femme, è una cantautrice romana nata nel 1999. Si avvicina al canto all'età di 11 anni e inizia presto a farsi notare partecipando a diversi talent show. Attualmente vive a Milano, dove collabora con il suo produttore Exa Prod e il suo manager.*



**“Energia, irriverenza.  
Amo il divertimento,  
amo uscire, amo con-  
dividere, amo stare  
in mezzo alla gente.”**

**-Femme**

# Discografia

*Caronte*  
Singolo



*La mia paranoia*  
Singolo



# 2022

*Viziata*  
Singolo



*Mostri*  
Singolo



*Pink*  
Singolo



*Mama non mama*  
Singolo



# 2023

*Si legge Fèè*  
EP



*Non cambierò*  
Singolo



# 2024

## *Mille bolle blu*

Nel marzo 2024 è stato avviato un contatto con Femme, che necessitava con urgenza di una copertina per un brano in uscita, con una scadenza fissata a una sola settimana. Di fronte a tale richiesta stringente, è stata colta l'opportunità di procedere rapidamente. Considerando le tempistiche ristrette, che rendevano impraticabile l'organizzazione di uno shooting fotografico o la realizzazione di un'illustrazione originale, è stata scelta l'AI come mezzo più rapido ed efficace per soddisfare le esigenze del progetto.

Per la creazione dell'artwork, Femme ha fornito direttive precise sulle estetiche da seguire, in quanto gli altri contenuti correlati erano già stati definiti e organizzati. Di conseguenza, la copertina si è allineata a quelle scelte visive. Il videoclip del brano, girato in un paesaggio di colline e ricca vegetazione, ha influenzato la richiesta di includere questi elementi nella copertina del singolo, per assicurare coerenza visiva e narrativa tra i diversi materiali del progetto.

## TESTO

Per ogni cicatrice ci ho fatto un tatuaggio,  
ho scavato nella pelle da quando  
combatto col passato,  
non per lui in sé, ma più per quello che c'è stato  
che mi lascia senza fiato tra le vie dell'odio.  
Lui mi dice non m'importa  
se dovrò aspettare ancora tra i tuoi sbalzi  
siamo ancora senza errori.

Si vede come mi guardi,  
lo vedi non siamo bugiardi,  
lo sento quando mi ami

sola in mezzo ai miei piani  
che mi fa schifo perché fa paura  
quando ti apro la porta tu  
me la chiuderai in faccia  
che mi fotterà come bolle di sapone nell'aria  
che mi fotterai come la notte senza luna.

Blu le mille bolle blu,  
tutto grigio intorno a me  
il vestito corto che tu mi toglieresti se  
ti portassi con me  
tra le stelle.

## TEMI

### *Contrasto tra realtà e illusione*

Si percepisce un conflitto tra ciò che si desidera e la realtà delle situazioni, come il riferimento alle “bolle di sapone” che simboleggiano qualcosa di bello, ma effimero e fragile.

### *Desiderio di libertà e evasione*

Il riferimento a portare qualcuno “tra le stelle” suggerisce un desiderio di fuga dalla realtà per cercare uno spazio sicuro lontano dalle paure e dalle delusioni.

### *Lotta con il passato*

Si percepisce una continua battaglia interiore con i ricordi e le esperienze passate, che hanno lasciato segni profondi e ancora influenzano il presente.

### *Desiderio di libertà ed evasione*

Il riferimento a portare qualcuno “tra le stelle” suggerisce un desiderio di fuga dalla realtà per cercare uno spazio sicuro lontano dalle paure e dalle delusioni.

### *Amore e vulnerabilità*

Il testo esplora il sentimento dell’ amore accompagnato dalla paura della vulnerabilità e del rifiuto. Si evidenzia il contrasto tra il desiderio di aprirsi e il timore di essere feriti.

### *Cicatrici e tatuaggi*

Le cicatrici rappresentano le ferite emotive del passato e i tatuaggi simboleggiano il tentativo di dare un significato o trasformare il dolore in qualcosa di visibile e tangibile.



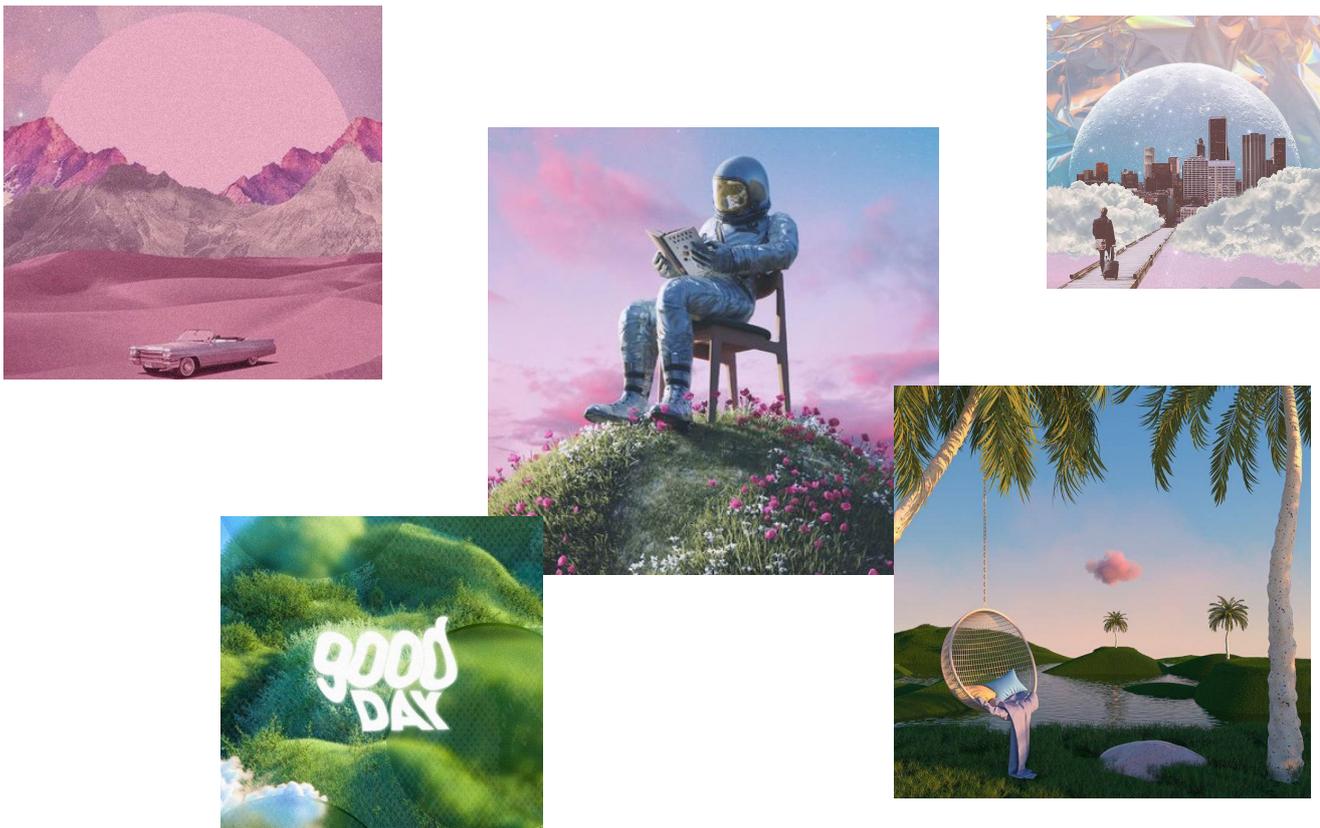
VIDEOCLIP "MILLE BOLLE BLU"

# MOODBOARD

## Type



## Composizione ed elementi



## COPERTINA



La copertina è stata realizzata attraverso un collage di elementi generati con l'intelligenza artificiale, con ogni oggetto selezionato per il suo significato particolare per Femme e per riflettere i temi del brano. L'orologio simboleggia il passare del tempo e un passato difficile da dimenticare, mentre le farfalle rappresentano il desiderio di libertà e fuga dalla realtà. L'artista stessa, riconoscibile dai suoi capelli rosa, è inclusa nella com-

posizione, che è racchiusa in una bolla di sapone per richiamare il titolo del brano e le sue tematiche di amore effimero e fragile.

La scelta cromatica segue le indicazioni dell'artista, con il verde, il blu del cielo e il rosa, colore ricorrente nel personaggio di Femme. L'atmosfera creata è quella di un mondo fatato e distante dalla realtà, un effetto ottenuto in modo ideale grazie all'uso dell'IA.



**07**

---

**Fino alle tre**

# Testo

Uno, due, tre.  
Mi ammalo di malinconia,  
ho trovato l'amore nei libri,  
nei film delle vite degli altri,  
non riesco a guarire più

e quando pioverà forte  
lacrime del passato  
urleranno il tuo nome  
e ne cadranno ancora

si forse un po' ti penso,  
baciami e ti spiego  
che cos'è che c'ho dentro,

un sole po' lunatico  
forse no non mi capirò  
la goccia del mio vaso  
no non è stato un caso.

Un sospiro sfuggito,  
un sorriso spento,

nel buio della notte,  
nel vento,  
un sospiro sfuggito,  
un sorriso spento,  
nel buio della notte.

Voglio stare da sola  
o incontrarti per strada,  
ritrovarti negli occhi di un altro  
fino alle 3.

La mia borsa è stra piena  
e le chiavi di casa  
non verranno con me,  
non verranno con me.  
No no no no non tornerò  
stanotte no no no no non tornerò  
fino alle 3.  
voglio stare da sola.  
Stanotte no no no no non tornerò,  
no no no no non tornerò fino alle 3  
fino alle 3.

Nel mio mondo l'amore è fragile,  
ogni giorno sembra sfuggire,  
dove tutto è passeggero,  
destinato a svanire,  
ma la mia forza non sta nei pugni  
dati al muro con gli occhi chiusi  
tra mille pensieri confusi,  
li ho buttati tutti nei miei testi  
più cupi.

Tu sospiri la notte,  
non trovi risposte  
a questi cliché,  
tutto passa di notte,  
solo i lampioni della città accesi  
per me.

Un sospiro sfuggito,  
un sospiro spento,  
nel buio della notte,  
nel vento,  
un sospiro sfuggito,

un sospiro spento,  
nel buio della notte.

Voglio stare da sola  
o incontrarti per strada,  
ritrovarti negli occhi di un altro  
fino alle 3.

La mia borsa è stra piena  
e le chiavi di casa  
non verranno con me,  
non verranno con me.  
No no no no non tornerò  
stanotte no no no no non tornerò  
fino alle 3,  
voglio stare da sola.  
Stanotte no no no no non tornerò,  
no no no no non tornerò fino alle 3  
fino alle 3.

# Analisi del brano

*La canzone affronta i temi dell' indipendenza, del distacco dal passato, della paura di amare e della ricerca di libertà personale, esprimendo il desiderio di vivere nel presente senza farsi condizionare dalle ferite e dalle malinconie precedenti.*



## TEMI

### *Indipendenza*

Il brano esplora il tema dell'indipendenza e del distacco dal passato, esprimendo il desiderio di libertà e solitudine della protagonista. Attraverso immagini come le chiavi di casa lasciate indietro, viene simbolizzato il rifiuto di tornare indietro e la decisione di vivere al di fuori delle vecchie abitudini e relazioni. La frase "no no no no non tornerò fino alle 3, voglio stare da sola" enfatizza la volontà di ritagliarsi uno spazio personale, lontano dalle responsabilità e dalle aspettative degli altri. Femme cerca di distanziarsi dalle ferite e dalle malinconie del passato, rappresentate dalle "lacrime del passato" e dai "sorrisi spenti nel buio della notte".

Questa scelta di indipendenza, sebbene carica di malinconia, riflette una necessità di proteggersi e di esplorare se stessa senza vincoli emotivi o pressioni esterne. Preferisce infatti trovare conforto nelle vite degli altri, nei libri e nei film, piuttosto che in relazioni che potrebbero ferirla ulteriormente.

Il brano rappresenta una ricerca di autonomia emotiva e la decisione di vivere il presente senza essere troppo condizionata dal passato. È un atto di rivendicazione della propria libertà e un tentativo di ritrovare la propria strada in modo indipendente, affrontando le sfide della solitudine e dell'auto-riflessione. L'indipendenza diventa così non soltanto un modo per distaccarsi dai problemi, ma anche un percorso di crescita personale, di forza interiore e di consapevolezza di sé.

### *Amore*

Nel brano, l'amore si manifesta nelle piccole cose quotidiane, come nei libri, nei film e nelle vite degli altri, ma c'è una chiara resistenza a viverlo pienamente.

Femme esprime una paura di amare, alimentata da un passato che riaffiora con malinconia e ricordi dolorosi ("lacrime del passato urleranno il tuo nome").

Nonostante queste emozioni, prevale la volontà di restare sola, scegliendo l'indipendenza e il distacco. L'amore è percepito come qualcosa di complesso e sfuggente, e i pensieri negativi e nostalgici vengono riversati nei testi, quasi a volerli esorcizzare e creare una distanza emotiva da essi.

### *Tempo*

Nella canzone, il tempo è descritto come qualcosa di sfuggente e transitorio, che inevitabilmente porta via tutto, inclusi gli amori e le esperienze vissute.

Questa fugacità del tempo viene percepita come una forza che rende le emozioni fragili e temporanee, suggerendo un senso di precarietà nelle relazioni e nei momenti della vita.

C'è un forte richiamo a vivere il presente senza soffermarsi troppo sul passato, un invito a cogliere l'attimo e a non lasciarsi sfuggire le opportunità di oggi.

Si abbraccia così un approccio "carpe diem", dove si cerca di godersi ogni istante senza lasciarsi imprigionare dal rimpianto.

# Ispirazioni

*Per creare una copertina efficace è fondamentale trovare ispirazioni attraverso varie forme d'arte, come il cinema, la fotografia e le arti visive, esplorando temi e stili che rispecchiano il personaggio e l'essenza del progetto.*



**AUTORITRATTO DI FRIDA KAHLO (1940)**

## ISPIRAZIONE PER LA CREAZIONE DELL'ESTETICA DI FEMME

### Frida Kahlo

Frida Kahlo inizia a dipingere autoritratti perché, come lei stessa afferma, “passo molto tempo da sola e sono il soggetto che conosco meglio.” Nei suoi lavori, Frida esplora temi di passione per la vita e desiderio di libertà, incarna una vitalità straordinaria e appare sempre sicura di sé. Attraverso la sua arte, ha rivoluzionato la rappresentazione della femminilità e dell'autonomia personale. Credeva nell'amore in un modo progressista, sfidando le norme del suo tempo riguardo il ruolo delle donne nelle relazioni di coppia. Con numerosi amanti e un approccio audace, si fece strada in un mondo dominato dagli uomini, senza precedenti né nell'arte né nella società. Frida rappresenta uno spirito indipendente e libero, capace di esprimersi senza timori e di sfidare le opinioni altrui con coraggio. L'estetica di Frida Kahlo è profondamente intrecciata con la sua identità personale e artistica. Il suo modo di vestirsi, di acconciarsi i capelli, gli abiti e le perline autoctone, così come il suo rifiuto di conformarsi agli standard di bellezza depilando sopracciglia e labbro superiore, hanno costruito un'immagine iconica e riconoscibile. Frida trasforma il suo corpo e il suo stile in un'opera d'arte vivente,

utilizzandoli per esprimere la propria connessione con le radici indigene messicane e il suo rifiuto delle convenzioni sociali. Un esempio emblematico di questa sfida alle aspettative è “Self-Portrait with Cropped Hair” dove Frida si ritrae con i capelli corti e abiti maschili. Questo autoritratto simboleggia la sua determinazione a distanziarsi dalle aspettative amorose e sociali,

cercando una nuova identità e solitudine dopo la separazione dal suo marito, il famoso pittore Diego Rivera. Il quadro esprime il rifiuto della tradizionale femminilità e la ricerca di un sé più autentico e libero, incarnando la forza interiore e l'intransigenza che hanno definito la vita e l'opera di Frida Kahlo. L'artista offre un perfetto modello di come l'espressione personale, l'indipendenza e un'estetica distintiva possano combinarsi per creare un personaggio forte, riconoscibile e autentico. La volontà di Femme di rimanere fedele a se stessa e di affrontare la vita senza compromessi richiama uno spirito indomito simile a quello di Kahlo.



*“Self-Portrait with Cropped Hair”  
di Frida Kahlo (1940)*

L'uso di simboli visivi, colori e stili distintivi contribuirà a definire e comunicare l'essenza del suo personaggio, creando una forte identità artistica.

## RAPPRESENTAZIONE DEI VALORI DI FEMME IN ALTRI AMBITI ARTISTICI

*Marina Abramović*



**"THE ARTIST IS PRESENT" DI MARINA ABRAMOVIĆ (2010)**

Marina Abramović, nella sua performance "The Artist is Present" (2010), esplora in modo profondo i temi dell'indipendenza e del distacco emotivo, valori che rispecchiano quelli di *Femme*. Nella sua installazione al MoMA, Abramović si siede immobile e in silenzio, mentre i visitatori si alternano nel sedersi di fronte a lei. Questo confronto silenzioso evidenzia la vulnerabilità e le difficoltà di aprirsi agli altri, pur mantenendo una profonda indipendenza personale. La performance di Abramović dimostra che la vera indipendenza non è semplicemente la solitudine, ma la capacità di confrontarsi con le proprie emozioni e reazioni senza temere il giudizio esterno. Rimanendo ferma e immutabile di fronte a un pubblico di sconosciuti, l'artista mostra come il distacco

e l'autosufficienza possano essere manifestazioni di una profonda connessione con se stessi. Questa esperienza non è soltanto un atto di isolamento fisico, ma anche una riflessione sulla capacità di mantenere la propria integrità emotiva e autentica anche in presenza degli altri. Inoltre, "The Artist is Present" supera l'isolamento per sfidare le convenzioni tradizionali dell'arte e del ruolo del performer. Abramović si distacca dalle aspettative del pubblico e dalle norme artistiche, restando fedele alla sua visione. Questo approccio riafferma la sua indipendenza creativa, trasformando l'isolamento in un'esperienza condivisa e unica, e dimostra che la vera indipendenza può emergere anche attraverso un autentico confronto con gli altri.

*Juno Calypso***"POPCORN VENUS" (2012)****"12 REASONS YOU'RE TIRED ALL THE TIME" (2013)**

Juno Calypso, fotografa britannica nata nel 1989, è nota per i suoi autoritratti che esplorano temi di femminismo, isolamento e solitudine. Lavorando in solitudine, Calypso ha creato immagini altamente stilizzate di se stessa, impersonando un alter-ego immaginario di nome "Joycé" in ambienti insoliti.

La serie "Joycé", insieme alle altre opere di Calypso, si distingue per la cura meticolosa nei set fotografici, che presentano un'estetica raffinata e patinata, valorizzando gli ambienti privati e attribuendo un ruolo centrale agli spazi domestici.

Un aspetto distintivo del lavoro di Calypso è l'uso frequente degli specchi nei suoi autoscatti. Questo elemento ricorrente non soltanto riflette il suo aspetto fisico,

ma diventa anche un simbolo di indipendenza e introspezione, enfatizzando la sua relazione con se stessa e il suo spazio personale.

Le ambientazioni scelte e la preferenza per formati ampi, poco comuni negli autoritratti, evidenziano l'importanza dell'ambiente nel suo lavoro.

Un tema centrale delle sue opere è la critica alla femminilità e all'assimilazione degli stereotipi imposti dalla società contemporanea, come felicità, erotismo e bellezza. In "Joycé", per esempio, l'artista mette in scena pratiche di bellezza oppressive, come l'inquietante maschera facciale antirughe elettrica nell'opera "12 Reasons You're Tired All the Time" (2013), riflettendo così su come questi stereotipi influenzino e limitino le donne.



**SERIE "JOYCE" (2013)**

**“I used to photograph Joyce to critique the artificial construction of femininity. However, I’ve come to realize that the real issue isn’t the makeup or odd beauty devices, but rather how society treats women who invest heavily in their appearance.”**

**-Juno Calypso**

## STRUMENTI UTILIZZATI PER ESPRIMERE INDIPENDENZA: LO SPECCHIO NEL MONDO DELLA FOTOGRAFIA

*Fabio Lovino*



Il ritratto di Tilda Swinton del 1991, realizzato da Fabio Lovino, utilizza lo specchio a tre facce per esaltare la profondità e il mistero del volto dell'attrice, creando un'immagine che riflette un aspetto senza tempo. Questo specchio, noto come "miroir de voyage," è scelto deliberatamente per le sue angolazioni multiple, che permettono di catturare il volto di Swinton da prospettive diverse e complesse, enfatizzando il suo carattere enigmatico e magnetico.

Per Lovino, l'idea di creare un'immagine "un po' bergmaniana" richiama l'influenza del cinema di Ingmar Bergman, noto per i suoi ritratti psicologici intensi e la sua esplorazione della condizione umana.

L'elemento speculare, quindi, diventa un mezzo per indagare e rappresentare il conflitto interiore e la ricchezza emotiva del soggetto, aggiungendo una dimensione di profondità e riflessione al ritratto di Swinton.

*Guy Bourdin*

Guy Bourdin è celebre per il suo approccio innovativo alla fotografia di moda, caratterizzato dall'uso distintivo degli specchi. Attraverso l'impiego di questi riflessi, Bourdin frammenta, moltiplica e distorce la realtà, infondendo ai suoi scatti un'atmosfera surreale e onirica. La sua estetica gioca con il contrasto tra bellezza e inquietudine, sfidando le convenzioni visive del suo tempo e creando immagini che continuano a ispirare e influenzare fotografi contemporanei.

Bourdin è riconosciuto per la sua narrazione complessa, che mescola sensualità, erotismo e provocazione in una chiave ironica, associando questi elementi a oggetti e simboli del mondo della moda. Il fine è quello di stimolare una riflessione nello spettatore.

Le sue fotografie, cariche di significato e ambiguità, richiedono un'analisi attenta e approfondita per cogliere la vera essenza dell'opera, andando oltre la superficie e i significati apparenti.

*Francesca Woodman*

Francesca Woodman, nata a Denver, Colorado, nel 1958, è una figura enigmatica nel panorama della fotografia contemporanea. Le sue opere, realizzate durante l'adolescenza, offrono una profonda esplorazione dell'identità, della femminilità e della complessità della condizione umana. In ogni scatto, Woodman non appare come una presenza statica o superficiale, ma piuttosto come una figura in movimento, sfocata e quasi evanescente, come se fosse un fantasma nel proprio corpo.

Il corpo è al centro della sua indagine: un corpo giovane e vitale, spesso collocato in spazi decadenti, come edifici abbandonati e case dalle pareti scrostate. Questa contrapposizione tra il vigore del corpo e l'ambientazione fatiscante crea un contrasto che amplifica la malinconia e la fragilità presenti nelle sue immagini.

Inoltre, un elemento distintivo e ricorrente nel lavoro di Woodman è l'uso dello specchio.

Nella serie "Self Deceit", lo specchio diventa un protagonista essenziale, non soltanto riflettendo, ma amplificando e distorcendo l'immagine del corpo. Questo strumento non è semplicemente un mezzo tecnico per la registrazione dell'immagine, ma un simbolo ricco e complesso della ricerca di identità e del processo di auto-riflessione.

L'uso degli specchi nelle sue opere esplora l'idea di apparizione e occultamento, creando un gioco di riflessi che amplifica la metamorfosi dell'identità fisica e spirituale. Woodman utilizza lo specchio per indagare la dualità tra l'aspetto esteriore e l'esperienza interiore. Attraverso l'uso degli specchi, riesce a esprimere le contraddizioni e le complessità dell'identità: l'immagine riflessa spesso non corrisponde completamente alla realtà del corpo, ma serve a esplorare la trasformazione e la fluidità del sé. Lo specchio diventa così un campo di battaglia simbolico, dove la presenza e l'assenza, la realtà e l'illusione si confrontano. In questo spazio riflessivo, il corpo si dissolve e si ricompone, mostrando l'inevitabile conflitto tra l'immagine esteriore e l'identità interiore.



La riflessione nello specchio diventa un campo di battaglia tra presenza e assenza, tra la verità del corpo e le sue illusioni, e sfida l'osservatore a confrontarsi con la complessità dell'essere. Francesca Woodman non si limita a rappresentare la realtà; la sua arte va oltre, cercando di esplorare e rendere visibile l'invisibile, di giocare con i confini tra corpo e spirito. Lo specchio nelle sue opere non è semplicemente un riflesso, ma un mezzo per evocare la complessità dell'esperienza umana, per rivelare l'essenza del sé attraverso l'atto di osservare e riflettere.



[untitled] (1975)



Self-Deceit #1 (1978)



[untitled] (1975-1976)



"L'effimero e l'eterno" (1975-1976)

## STRUMENTI UTILIZZATI PER ESPRIMERE INDIPENDENZA: LO SPECCHIO NEL MONDO CINEMATOGRAFICO

### *Alice attraverso lo specchio*



Il film "Alice attraverso lo specchio" del 2016 è ispirato all'omonimo celebre romanzo di Lewis Carroll del 1871. In questa narrazione lo specchio trascende il suo ruolo di semplice riflesso della realtà, diventando un portale verso mondi alternativi e complessi. Per Alice, esso simboleggia l'esplorazione di nuove dimensioni e la possibilità di andare oltre le apparenze. Attraversandolo, Alice scopre che dietro il riflesso si celano innumerevoli

scenari e opportunità, accessibili soltanto a chi ha il coraggio di oltrepassare il visibile. Questo viaggio è una metafora della crescita e della maturazione: Alice comprende che, sebbene non possa cambiare il passato, può accettarlo e apprendere dalle proprie esperienze, anche dolorose, riconoscendo che la vera maturità deriva dalla capacità di accogliere la perdita per avanzare con una rinnovata consapevolezza interiore.

*Biancaneve*

# “Specchio, specchio delle mie brame, chi è la più bella del reame?”

Nel racconto di Biancaneve, lo specchio rappresenta una ricerca inesorabile della verità. Ogni mattina, la Regina cattiva consulta lo specchio per confermare la sua bellezza, ricevendo sempre lo stesso riscontro: “Sei tu, mia regina.” Tuttavia, con il tempo e con la crescita di Biancaneve, lo specchio rivela un cambiamento sconvolgen-

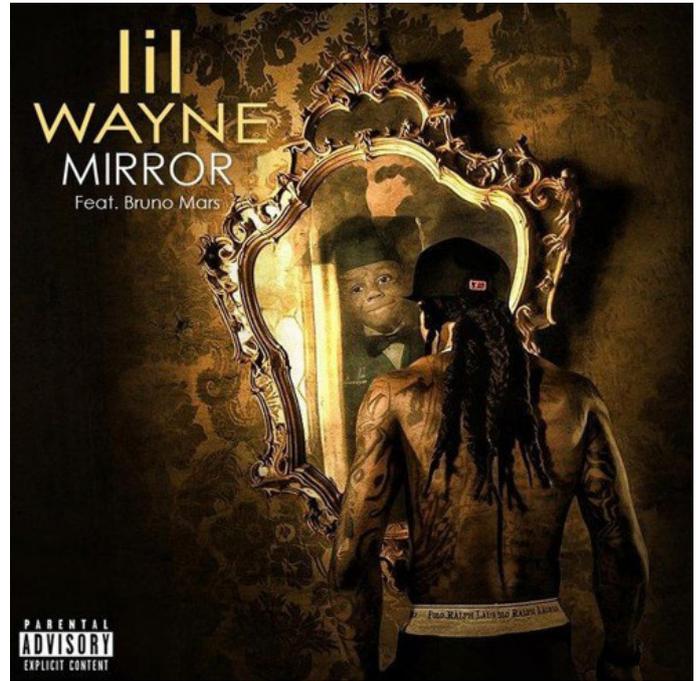
te: la bellezza della giovane supera quella della Regina. In questo contesto, lo specchio diventa uno strumento temuto perché riflette la verità senza filtri, costringendo la Regina a confrontarsi brutalmente con la realtà e con se stessa, rivelando che la bellezza e il potere sono effimeri e soggetti al cambiamento.



## STRUMENTI UTILIZZATI PER ESPRIMERE INDIPENDENZA: LO SPECCHIO NEL MONDO MUSICALE



"Mirror, mirror" di F. Hero e Milli (2021)



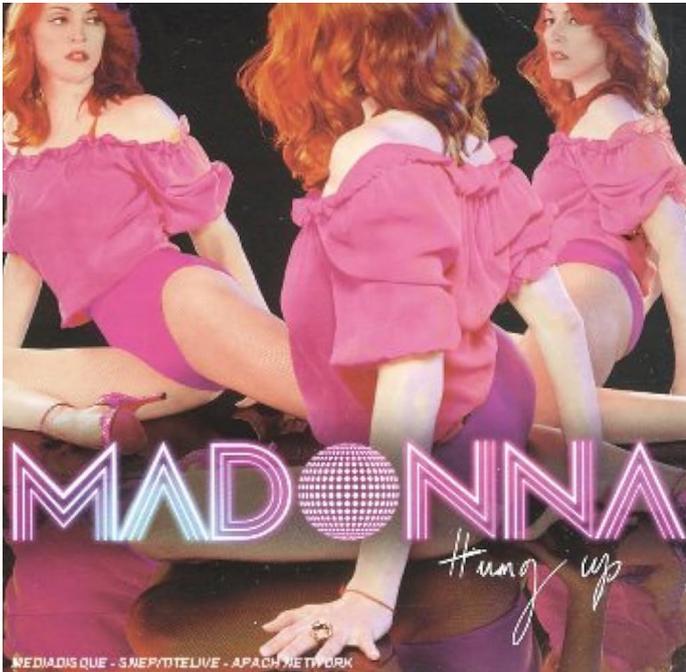
"Mirror" di Lil Wayne feat. Bruno Mars (2011)



"Le mie mille me" di Levante (2016)



"Specchio" di Ariete (2022)



"Hung up" di Madonna (2005)



"Pa quererte" di Rels B (2022)

Anche nel mondo musicale, lo specchio viene utilizzato per evocare il concetto di introspezione e autoriflessione, diventando un potente simbolo visivo. Spesso, il cantante è rappresentato come l'elemento centrale dell'artwork, riflesso nello specchio, che assume così il ruolo di strumento per il confronto con se stessi. Questo elemento invita non solo l'artista ma anche il pubblico a guardarsi dentro, affrontando la propria realtà e scoprendo le proprie emozioni.

Lo specchio funge da catalizzatore per riflessioni più profonde, spesso incentrate sul passato e su tutto ciò che ha contribuito a formare l'identità dell'artista. Un esempio significativo è la copertina di "Mirror" di Lil Wayne feat. Bruno Mars, dove Lil Wayne è rappresen-

tato mentre si guarda allo specchio. Qui, il riflesso non mostra solo l'artista nel presente, ma evoca anche la sua immagine da bambino, visualizzando i temi trattati nel brano e rappresentando un dialogo visivo tra il passato e il presente dell'artista.

Quando si utilizzano gli specchi, la tecnica impiegata è generalmente quella della fotografia, che sfrutta angolazioni particolari per mostrare il soggetto da diverse prospettive. Un esempio è la copertina di "Hung Up" di Madonna, dove l'uso dello specchio intensifica l'attenzione sull'artista, rendendola il centro dell'artwork. In questo caso, l'intera comunicazione visiva si basa sull'uso dello specchio come elemento metaforico, aggiungendo profondità al messaggio visivo.

# Linguaggi e tecniche

*“Fino alle tre” è un brano pop che incorpora influenze afro-beat. La copertina dell’album presenta uno scatto fotografico che riflette queste tendenze musicali. La composizione della copertina è arricchito da un elemento metaforico precedentemente esplorato: lo specchio.*

## LINGUAGGI

### *Creazione di un immaginario attorno all’estetica dell’artista*

Femme è una donna forte, indipendente e sicura di sé, che domina il suo mondo con sicurezza. La sua estetica è legata alle vibes afro-pop della sua musica.

L’ambientazione è infatti costituita da una giungla lussureggiante, densa di vegetazione, dove lei è la protagonista assoluta.

### *Utilizzo di elementi metaforici: specchi*

Gli specchi non riflettono solamente la sua immagine, ma anche diverse fasi della sua vita o aspetti di sé. Ogni specchio mostra una versione diversa di Femme, suggerendo come il tempo passi e come la sua identità evolva. “Lo specchio è uno strumento d’indagine per comprendere meglio se stessi, implicando sempre una forma di autoriflessione e intimità.” (cit. Szarkowski).

Ora infatti, nella sua vita c’è spazio solo per se stessa. Femme sa di dover vivere ogni momento al massimo, accettando il cambiamento e concentrandosi completamente su di sé e sul suo presente. Femme presenta lo stesso approccio anche nei confronti dell’amore, dichiarando infatti di non provarlo più, seppur notandolo in tutte le cose.

## TECNICHE

### *Fotografia*

- esaltazione dei colori fino a renderli surreali

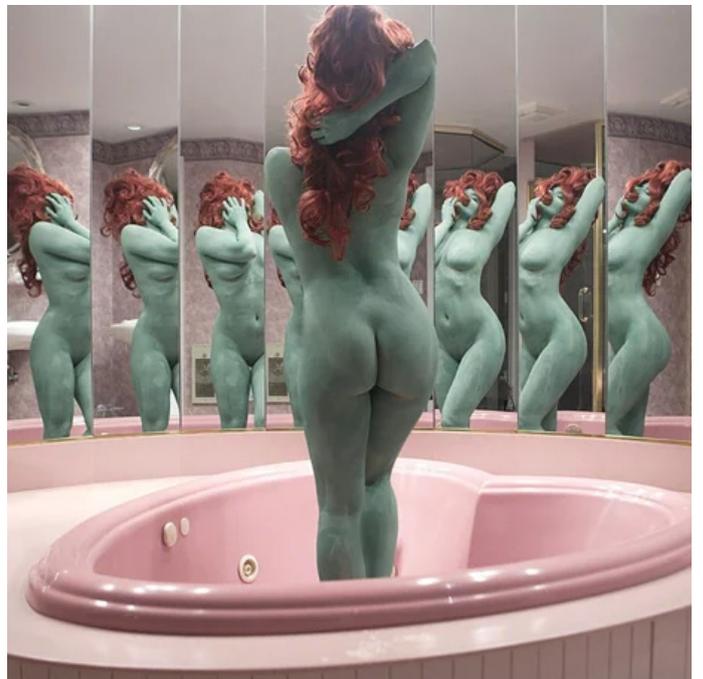
## ISPIRAZIONE ARTISTICA

Lo scatto si ispira alla serie di Juno Calypso, “The Honeymoon Suite” realizzato nel 2015.

Immersa nella solitudine quasi inaccessibile di una camera d’albergo riservata abitualmente a coppie in luna di miele, Joyce, l’alter ego dell’artista londinese Juno Calypso, si presenta in un ambiente d’altri tempi. Circondata da arredi antiquati e pareti color pastello, la giovane donna mostra oggetti di bellezza superati e dubbi, accentuando l’atmosfera surreale e inquietante

delle sue fotografie. L’identità di Joyce si riflette esclusivamente nello specchio, focalizzata solo sul proprio aspetto esteriore, incarnando una femminilità plasmata dalle logiche di mercato e dai desideri del consumismo. La sua posizione di schiena simboleggia la sua distanza dall’amore, incapace di provarlo. Gli specchi, che riflettono soltanto la sua immagine, rappresentano la sua ricerca di solitudine, indipendenza e libertà.

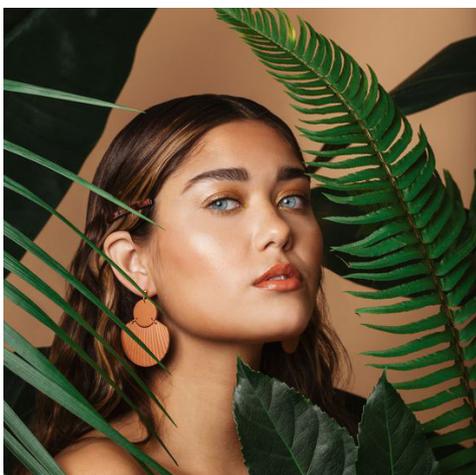
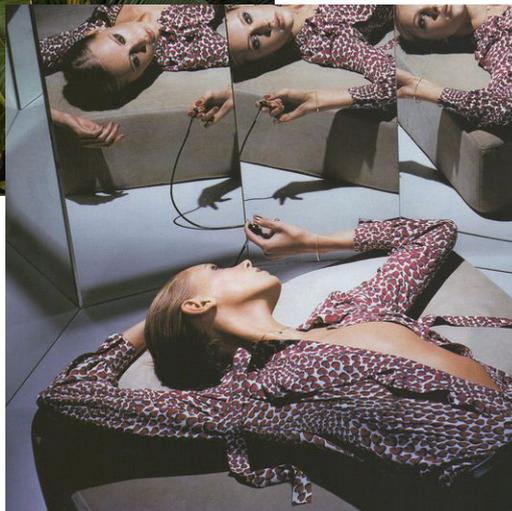
**ISPIRAZIONE ARTISTICA- REFERENCE PRINCIPALE**



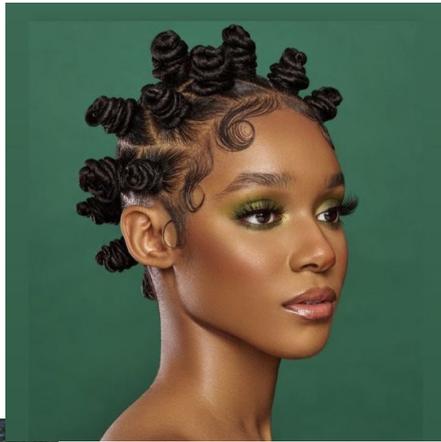
# Moodboard

*Le moodboard hanno facilitato l'organizzazione dello scatto, evidenziando lo stile della fotografia e i vari elementi da curare*

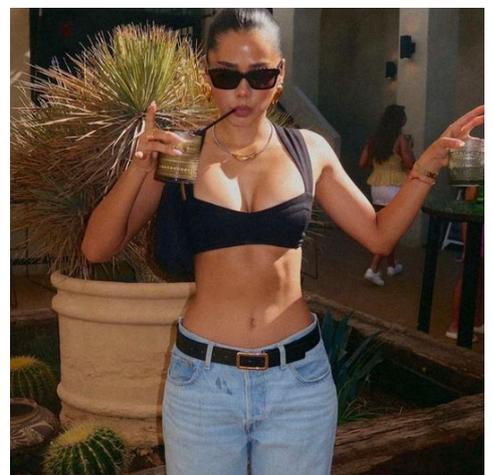
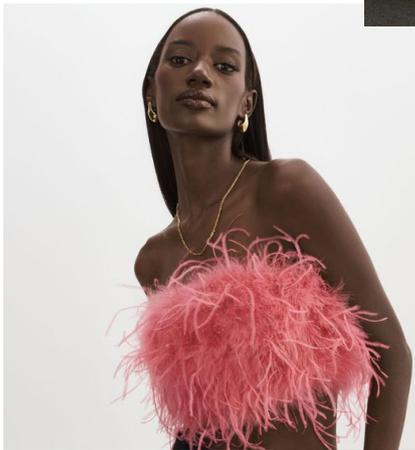
## SET



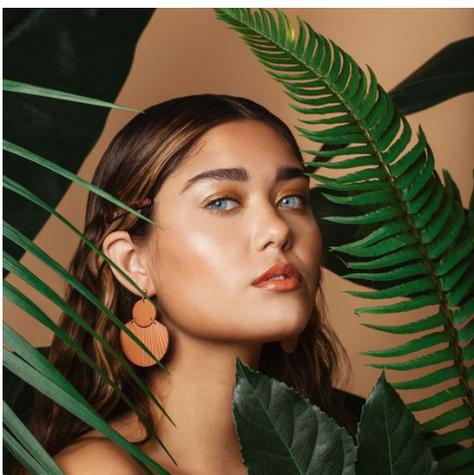
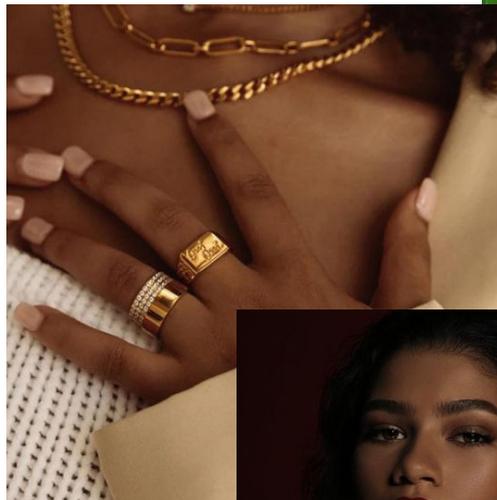
## HAIRSTYLE E MAKE UP



# STYLING



## ALTRI SCATTI



# Copertina

---



## CONCEPT

La copertina del brano “Fino alle tre” è concepita per esprimere la forza e l’indipendenza dell’artista attraverso un’immagine fotografica ricca di simbolismi.

Nella scena, l’artista è sdraiata di schiena, circondata da specchi che moltiplicano il suo riflesso, ognuno con una diversa espressione della sua identità. Gli specchi, usati come potente metafora, rappresentano le molteplici sfaccettature di Femme: ogni riflesso esplora un lato differente di sé, sottolineando la consapevolezza della sua autonomia e l’accettazione delle varie dimensioni del proprio essere.

La scelta di posizionare Femme come protagonista assoluta nella composizione è un chiaro tributo alla sua ritrovata libertà e indipendenza. La sua posizione di schiena, inoltre, è studiata per rappresentare il distacco dall’amore: tale tematica ricorre più volte nel brano dell’artista, che si sente distante e riconosce l’amore soltanto nelle storie degli altri.

L’ambientazione jungle, con richiami diretti alle influenze afrobeat del brano, avvolge Femme in un contesto vibrante e naturale. La sua scelta di indossare una lunga gonna in stile tropicale e un boa fucsia rafforza il messaggio di forza e unicità, con colori e dettagli che riflettono la vitalità dell’artista e la sua determinazione a emergere come una figura forte e autonoma in mezzo alla “giungla” della vita.

La decisione di non inserire il titolo del brano sulla copertina è legata alla fruizione digitale della musica. Su piattaforme come Spotify, YouTube o Apple Music, il titolo del brano viene visualizzato automaticamente durante l’ascolto, rendendo superflua la sua presenza anche sulla copertina. Questa scelta progettuale è anche il risultato della fase di ricerca precedentemente affrontata: in molti dei casi studio analizzati relativi all’uso della fotografia, la copertina appare priva sia del titolo che del nome dell’artista.

# Contenuti di riempimento

*I seguenti scatti sono stati pensati per essere condivisi sui social per promuovere il brano e annunciarne l'uscita.*





PH

the End.

F  
o  
m  
e

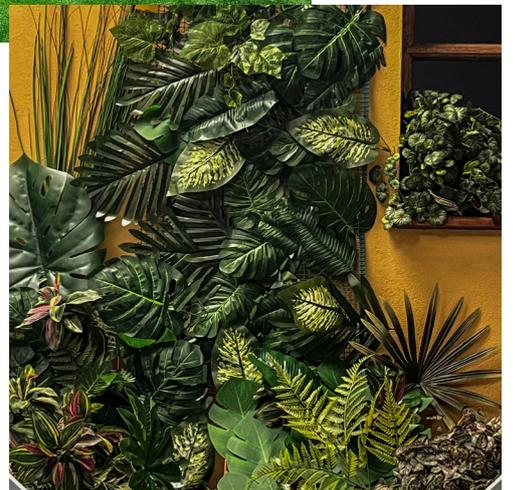




# Backstage

*I contenuti di backstage sono stati realizzati nella fase di preparazione dello scatto e durante lo shooting. Saranno utilizzati da Femme per annunciare il singolo e anticiparne la copertina.*







08

---

**Ballo**

# Testo

Ho troppe in pare in testa,  
so che c'è una festa  
e ti ho portato a bere gin tonic  
nella disco.  
Urlo forte non vi sento,  
metto i tacchi e poi li accendo,  
sulla strada verso il mio universo  
e con la cassa,  
con i guanti e le stelle  
faccio click sul display,  
parti dj, facciamo le 6.  
Mollette che ho in testa,  
tatuaggi sulle braccia  
disegnano la storia,  
tutto intorno gira,  
ballo come fossi pazza.

Ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
sopra questa musica,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
io mi sento in paradise,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
sposto i problemi sto in good vibes,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo.

Dimentica il telefono e il tavolo di  
quella mia amica scema e vedo,  
balla sotto cassa schiena schiena  
e si incatena.  
Scatto un paio di ricordi chiudo  
gli occhi tra i suoi sogni e poi,  
nella disco  
e la gola va in fiamme,  
non si fermano le gambe,  
faccio click sul display,  
parti dj, facciamo le 6.  
E le pare che ho in testa  
volano in paradise,  
disegno io la storia,  
tutto intorno gira,  
ballo come fossi pazza.

Ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
sopra questa musica,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
io mi sento in paradise,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
sposto i problemi sto in good vibes,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo,  
ballo, ballo, ballo, ballo, ballo.

**“Urlo  
forte  
non vi  
sento”**

**- Femme**

# Analisi del brano

*Il brano esplora temi centrali per Femme, che non soltanto hanno un forte impatto sulla sua identità, ma sono anche diventati elementi caratterizzanti del suo personaggio. Questi temi riflettono le sue esperienze personali e contribuiscono a definire la complessità della sua figura, rendendola unica e riconoscibile.*



## TEMI

### *Spensieratezza*

Il brano cattura l'essenza di quei momenti in cui la mente si libera completamente, permettendo all'artista di fuggire dalle realtà e di dimenticare, anche solamente per un istante, le ansie e i problemi della vita quotidiana. Questo tema è il fulcro della canzone, che narra di una festa, un evento ideato proprio per offrire una pausa dalle preoccupazioni e regalare spensieratezza. La frase "le pare che ho in testa volano in paradise" sottolinea come, in un contesto simile, i problemi possano svanire, lasciando spazio a un senso di leggerezza e libertà. La festa diventa quindi non soltanto un'occasione di divertimento, ma anche un rifugio temporaneo dove è possibile ritrovare un po' di serenità.

### *Indipendenza*

Un tema chiave emerge dal fatto che l'artista si esprima sempre al singolare, suggerendo una forte individualità e un desiderio di affrontare i problemi della vita quotidiana in completa autonomia. Si percepisce chiaramente come Femme cerchi di evadere dalle difficoltà da sola, senza fare affidamento su nessun altro. Questo tema della ricerca di indipendenza è ricorrente nei testi di Femme, riflettendo la sua personalità determinata. La frase "Urlo forte, non vi sento" ne è una conferma, sottolineando la sua volontà di isolarsi dal rumore esterno e di trovare la propria strada senza influenze esterne. In questo contesto, l'utilizzo del singolare diventa un mezzo per esprimere la propria forza interiore rendendo il messaggio ancora più forte.

### *Esaltazione di sé*

Nel brano, Femme descrive con cura una serie di dettagli che definiscono il suo personaggio, elementi distintivi che la rendono unica e riconoscibile. Tra questi, i "tatuaggi sulle braccia", che per lei hanno significati profondamente personali, e le "mollette che ho in testa", piccoli accessori che esprimono la sua individualità. Oltre agli aspetti estetici, emergono tratti del suo carattere che rivelano la sua forte personalità.

Quando afferma "ballo come fossi pazza" e "metto i tacchi e poi li accendo", Femme manifesta la sua libertà, la sua esuberanza e la sua audacia. Questi dettagli non soltanto costruiscono un'immagine vivida di Femme, ma mostrano anche come la sua estetica e il suo comportamento siano intrinsecamente legati a una personalità ben definita.

# Ispirazioni

*La ricerca delle reference si è focalizzata su personaggi che incarnano i valori dell'artista e i temi centrali del brano. Questo processo ha comportato un'accurata esplorazione di vari ambiti artistici, con l'obiettivo di identificare figure che rappresentano queste caratteristiche in modo emblematico e che sono diventate iconiche proprio per la loro capacità di esprimerle.*



## ISPIRAZIONE PER LA CREAZIONE DELL'ESTETICA DEL SUO PERSONAGGIO

### *Zelda Fitzgerald*

Zelda Sayre, nata nel 1900 in Alabama, è una figura audace e ribelle che sfida le aspettative della sua famiglia benestante. Ama ballare, frequentare feste e prendere lezioni di danza, vivendo una giovinezza libera e spensierata. La sua relazione con lo scrittore Francis Scott Fitzgerald diviene parte integrante dell'ispirazione dietro "Il Grande Gatsby". Dopo la pubblicazione del primo romanzo di Fitzgerald, i due si sposano nel 1920 e diventano icone della scena mondana di New York, celebrati per il loro stile di vita sregolato e anticonformista.

Zelda non è solamente la musa di Fitzgerald, ma coltivò anche le proprie ambizioni letterarie. Scrive recensioni, rilascia interviste e contribuisce alla stesura dei romanzi del marito. Diviene un'icona di stile e un modello per le donne moderne, le "Flapper", caratterizzate da capelli corti, abiti sopra il ginocchio e un rifiuto delle convenzioni sociali.



Zelda incarna uno spirito di libertà e indipendenza, vivendo intensamente il presente, festeggiando e restando sveglia fino all'alba.

Il suo stile di vita, animato da una ricerca incessante di libertà e vivacità, rispecchia perfettamente i temi



esplorati da *Femme* e l'atmosfera festosa al centro del brano "Ballo".

La sua vita è stata immortalata nella serie televisiva "Z: L'inizio di tutto" (*Z: The Beginning of Everything*), creata da Dawn Prestwich e Nicole Yorkin per Amazon Studios, basata sul romanzo "Zelda" di Therese Anne Fowler. Interpretata da Christina Ricci, la serie offre una versione romanzata della vita di Zelda negli anni '20, mettendo in risalto la sua personalità vivace e il suo spirito indomito.

Sia nella serie che nel romanzo, Zelda è ritratta non soltanto come la moglie di Scott Fitzgerald, ma come una donna creativa e indipendente, con ambizioni artistiche proprie. La serie esplora i suoi tentativi di affermarsi come scrittrice e artista, nonostante le difficoltà e le restrizioni imposte dalla società dell'epoca.

Zelda emerge come un simbolo di resistenza e auto-affermazione, una figura che ha lottato per il proprio spazio in un mondo che spesso la relegava a un ruolo secondario, diventando una vera e propria icona dei ruggenti anni '20.

### *Dolly Parton*

Dolly Parton, cantante statunitense, è celebre per il suo stile unico ed eccentrico. Nasce nel genere country, che la rende famosa, ma negli anni '80 e '90 si sposta anche nel pop accrescendo sempre di più la sua fama.

Fin da giovane, sceglie tacchi alti e vestiti sgarbanti che riflettono appieno la sua personalità vivace e spumeggiante. Nonostante le critiche, persino da parte delle etichette discografiche, Parton mantiene il suo gusto personale, affermandosi come un'autentica icona di originalità. La sua forza risiede nella capacità di ignorare i giudizi esterni e rimanere fedele a se stessa, dimostrando una determinazione senza compromessi.

Parton ha sempre evitato di etichettarsi come femminista, affermando: "Penso che le parole e i titoli abbiano solo tali connotazioni. Quando penso a una 'femminista', immagino donne anti-uomini, maltrattate al punto da dover fare una dichiara-

zione: "Io sostengo l'emancipazione femminile e il potere di tutte le persone: amore, rispetto ed elevazione." La sua visione inclusiva e positiva mette in luce il suo impegno per la dignità e l'uguaglianza, celebrando la forza e il valore di ogni individuo.

Immortalata da alcuni dei più celebri fotografi internazionali, come Jim Harrington e David LaChapelle, Dolly Parton ha mantenuto il suo look audace in ogni scatto, senza temere le critiche di cui è stata vittima.

Le sue immagini riflettono la sua personalità vivace e indipendente, catturando l'essenza di un'icona che ha saputo trasformare la moda in una dichiarazione di libertà e autenticità.

Dolly ha creato un simbolo di autoaffermazione che continua a ispirare artisti e fotografi, così come generazioni di fan che ammirano il suo coraggio nell'essere sempre se stessa. Il personaggio di Dolly Parton costituisce una fonte d'ispirazione perfetta per la canzone di *Femme*, in particolare per la sua eccentricità che ha reso i suoi look iconici. I fotografi che hanno lavorato con Dolly hanno infatti messo al centro il suo stile unico. Anche lo stile di *Fem-*

me rappresenta una caratteristica distintiva e audace, in quanto è libera da ogni vincolo imposto dalla società. Entrambe hanno dimostrato che l'autenticità e la libertà di espressione sono elementi fondamentali per costruire una propria identità unica e influente.



*Dolly parton fotografata da David LaChapelle nel 1997*



*Marilyn Monroe*



ICONICA SCENA DEL FILM "GENTLEMEN PREFER BLONDES" (1953)



Marilyn Monroe è celebre per la sua aura di positività e fiducia, che ha lasciato un'impronta duratura nel mondo. Spesso descritta come un'icona femminista, Monroe utilizza le sue interviste per ispirare e sostenere le donne, dimostrando un forte impegno per la libertà e l'uguaglianza femminile. Sebbene sia ricordata soprattutto per la sua bellezza leggendaria e le sue interpretazioni in film come "Gentleman Prefer Blondes" e "Some Like It Hot", il suo impatto nella società va ben oltre il grande schermo.

Marilyn Monroe gioca un ruolo cruciale nella società contemporanea diventando una delle prime donne a fondare una propria casa di produzione, la Marilyn Monroe Productions, con l'obiettivo di avere un maggior controllo sulla sua carriera. La sua famosa citazione: "Non mi dispiace vivere in un mondo maschile finché posso essere una donna in esso," riflette la sua determinazione a mantenere la propria identità e autonomia femminile in un'industria dominata da figure maschili. Monroe non solo sfida le convenzioni del suo tempo, ma contribuisce anche a ridefinire il ruolo delle donne nel mondo del cinema.

Il cinema ha avuto un impatto cruciale nella carriera di Marilyn Monroe, con numerose scene dei suoi film che sono diventate iconiche e indimenticabili. Tra tutte, spicca particolarmente lo scatto delle riprese di "The Seven Year Itch", in cui il suo vestito bianco, sollevato dal vento, è diventato un simbolo eterno nella storia del cinema e della moda.

Il fotogramma iconico del film "Gentlemen Prefer Blondes" rappresenta perfettamente la dinamica sociale che emerge nel film. In questa scena, le due protagoniste, Marilyn Monroe e Jane Russell, incarnano il loro potere e fascino sugli uomini, dominando il loro sguardo e le loro attenzioni. Oltre a rappresentare un momento iconico del film, la scena esalta e celebra la forza e l'autoefficacia femminile all'interno di un contesto dominato dai giochi di potere maschili.



Il personaggio di Marilyn Monroe incarna profondamente le caratteristiche della personalità di Femme e lo spirito vibrante descritto nel brano, dove prevalgono la libertà e l'esuberanza. Marilyn, con il suo stile audace e la sua presenza magnetica, rappresenta un'ispirazione ideale per questo tema, non soltanto per il suo spirito liberatorio, ma anche per il suo senso di moda iconico. Gli abiti che indossa sono infatti ancora oggi considerati veri e propri simboli di eleganza e originalità.

**“Give a girl  
the right  
shoes, and  
she can  
conquer  
the world”**

**- Marilyn Monroe**

La fotografia ha avuto un ruolo fondamentale nella vita di Marilyn Monroe, giocando un ruolo cruciale nella creazione del suo iconico personaggio. Con la sua immagine distintiva di capelli biondi e labbra rosso vivo, Marilyn è diventata una musa ispiratrice per fotografi e artisti. Il suo primo ritratto significativo è scattato da David Conover, che la ritrae come una delle “ragazze che tengono su il morale delle truppe al fronte”. La pubblicazione di una di queste immagini sulla rivista Yank segna l’inizio della sua rapida ascesa nel mondo dello spettacolo.

La fotografia diviene un aspetto centrale della sua carriera, con scatti che sono oggi considerati simboli eterni e continuano a essere celebrati. Marilyn collaborò con numerosi fotografi di fama internazionale, creando immagini leggendarie sia sul set che nella vita privata. Tra i suoi più celebri collaboratori si annoverano Elliott Erwitt, Inge Morath, Henri Cartier-Bresson, Philippe Halsman, Eve Arnold e Douglas Kirkland, noto per le sue iconiche foto di Marilyn nuda tra lenzuola di seta, riprese dall’alto.

Le fotografie di Marilyn si distinguevano per la sua

straordinaria spontaneità, che emergeva in ogni scatto. Le immagini più celebri della star riflettono appieno i suoi valori di spontaneità e libertà, catturando l’essenza di una donna capace di esprimere la propria unicità

e vivacità attraverso l’obiettivo. Marilyn è ricordata come una delle celebrità più fotografate al mondo, sottolineando il suo amore per la macchina fotografica, a volte persino più che per il cinema stesso. Marilyn è nota per il suo entusiasmo davanti all’obiettivo; il fotografo László Willinger una volta ha osservato: “Quando vedeva una macchina fotografica, qualsiasi macchina fotografica, si illuminava e aveva un aspetto completamente diverso. Appena finite le riprese, tornava a un atteggiamento poco interessato.” Marilyn sfrutta il potere della fotografia per forgiare e amplificare il suo personaggio, come dimostrato anche dalle sue pose mentre leggeva, dimostrando la sua consapevolezza e

pieno controllo della propria immagine pubblica. Le sue pose e le sue espressioni sono attentamente curate, e la sua presenza davanti alla macchina fotografica rimane una delle più influenti e affascinanti della storia del cinema e della moda.



*Marilyn Monroe alla prima di “East of Eden” a New York City, scattata da Eve Arnold*

# Linguaggi e tecniche

*La figura di Femme è posizionata al centro della copertina, con l'intento di esaltare le sue caratteristiche distintive che la rendono immediatamente riconoscibile. In questo modo si riflettono i temi centrali del brano, mettendo in risalto l'essenza del suo personaggio.*

## LINGUAGGI

### *Creazione di un immaginario attorno all'estetica dell'artista*

La figura di Femme occupa un ruolo centrale all'interno del brano, così come nella copertina. Infatti è l'unica protagonista, senza bisogno di figure di contorno. Questo sottolinea i tratti forti del suo carattere che la rendono completamente indipendente.

### *Narrazione/anticipazione del contenuto dell'album*

L'estetica della copertina riflette perfettamente i temi del brano, evocando un'atmosfera di festa e spensieratezza. Le luci del set ricreano l'ambiente tipico di una discoteca, mentre l'outfit e la posa di Femme accentuano ulteriormente questo dinamismo: Femme appare infatti in movimento, quasi come se stesse ballando.

## TECNICHE

### *Fotografia*

- esaltazione dei colori e dei dettagli fino a renderli surreali
- utilizzo del colore, monocromia

## ISPIRAZIONE ARTISTICA

La copertina di "Ballo" trae ispirazione dall'iconico fotogramma del film "Gentlemen Prefer Blondes" del 1953, che ritrae Marilyn Monroe in una posa che cattura il suo spirito vivace e sicuro di sé. Questa scena è una reference ideale per la sua dinamicità, poiché mostra Marilyn mentre canta e balla, trasformando il momen-

to in un vero e proprio spettacolo.

L'abito indossato riflette alla perfezione le sue caratteristiche, incarnando glamour, bellezza e l'immagine di una donna indipendente e libera, che è diventata un'icona senza tempo.

**ISPIRAZIONE ARTISTICA-REFERENCE PRINCIPALE**



**MARILYN MONROE IN "GENTLEMEN PREFER BLONDES" (1953)**

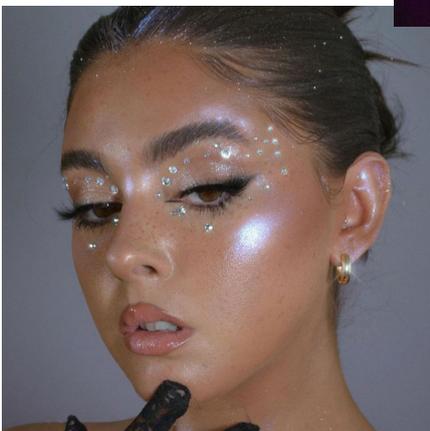
# Moodboard

*Le seguenti moodboard hanno permesso di organizzare al meglio lo scatto, mostrando lo stile della fotografia e i vari dettagli del look di Femme.*

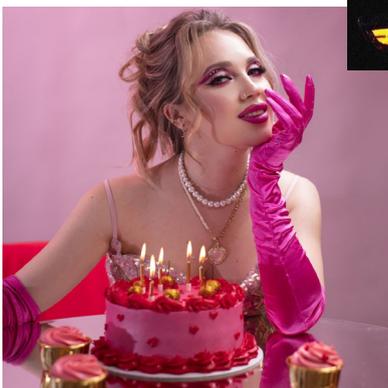
## SET



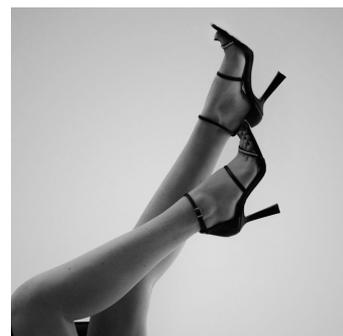
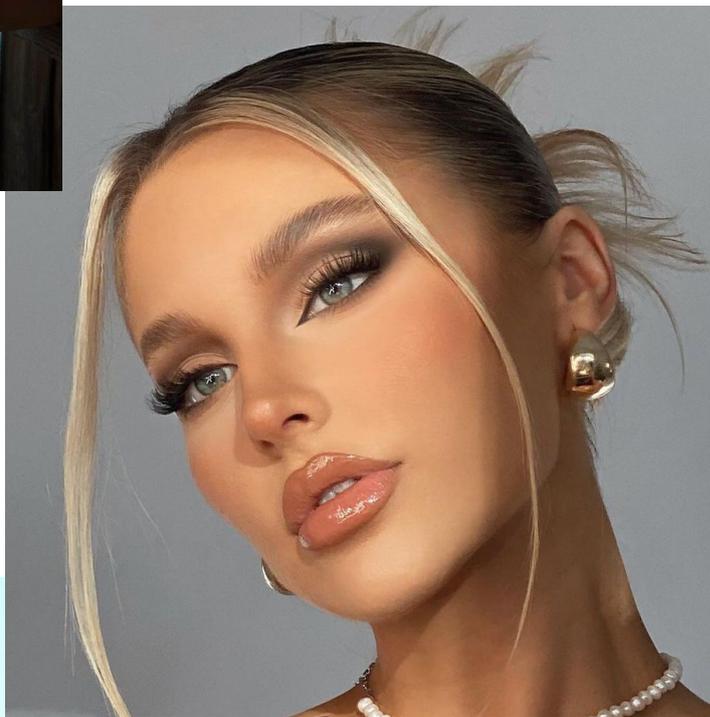
## HAIRSTYLE AND MAKE UP



# STYLING



ALTRI SCATTI



# Copertina

---



## CONCEPT

La copertina del singolo è pensata per riflettere l'atmosfera festosa e leggera evocata dal titolo e dal testo del brano. Al centro della scena appare unicamente Femme, la cui posa dinamica trasmette un senso di libertà e spensieratezza, anticipando così il tema della festa. Le braccia alzate e incrociate sopra la testa, ispirate all'iconica posa di Marilyn Monroe, aggiungono un tocco di movimento e vitalità, rafforzando il dinamismo visivo.

La composizione si distingue per uno sfondo sfumato tra tonalità di viola e rosa, che accentua la sensazione di leggerezza e sogno. L'assenza di ulteriori elementi visivi attorno a Femme sottolinea la sua indipendenza e la centralità del suo ruolo nella narrazione del singolo. I dettagli scintillanti, come i guanti e i particolari degli abiti, richiamano il tema del brano, facendo risaltare ancora di più la figura di Femme come protagonista indiscussa. La scelta di inserire il titolo del singolo all'interno della

copertina è finalizzata alla creazione di un'atmosfera dinamica e festosa. Questa scelta progettuale contribuisce a rafforzare il messaggio visivo e a coinvolgere l'osservatore in modo più diretto.

Il type si fonde armoniosamente con la fotografia, suggerendo un movimento fluido che richiama l'idea della danza. L'intera composizione, dominata dalle tonalità di rosa, è coerente con l'estetica di Femme e con le sue precedenti scelte stilistiche, enfatizzando la sua immagine come simbolo di indipendenza, forza e autenticità.

La copertina cattura così l'essenza della festa e della leggerezza, attraverso una rappresentazione forte e indipendente di Femme, perfettamente allineata con il messaggio e il sound del brano, creando un'anticipazione visiva di ciò che l'ascoltatore può aspettarsi dalla musica stessa.

# Contenuti di riempimento

*I seguenti scatti sono pensati per essere condivisi sui social per promuovere il brano e annunciarne l'uscita.*









# Backstage

*I contenuti di backstage sono stati realizzati nella fase di preparazione dello scatto e durante lo shooting. Saranno utilizzati da Femme per annunciare il singolo e anticiparne la copertina.*





# Bibliografia

## CAPITOLO 1

*Analisi della Comunicazione visiva*, <https://www.docsity.com/it/icone-pop-analisi-della-comunicazione-visiva/5556765/>

Brunasso M., *Dentro la Canzone: Video Killed The Radio Star spalanca le porte all'era di MTV*, in "Techprincess", 27/11/2022, <https://techprincess.it/dentro-la-canzone-video-killed-the-radio-star-buggles-significato/>

Catalano R., *La filosofia della musica di Adorno*, <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/1650/835717-1165937.pdf?sequence=2>

Durante D., *Il rapporto tra Pop art e musica*, in "Diario dell'arte", 14/03/2021, <https://www.diariodellarte.it/il-rapporto-tra-pop-art-e-musica/>

Garner G., *Inside some of the biggest albums still to come in 2020*, in "MusicWeek", 14/10/202, <https://www.musicweek.com/labels/read/inside-some-of-the-biggest-albums-still-to-come-in-2020/081515>

Oliveri A., *La musica non deve essere solo intrattenimento ma anche protesta sociale, ci disse Adorno*, in "The Vision", 01/04/2019, <https://thevision.com/musica/musica-pop-adorno/>

Porzia A., *Introduzione alla sociologia della musica di Theodor W. Adorno*, in "ClassicCult.it", 9/05/2021, <https://www.classicult.it/introduzione-alla-sociologia-della-musica-di-theodor-w-adorno/>

Ruggiero M., *Storia della grafica*, novembre 2020, [https://gup.unige.it/sites/gup.unige.it/files/pagine/Storia\\_della\\_grafica\\_e-book\\_indicizzato.pdf](https://gup.unige.it/sites/gup.unige.it/files/pagine/Storia_della_grafica_e-book_indicizzato.pdf)

Storey J., *Cultural Theory and Popular culture*, 1998, <https://www.amherst.edu/media/view/91838/original/Adorno%2B-%2BOn%2BPopular%2BMusic.pdf>

Savonardo L., *Pop music, media e culture giovanili. Dalla beat revolution alla bit generation*, Milano:Egea, 2017

## CAPITOLO 2

Argun E., *Album Covers by Urban & Contemporary Artists*, in "Myartbroker", 30/08/2024, <https://www.myartbroker.com/collecting/articles/album-covers-by-our-artists>

*Banksy Vinyl Covers*, in "Banksy explained", <https://banksyexplained.com/vinyl-covers/>

Baruzzi G., *Il '68 in Italia*, in "Storia e Storie", 02/06/2023, <https://storiaestorie.altervista.org/blog/il-68-in-italia/>

Berr, *Il potere dell cover*, 10/05/2023, <https://www.youtube.com/watch?v=oD3phaqFTyo>

Bertolucci A., *Una conversazione musicale con David LaChapelle*, in "Outpump", 18/05/2023, <https://www.outpump.com/una-conversazione-musicale-con-david-lachapelle/>

*Best Album Covers of the 60s*, in "Indieground", 15/09/2023, <https://indieground.net/blog/best-album-covers-of-the-60s/>.

*Best Album Covers of the 70s*, in "Indieground", 22/08/2023, <https://indieground.net/blog/best-album-covers-of-the-70s/>.

*Best Album Covers of the 80s*, in "Indieground", 03/10/2023, <https://indieground.net/blog/best-album-covers-of-the-80s/>.

*Black Lives Matter*, in "Britannica", 05/09/2023, <https://www.britannica.com/topic/Black-Lives-Matter>.

*Breve storia dell'arte degli album*, 8/05/2015, <https://www.solopress.com/blog/it/arte-design/breve-storia-dellarte-dellalbum/#:~:text=Dai%20primi%20dischi%20venduti%20nel,e%20di%20chiederla%20al%20commissario>.

Brusco F., *Non è vero che non ci sono più le copertine dei dischi di una volta*, in "RollingStone", 08/01/2023, <https://www.rollingstone.it/musica/storie-musica/non-e-vero-che-non-ci-sono-piu-le-copertine-dei-dischi-di-una-volta/703050/>

Cesarato A., *10 Great Psychedelic Album Covers from the Late 60s*, in "Domestika", 01/07/2023, <https://www.domestika.org/en/blog/3654-10-great-psychedelic-album-covers-from-the-late-60s>.

Colombo M., Steinweiss. *Dalla musica da sentire alla musica da guardare*, in "Caleidos", <https://www.caleidos-nexus.it/alex-steinweiss-dalla-musica-da-sentire-alla-musica-da-guardare/>

*Cover album d'artista: le nostre preferite*, in "Deodato Arte", 12/12/2022, [https://www.deodato.com/deodato\\_arte\\_italy/blog/post/cover-album-dartista-le-nostre-preferite-parte-1](https://www.deodato.com/deodato_arte_italy/blog/post/cover-album-dartista-le-nostre-preferite-parte-1)

*Cover Art. quando le copertine sono opere d'arte*, in "Deodato Arte", 01/04/2017, <https://www.deodato-arte.it/2017/03/01/arte-musica-quando-le-copertine-sono-opere-darte/>

De Giovannini F., *10 copertine di album disegnate da artisti famosi*, in "Outpump", 25/04/2022, <https://www.outpump.com/10-copertine-album-disegnate-artisti-famosi/>

Di Bert R., *Billie Eilish x Takashi Murakami x UNIQLO UT*, in "Outpump", 25/05/2020, <https://www.outpump.com/collaborazione-billie-eilish-takashi-murakami/>

Glassman T., *How J Balvin and Takashi Murakami Are Bringing Color to Dark Days*, in "AD", 6/04/2020, <https://www.architecturaldigest.com/story/j-balvin-interview-takashi-murakami>

Haden D., *The Meaning Behind "Banksy x Blur's Think Tank Album Cover"*, in "Graffitistreet", 5/05/2023, <https://www.graffitistreet.com/the-meaning-behind-banksy-x-blurs-think-tank-album-cover-explained/>

Iuppariello N., *L'importanza della copertina*, in "ReMusic", 08/04/2013, <https://www.remusic.it/IT/L-importanza-della-copertina-52473000>

*La nascita delle prime copertine*, in “studocu”, <https://www.studocu.com/it/document/politecnico-di-milano/storia-dellarte/la-nascita-delle-primi-copertine/5143732>

Luchetta E., *Le copertine degli album degli anni '90*, in “Pixartprinting”, 17/07/2023, <https://www.pixartprinting.it/blog/copertine-album-anni-90/>.

Marino T., *When a Cover is so Iconic Others Replicate It: Elvis Presley's 1956 Album*, in “Pure Music”, 20/08/2023, <https://pure-music.co.uk/when-a-cover-is-so-iconic-others-replicate-it-elvis-presleys-1956-album/>.

*Moondog Snake Time Series: Moondog Records Mono Deep Groove Very Rare Original*, in “Popsike”, 14/05/2023, <https://www.popsike.com/MOONDOGSNAKE-TIME-SERIESMOONDOG-RECORDSMONODEEP-GROOVE-VERY-RARE-ORIGINAL/121064219722.html>.

*MTV Promo 1981*, in “YouTube”, 19/09/2023, <https://youtu.be/eYUgoGodvyI?si=GSVRGNihTFhHfQxQ>.

Naccari T., Tutti i riferimenti nascosti nella copertina di Album di Ghali, in “Vice”, 18/05/2017, <https://www.vice.com/it/article/nz8m48/significato-copertina-album-ghali>

Poli V., *Una nuova collaborazione tra il rapper Kanye West e l'artista Takashi Murakami*, in “Atribune”, 22/06/2018, <https://www.artribune.com/arti-visive/arte-contemporanea/2018/06/collaborazione-west-murakami-musica/>

Redazione Rebel Mag, *Quando le copertine dei dischi si ispirano a opere d'arte*, in “Rebel Mag”, 13/10/2021, <https://www.rebelmag.it/quando-le-copertine-dei-dischi-si-ispirano-a-opere-d-arte/>

Redazione Rolling Stone, *Ecco a chi si è ispirato Salmo per la copertina di 'Flop'*, in “RollingStone”, 18/09/2021, <https://www.rollingstone.it/musica/news-musica/ecco-a-chi-si-e-ispirato-salmo-per-la-copertina-di-flop/584305/>

Roan C., *A Tribute to the Extremely Illegal Rap Mixtape Design Industry*, in “Eye on Design”, 11/08/2023, <https://eyehondesign.aiga.org/a-tribute-to-the-extremely-illegal-rap-mixtape-design-industry-nsfw/>.

Scarselli G., *Sfera Ebbasta come le più grandi icone della pop culture*, in “Outpump”, 21/11/2020, <https://www.outpump.com/sfera-ebbasta-come-le-piu-grandi-icone-della-pop-culture/>

Sheldon R., *Album Covers by Famous Artists*, in “Medium”, 21/04/2022, <https://medium.com/@shelrochaleal/album-covers-by-famous-artists-ff4cd15b83e4>

Tanni V., *Il videoclip di Takashi Murakami per Billie Eilish*, in “Atribune”, 25/04/2019, <https://www.artribune.com/television/2019/04/video-videoclip-takashi-murakami-billie-eilish/>

Venturi M., *Grafica a 78 giri*, in “Istituto Centrale per i Beni Sonori ed Audiovisivi”, <http://www.icbsa.it/index.php?it/799/grafica-a-78-giri>

## CAPITOLO 3

*Album cover art that tells a story*, 26/08/2020, <https://forums.stevhoffman.tv/threads/album-cover-art-that-tells-a-story.990268/>

*Best Album covers of the 2010s*, in “Indieground”, 27/02/2024, <https://indieground.net/blog/best-album-covers-of-the-2010s/>

Briotti L., in “Beautiful Freaks”, 2009, <http://www.beautifulfreaks.org/online/2014/10/la-psichedelia-in-italia-le-orme-stelle-di-mario-schifano-chetro-co/>

Carmichael R., *21 Hip-Hop Albums That Reflected The Politics Of Race, Space And Place In 2017*, in “npr”, 28/12/2017, <https://www.npr.org/2017/12/28/573792051/21-hip-hop-albums-that-reflected-the-politics-of-race-space-and-place-in-2017>

Corrado Grilli, <https://corradogrilli.com>

David Rudnik, <https://davidrudnick.org>

Joer Perez, <https://www.joerperez.com/work/>

Lynch J., *The 100 Best Album Covers of All Time*, in “billboard”, 08/07/2023, <https://www.billboard.com/photos/best-album-covers-of-all-time-6715351/16-missy-elliott-under-construction-cover-2002-billboard-1240/>

Penalosa L., *The best 30 artist-illustrated album covers*, in “Sybaris”, <https://www.sybariscollection.com/the-best-30-artist-illustrated-album-covers-second-part/>

Pilar Zeta, <https://pilarzeta.com>

Pinton A., *Cosa Nasconde Michael Jackson nel Circo di Dangerous?*, in “Legendary Cover”, 06/01/2019, <https://legendarycover.it/cosa-nasconde-michael-jackson-copertina-circo-dangerous/>

Redazione Ansa, *Andy Warhol e i Velvet Underground, la storia del ‘banana album’*, in “Ansa.it”, 16/05/2021, [https://www.ansa.it/canale\\_lifestyle/notizie/design\\_giardino/2021/05/16/andy-warhol-e-i-velvet-underground-la-storia-del-banana-album\\_25f9312c-c55d-4615-997b-8b435fc3587e.html](https://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/design_giardino/2021/05/16/andy-warhol-e-i-velvet-underground-la-storia-del-banana-album_25f9312c-c55d-4615-997b-8b435fc3587e.html)

Redazione, *Mahmood approda nel mondo degli NFT. I personaggi dell'album Ghettolimpo diventano opere digitali n “Finestre sull'Arte”*, 07/02/2022, <https://www.finestresullarte.info/arte-contemporanea/mahmood-entra-nel-mondo-degli-nft-album-ghettolimpo>

Sturdy, <https://sturdy.co>

Umali A., *Frederik Heyman, un artista transumano e digitale per l'ultimo album di Mahmood “Nei Letti degli altri”*, in “Artuu”, 12/03/2024, <https://www.artuu.it/frederik-heyman-un-artista-transumano-e-digitale-per-lultimo-album-di-mahmood-nei-letti-degli-altri/>

## CAPITOLO 4

90 minuti di applausi: GreenGraffiti per Sony Music, in “Green Graffiti”, <https://greengraffiti.com/post/greengraffiti-per-sony-music>

Biagioni A., *Musica a Suon di Marketing. Tecniche e strategie per l'uscita dei nuovi album*, in “Midable”, <https://midable.it/magazine/marketing-musicale-tecniche-e-strategie/>

*Il social media management per la musica: tutto quello che devi sapere*, in “Napier Academy”, 29/03/2024, <https://napieracademy.eu/il-social-media-management-per-la-musica-tutto-quello-che-devi-sapere/>

Marseglia V., *Unconventional Marketing: il marketing che non ti aspetti*, in “SmarTalks”, 12/12/2020, <https://www.smartalks.it/blog/marketing/unconventional-marketing-il-marketing-che-non-ti-aspetti/>

Radio 105, *105 Mi Casa Mashup*, 23/03/2020, <https://www.youtube.com/watch?v=F-Izmro2W5E>

Redazione Rebel Mag, *Alla Stazione Termini di Roma è stato allestito uno spazio dedicato al nuovo disco di Tony Effe*, in “Rebel Mag”, 12/03/2024, <https://www.rebelmag.it/alla-stazione-termini-di-roma-e-stato-allestito-uno-spazio-dedicato-al-nuovo-disco-di-tony-effe/>

Setaro F., *Quando il rap incontra il marketing*, 16/12/2021, [https://iclassicistidisperati.altervista.org/ads-quando-il-rap-incontra-il-marketing/?doing\\_wp\\_cron=1725287153.5814659595489501953125](https://iclassicistidisperati.altervista.org/ads-quando-il-rap-incontra-il-marketing/?doing_wp_cron=1725287153.5814659595489501953125)

*Tony Effe lancia il nuovo album con un pop-up immersivo realizzato da Jungle*, in “You Mark”, 21/04/2024, <https://youmark.it/ym-youmark/tony-effe-lancia-il-nuovo-album-con-un-pop-up-immersivo-realizzato-da-jungle/>

## CAPITOLO 5

Avellina G., *Travis Scott, 5 buone ragioni per amare il documentario su Netflix*, in “GQ”, 03/02/2019, <https://www.gqitalia.it/show/article/travis-scott-documentario-streaming-netflix-look-mom-i-can-fly>

*Esse Magazine. Con Erasmo, il grafico dietro Sfera, Kendrick Lamar e altri*, 06/12/2022, <https://www.youtube.com/watch?v=Q6OFiUyCerg>

Lettergram, <https://www.lettergram.it>

Manara M., *“Look Mom I Can Fly” sbanca Netflix*, in “Outpump”, 02/09/2019, <https://www.outpump.com/abbiamo-guardato-look-mom-i-can-fly/>

## CAPITOLO 6

@iosonofemme, Instagram, [instagram.com/iosonofemme](https://www.instagram.com/iosonofemme)

Facebook, [facebook.com/FEMME-106659928560539/?ref=pages\\_you\\_manage](https://www.facebook.com/FEMME-106659928560539/?ref=pages_you_manage)

Redazione, *Femme torna con il nuovo singolo “Non cambierò”: un inno all'indipendenza e all'essere sé stessi*, in “SH

Magazine”, 10/03/2024, [https://www.shmag.it/show/musica/10\\_03\\_2024/femme-torna-con-il-nuovo-singo-lo-non-cambiero-un-inno-allindipendenza-e-allessere-se-stessi/](https://www.shmag.it/show/musica/10_03_2024/femme-torna-con-il-nuovo-singo-lo-non-cambiero-un-inno-allindipendenza-e-allessere-se-stessi/)

Spotify, [https://open.spotify.com/intl-it/artist/1Wvo2rPDQANubNqrSqNcZW?si=j2fmWqHSTCKgnE\\_Fx1xWN-Q&nd=1&dlsi=38045f4977874462](https://open.spotify.com/intl-it/artist/1Wvo2rPDQANubNqrSqNcZW?si=j2fmWqHSTCKgnE_Fx1xWN-Q&nd=1&dlsi=38045f4977874462)

YouTube, <https://www.youtube.com/channel/UCYyHzGjAMa3Y3GgBvgirhMg>

## CAPITOLO 7

Cammertoni S., *Attraverso lo specchio e quello che Narciso vi trovò*, in “Antinomie”, 03/07/2024, <https://antinomie.it/index.php/2024/07/03/attraverso-lo-specchio-e-quello-che-narciso-vi-trovo/>

Gavaldà J., *Frida Kahlo, l'arte di raccontare la vita*, in “National Geographic”, 12/07/2023, [https://www.storicang.it/a/frida-kahlo-larte-di-raccontare-vita\\_14913](https://www.storicang.it/a/frida-kahlo-larte-di-raccontare-vita_14913)

*Frida Kahlo, the woman who never gave up on her dreams and became an icon*, in “Artika Books”, <https://artikabooks.com/en/frida-kahlo-woman-who-never-gave-her-dreams-and-became-icon/>

De Martin S., *I colori di Frida sotto la lente di Nickolas Muray*, in “Arte.it”, 23/02/2022, <https://www.arte.it/notizie/torino/i-colori-di-frida-sotto-la-lente-di-nickolas-muray-19145>

Redazione, *Frida Kahlo through the lens of Nickolas Muray*, in “The Mammoth Reflex”, 02/02/2020, <https://www.themammothreflex.com/grandi-fotografi/2020/02/02/frida-kahlo-mostra-torino/>

Narciso. *La fotografia allo specchio*, [https://www.soprintendenzaspecialeroma.it/echoweb/echofiles/allegati/NARCISO\\_CARTELLA%20STAMPA\\_FINALE.pdf](https://www.soprintendenzaspecialeroma.it/echoweb/echofiles/allegati/NARCISO_CARTELLA%20STAMPA_FINALE.pdf)

*Francesca Woodman: “Io sono una fotografa”*, in “Finarte”, <https://www.finarte.it/2021/02/francesca-woodman-io-sono-una-fotografa/>

Diletta, *La fragilità umana attraverso gli occhi di Francesca Woodman*, in “Falcon Magazine”, 01/12/2020, <https://falconmagazine.it/la-fragilita-umana-attraverso-gli-occhi-di-francesca-woodman/>

Tagnesi L., *Francesca Woodman*, in “L'indiependente”, 24/02/2012, <https://www.lindiependente.it/francesca-woodman/>

Ambrosio D., *La storia di Francesca Woodman, artista fragile che ci ha lasciato foto di delicata bellezza*, in “Elle”, 05/06/2020, <https://www.elle.com/it/magazine/storie-di-donne/a32722568/francesca-woodman-fotografie/>

Grant D., *Francesca Woodman's posthumous path to A-lister*, in “The Art Newspaper”, 13/03/2024, <https://www.theartnewspaper.com/2024/03/13/francesca-woodmans-posthumous-path-to-a-lister>

Pascutti M., *“L'effimero e l'eterno” – Concept\_05 – Francesca Woodman*, in “Fiaf.net”, 09/12/2018, <https://fiaf.net/agoradicult/2018/12/09/leffimero-e-leterno-concept-04-francesca-woodman/>

Giromini F., *La fotografia surrealista e sensuale di Guy Bourdin*, in "Atribune", 09/11/2020, <https://www.atribune.com/arti-visive/fotografia/2020/11/guy-bourdin-eros/>

Agus E., *Guy Bourdin: quando Moda e Fotografia si incontrano*, in "Falcon Magazine", 10/03/2023, <https://falcon-magazine.it/guy-bourdin-moda-e-fotografia-si-incontrano/>

Lewis Carroll-Attraverso lo specchio, in "Formazione Indire", <https://formazione.indire.it/paths/lewis-carroll-at-traverso-lo-specchio#:~:text=Il%20brano%2odel%2ocelebre%2oautore,e%20scoprendo%2ocosa%20si%20nasconde>

Betti S., *Alice attraverso lo specchio*, in "Smeralda Betti Psicologo", 06/06/2016, <https://www.smeraldabettipsicologo.it/alice-lo-specchio/>

Juno Calypso, <https://www.junocalypso.com/about>

Toschi D., *Ipercostruzione di Sé e intimità virale nelle opere di Juno Calypso*, in "Arabeschi", <http://www.arabeschi.it/ipercostruzione-di-sc-e-intimita-virale-nelle-opere-di-juno-calypso/>

Fontana F., *Mai sentito parlare di Juno Calypso?* in "Inanimati", 03/02/2019, <https://inanimanti.com/2019/02/03/artista-juno-calypso/>

British Journal of Photography, *Juno Calypso: 'It can get lonely and weird'*, in "1854 Photography", 20/02/2017, <https://www.1854.photography/2017/10/juno-calypso-it-can-get-lonely-and-weird/>

Andrea&Sara, *Specchio, specchio delle mie brame...*, in "Novum Experience", 14/06/2018, <https://www.novumexperience.com/2018/06/14/specchio-specchio-delle-mie-brame/#:~:text=Ogni%2omattina%2C%20nel%2oracconto%2C%20la,oltre%2oil%2ofascino%2odella%2ovanitosa>

## CAPITOLO 8

*Marilyn Monroe: i molti volti di un'icona di Hollywood*, in "Google Arts & Culture", <https://artsandculture.google.com/usergallery/marilyn-monroe-the-many-faces-of-a-hollywood-icon/tgJi1OYZA1QbLw>

Rogers F., *So much more than a star: Marilyn Monroe's enduring impact on society and culture*, in "Palatinate", 21/11/2023, <https://www.palatinat.org.uk/so-much-more-than-a-star-marilyn-monroes-enduring-impact-on-society-and-culture/>

Bertolucci L., *Marilyn Monroe, 60 anni senza il mito nato dalla macchina fotografica*, in "Il Fatto Quotidiano", 5708/2022, <https://www.ilfattoquotidiano.it/2022/08/05/marilyn-monroe-60-anni-senza-il-mito-nato-dalla-macchina-fotografica/6750554/>

*Gentlemen Prefer Blondes: Femininity Representation In The 1950s*, in "Lin Vu Film", 23/12/2019, <https://www.linh-vufilm.com/words-on-film/gentlemen-prefer-blondes-femininity-representation-in-the-1950s>

Milani N., *Zelda Fitzgerald: bella, "scandalosa" e celebrata, ma anche fragile e incompresa*, in "Il Libraio", 02/12/2016, <https://www.illibraio.it/news/storie/zelda-fitzgerald-chi-era-410903/>

Giordano A., *Jim Herrington, "l'arrampicatore della fotografia" in "Icona Magazine"*, 02/05/2023, <https://www.icona-magazine.it/eventi/jim-herrington-larrampicatore-della-fotografia/>

Emine S., *Dolly Parton on style, stardom and sexism: 'I know how to push men off and get the hell away'*, in "The Guardian", 09/10/2023, <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/oct/09/dolly-parton-on-style-stardom-and-sexists-rockstar-behind-seams-my-life-in-rhinestones>

Caravita I., *Conosci sicuramente una fotografia di Eve Arnold, oltre a quelle scattate a Marilyn Monroe (noi te la raccontiamo)*, in "Vogue", 12/07/2023, <https://www.vogue.it/news/article/eve-arnold>

Baty L., *Why Gentlemen Prefer Blondes is More Relevant Than You Thought*, in "The Anchor", 28/09/2023, <https://cchahsnews.com/1876/entertainment/why-gentlemen-prefer-blondes-is-more-relevant-than-you-thought/>

Mascolino E., *Zelda Fitzgerald, il suo talento e la sua personalità esuberante e spontanea*, in "Harpers Bazaar", 24/07/2023, <https://www.harpersbazaar.com/it/cultura/a44626281/zelda-fitzgerald-vita-biografia/>

Z - *L'inizio di tutto*, in "Wikipedia", 30/10/2022, [https://it.wikipedia.org/wiki/Z\\_-\\_L%27inizio\\_di\\_tutto](https://it.wikipedia.org/wiki/Z_-_L%27inizio_di_tutto)

Faccani F., *In un nuovo libro Dolly Parton ripercorre la sua vita attraverso i suoi look preferiti*, in "Vogue Italia", 19/10/2023, <https://www.vogue.it/article/dolly-parton-libro-vita-stile>

Morgan M., *Why do people still love Marilyn Monroe?*, in "The History Press", 31/05/2017, <https://thehistorypress.co.uk/article/why-do-people-still-love-marilyn-monroe/>

Cosgrove B., *Fun With Marilyn and Jane: On the Set of 'Gentlemen Prefer Blondes'*, in "Life", <https://www.life.com/arts-entertainment/marilyn-monroe-jane-russell-on-the-set-of-gentlemen-prefer-blondes/>

# Ringraziamenti

*Francesca*

Scrivere questi ringraziamenti non è stato affatto semplice, come molti di voi possono immaginare, ma sono felice di essere qui a farlo.

Desidero innanzitutto ringraziare me stessa per l'impegno e la dedizione che mi hanno portata a completare questo progetto. È stato un percorso lungo e spesso difficile, ma la passione e la determinazione non mi hanno mai abbandonata. Sono profondamente grata a tutti coloro che hanno preso parte a questo progetto, convinta che sia solo l'inizio di altre avventure altrettanto stimolanti e appassionanti, che mi permetteranno di crescere sia a livello professionale che personale.

Un ringraziamento speciale va a mia mamma e mio papà, che hanno sempre creduto in me senza mai farmi sentire la pressione di dover raggiungere i miei obiettivi. Spero che in questa giornata possano sentirsi orgogliosi di me e che questo sia un modo per ringraziarli di tutti i sacrifici fatti per rendermi felice e non farmi mai mancare nulla. Li ringrazio di cuore per il loro supporto costante e per la pazienza dimostrata nei momenti più difficili. Sono profondamente grata per i loro preziosi consigli, anche quando non li ho seguiti alla lettera. Raggiungere questo traguardo è il mio modo di dire grazie per tutte le volte in cui non l'ho fatto.

Ringrazio di cuore mia sorella Manuela, che è sempre riuscita a sdrammatizzare le situazioni più tese e che ha ascoltato le mie lamentele quotidiane. Il nostro supporto reciproco non ha bisogno di parole, perché sappiamo che c'è sempre, anche quando non lo diciamo esplicitamente.

Un pensiero speciale va ai miei nonni, Antonia, Serena e Franco e mia zia Silvia, che sono sempre stati presenti, preoccupandosi per me, i miei studi e le mie passioni. Spero di averli resi orgogliosi di questo percorso, che ho portato a termine anche grazie al loro sostegno.

Un ringraziamento va anche ai miei amici, con un pensiero particolare per Meli e Ale, che non si sono mai stancate di ascoltarmi e supportarmi. Sono state al mio fianco fin dall'inizio, seguendo ogni passo del mio percorso e rappresentando per me un rifugio sicuro.

Grazie alla mia amica e compagna di tesi Valentina, con cui ho condiviso tante giornate in università. La ringrazio per la sua vicinanza in ogni momento, per tutto ciò che mi ha insegnato, sia a livello professionale che umano, e per i numerosi consigli scambiati, anche quelli che non ho sempre ascoltato.

Infine, un ringraziamento speciale va a Raden, per il suo paziente supporto negli ultimi mesi. Lo ringrazio per avermi fatto vedere le cose da una prospettiva diversa e per avermi aiutata a crescere sotto ogni punto di vista, anche in un tempo così breve. Grazie per avermi dedicato tempo, anche nei periodi più impegnativi, e per essere stato sempre al mio fianco fin dal primo momento.

## *Valentina*

Alla mia dolce maestra Rosalinda,  
che mi ha trasmesso fin da subito l'amore per il bello,  
inconsapevole del fatto che, grazie a lei,  
da quel momento l'avrei ricercato per sempre.

Alla mia mamma,  
colonna portante della mia vita,  
per essersi dedicata costantemente al mio percorso  
e per aver fatto della mia gioia la sua.  
Grazie per averci creduto prima che lo facessi io.

A papà,  
per avermi accompagnata e sostenuta  
nei momenti in cui sono stata forzata ad uscire dalla mia zona di comfort.

A Marti e Milla,  
per il tempo e l'amore che non mi hanno mai risparmiato,  
per avermi regalato una luce nei momenti bui,  
per aver scelto di essere le mie fedeli e adorate complici.

A nonna Emy,  
mia grande ispiratrice e punto di riferimento,  
per essere stata esempio di forza e determinazione  
e per avermi trasmesso i valori della dedizione e della responsabilità.

A Chri,  
mio porto sicuro, cuore gentile e paziente.  
Grazie per non avermi mai lasciata sola,  
accompagnandomi a ritrovare l'ordine  
anche quando ogni via d'uscita mi sembrava lontana.

Ai miei amici di sempre,  
per aver celebrato ogni mio piccolo traguardo  
e per aver offerto supporto e forza  
nei momenti in cui pensavo di non averne più.

A Francesca,  
per aver conquistato insieme a me,  
nel bene e nel male,  
ogni meta di questo percorso.

Desideriamo ringraziare il professor Paolo Tamborrini per i suoi numerosi e preziosi consigli, e per averci guidato con dedizione lungo tutto il percorso di questo progetto.

Un ringraziamento speciale va a Femme, protagonista del nostro lavoro, per la sua gentilezza e disponibilità. Grazie per averci accolte nel suo mondo spensierato e pieno di energia, permettendoci di vivere di creatività e sana follia insieme a lei.

Ringraziamo di cuore anche Andrea J Di Marco che, oltre ad averci dedicato tempo prezioso, ha dato un contributo professionale al nostro lavoro. Grazie per aver condiviso con noi consigli pratici e strategie comunicative innovative, frutto delle sue collaborazioni con famosi cantanti italiani.

Infine, un sentito grazie a Knowhere Studio, a Pietro e a Monia, che con pazienza e disponibilità ci hanno permesso di svolgere lo shooting nel loro studio professionista, condividendo non solo le loro attrezzature ma anche i loro preziosi consigli esperti.  
Grazie per averci permesso di dar forma alla nostra creatività.







