

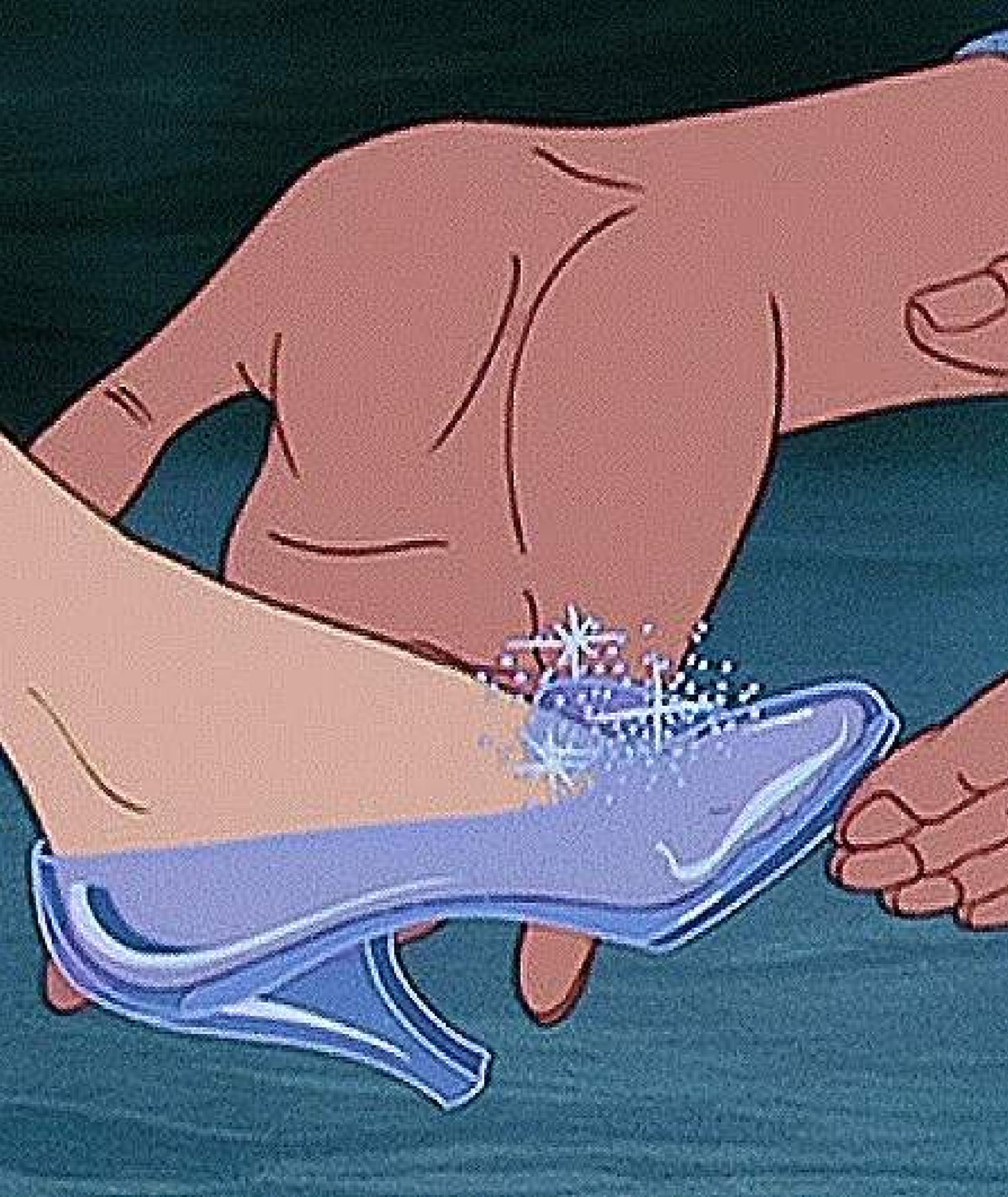


ACCADEMIA
DELLE ARTI
E NUOVE
TECNOLOGIE

STORIE DI IMMAGINI

4 o 5 cose
che è importante sapere





LA COMUNICAZIONE DI PROGETTO

Comunicare un progetto significa innanzitutto creare le basi già in fase progettuale per poterne documentare le intenzioni e il sentiment che lo hanno generato.

Le intenzioni e i presupposti infatti tendono a scomparire dietro gli aspetti realizzativi che, con il tempo, prendono il sopravvento nello storytelling.

Il rischio è quello di restituire una storia i cui effetti sono tangibili ma di cui non è più possibile raccontare la genesi.

La storia di un progetto ha valore se riusciamo a raccontarne la nascita e i bisogni che lo hanno reso necessario.

La fase di raccolta documentale quindi deve iniziare fin da subito, anche quando sembra che non ci sia nulla da raccontare.



L'ADERENZA ALLA REALTÀ

Comunicare un progetto significa assumersi la responsabilità del modo in cui l'intera impresa verrà percepita e ricordata.

Quello che bisogna sempre tener presente è che spesso, con il tempo, tutto quello che resterà del progetto stesso sarà il suo racconto.

Per questo il piano per comunicare un progetto è di per sé un progetto, perchè deve restituire non solo il prodotto finale ma anche tutte le riflessioni e le finalità che lo hanno prodotto.
E deve raccontare la realtà del momento.

Quanto pesa su un prodotto il modo in cui viene narrato?

[Link video](#)



LE 5 W DELLO STORYTELLING



WHO: “Chi?” identifichiamo chi compie l’azione, il soggetto intorno al quale ruota la storia da raccontare. Il pronome “chi” può riferirsi a una persona fisica, a un gruppo, a un popolo.

WHAT: “Cosa?” rappresenta il cuore della storia da realizzare, l’argomento di cui parlare e di cui il soggetto è protagonista.

WHEN: “Quando?” permette una collocazione temporale dell’azione e del suo svolgimento.

WHERE: “Dove?” al pari della collocazione temporale, l’azione descrive lo spazio e collocata la storia in un luogo.

WHY: “Perché?” fornisce la motivazione all’azione che si è svolta, lascia una traccia permanente sul rationale del progetto.



IL PRODOTTO DI UN PROGETTO

Il prodotto di un progetto deve avere caratteristiche precise:

- . deve essere fedele all'intenzione originale
- . deve mantenere intatto l'obiettivo di progetto
- . deve avere caratteristiche di semplicità di utilizzo
- . deve essere chiara la sua utilità
- . deve utilizzare media coerenti ad accogliere i contenuti individuati
- . deve essere realizzato nel rispetto dell'economia disponibile
- . deve tener conto delle risorse che possono essere messe in campo





IL PRODOTTO DI UN PROGETTO

A differenza dello spunto creativo che consente a un'idea di nascere, che deve lasciare margine alla capacità di immaginare qualcosa che ancora non esiste, **il prodotto di un progetto deve mantenersi saldamente ancorato a tempi, modi e disponibilità economiche** che ne determineranno l'aspetto e la funzionalità finale.

Affinchè sia possibile immaginare prodotti realizzabili è essenziale coinvolgere fin dalla nascita dell'idea figure competenti nel settore prescelto e **lavorare con loro affinché la proposta e il prodotto finale corrispondano.**





QUAL È IL PRODOTTO GIUSTO?

Il prodotto su cui far atterrare un progetto non può essere scelto in base alla sua spettacolarità o ai trend del momento.

Il punto di partenza per scegliere il prodotto deve rispondere a queste domande

- . Cosa voglio dire?
- . Cosa voglio far vedere?
- . Che tipo di contenuti possiedo?
- . Che tipo di contenuti posso produrre?

Il secondo punto è il modo in cui voglio somministrare questi contenuti

- . Che tipo di esperienza voglio offrire?
- . Quali sono gli strumenti che le persone sanno utilizzare meglio?
- . Qual è il medium più coerente con lo scopo del mio progetto?
- . Quale pubblico voglio raggiungere?



IL CODICE NARRATIVO

All'interno di una rete che vuole generare e comunicare progetti con intenzioni simili o sovrapponibili è bene decidere linee guida che rendano tali progetti accostabili e collegabili tra loro nelle intenzioni e negli scopi.

È essenziale d'altronde che tali linee guida mantengano i giusti margini di libertà affinché realtà locali e situazioni peculiari possano esprimersi all'interno della loro zona di comfort attraverso il linguaggio che ritengono proprio.

L'obiettivo è creare un ecosistema di soluzioni autonome ma correlate tra loro.

Nessun progetto è un'isola.



IL CODICE NARRATIVO

L'impegno dei dirigenti scolastici e il dialogo continuo con la rete sono gli strumenti indispensabili per creare l'ecosistema virtuoso in cui convivono entità libere ma accostabili e compatibili.

Attraverso il dialogo e il confronto periodico e continuato è possibile capitalizzare il lavoro di ciascuno e farlo diventare fonte di ispirazione e bagaglio di esperienza per tutti, non solo nel presente ma anche nel futuro.

Creare questo ecosistema dovrebbe essere il "super progetto" a cui tutti siamo chiamati a collaborare.



LE RISORSE DISPONIBILI

Il meme a fianco rappresenta bene lo scollamento che spesso viene registrato tra le aspirazioni e le possibilità realizzative.

Un risultato deludente spesso è la diretta conseguenza di una progettualità ambiziosa ma incompatibile con il budget disponibile.

Oggi difficilmente assistiamo alla nascita di progetti irrealizzabili, ma bisogna tenere presente che il fatto di avere a portata di mano una tecnologia o avere spesso occasione di utilizzarla non significa che sia low budget o semplice da impiegare.

E la fattibilità di un progetto sostanzialmente dipende da questo aspetto, che quindi va tenuto nella massima considerazione.



CASE HISTORY

1

Liceo colonna palazzo Barberini



I NEGOZI OLIVETTI PERDUTI DI ALBINI E GAE AULENTI

Nella tesi di Design di Serena Degl'Innocenti viviamo l'emozione di poter entrare in negozi Olivetti, progettati da grandi interior designer, andati per sempre perduti.

Il monumentale lavoro di ricostruzione 3D affrontato partendo dal poco materiale esistente rende la visita in VR di questi due store estremamente emozionante.

[link video](#)





IL LICEO VITTORIA COLONNA DI ROMA

Il progetto presentato dal liceo Vittoria Colonna **“La Casa grande dei Barberini da residenza patrizia privata a Istituto scolastico pubblico”** propone un percorso per la restituzione al pubblico del valore storico della sua sede, attraverso la mostra ragionata di tesori tuttora esistenti ma anche la riscoperta di tesori andati perduti nel tempo, a causa di successivi riusi del palazzo e diverse destinazioni d'uso, con punti di interazione per approfondimenti storici e artistici.

Nel caso di palazzo Barberini la fattibilità del progetto prevede la ricostruzione dell'ambiente non attraverso la modellazione 3D, ma attraverso un processo di renderizzazione fotografica che genererà una nuvola di punti attraverso i quali sarà possibile ottenere un'immagine visitabile a 360°.

[Link reference](#)



CASE HISTORY 2

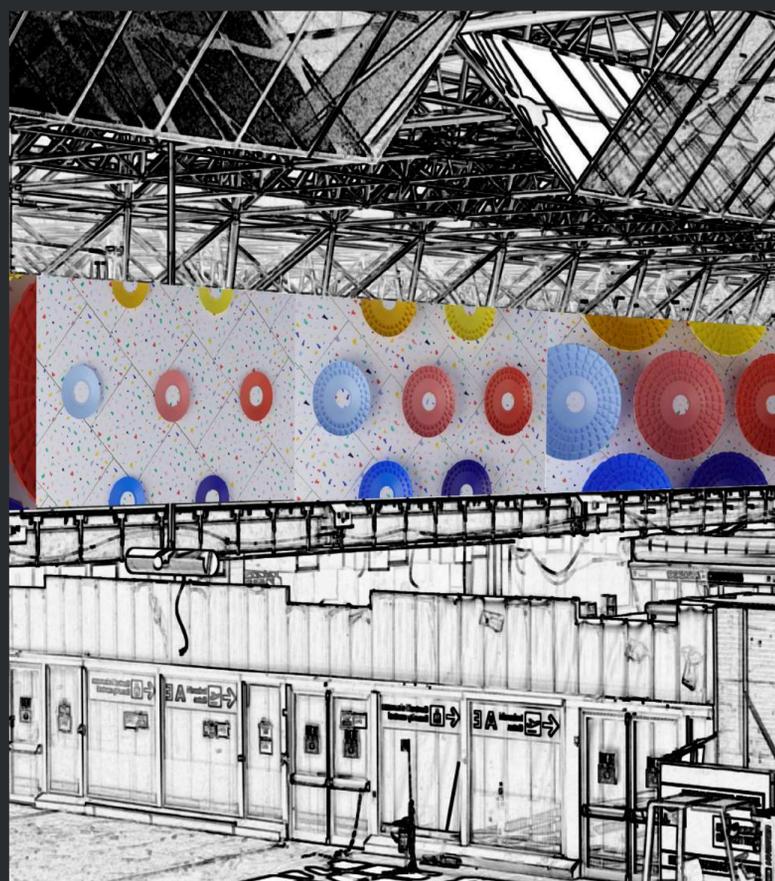
Il Terminal 1 dell'aeroporto Leonardo Da Vinci - Roma

IL TERMINAL 1 BENVENUTI IN ITALIA

La sfida vinta in gara con altre università e accademie italiane ha messo AANT davanti all'opportunità di realizzare il sistema di comunicazione visivo per il Terminal 1 dell'aeroporto di Fiumicino di Roma.



Il tema dell'italianità ha portato a fare una scelta narrativa precisa: una ricerca ampia su tutto ciò che connota sul piano visual la riconoscibilità italiana e le sue forme più ricorrenti, portando a scoperte sorprendenti. Sono uguali:
 un pavè e l'intreccio di un canestro,
 un'arancia e il soffitto del pantheon,
 una colonna e un rigatone...





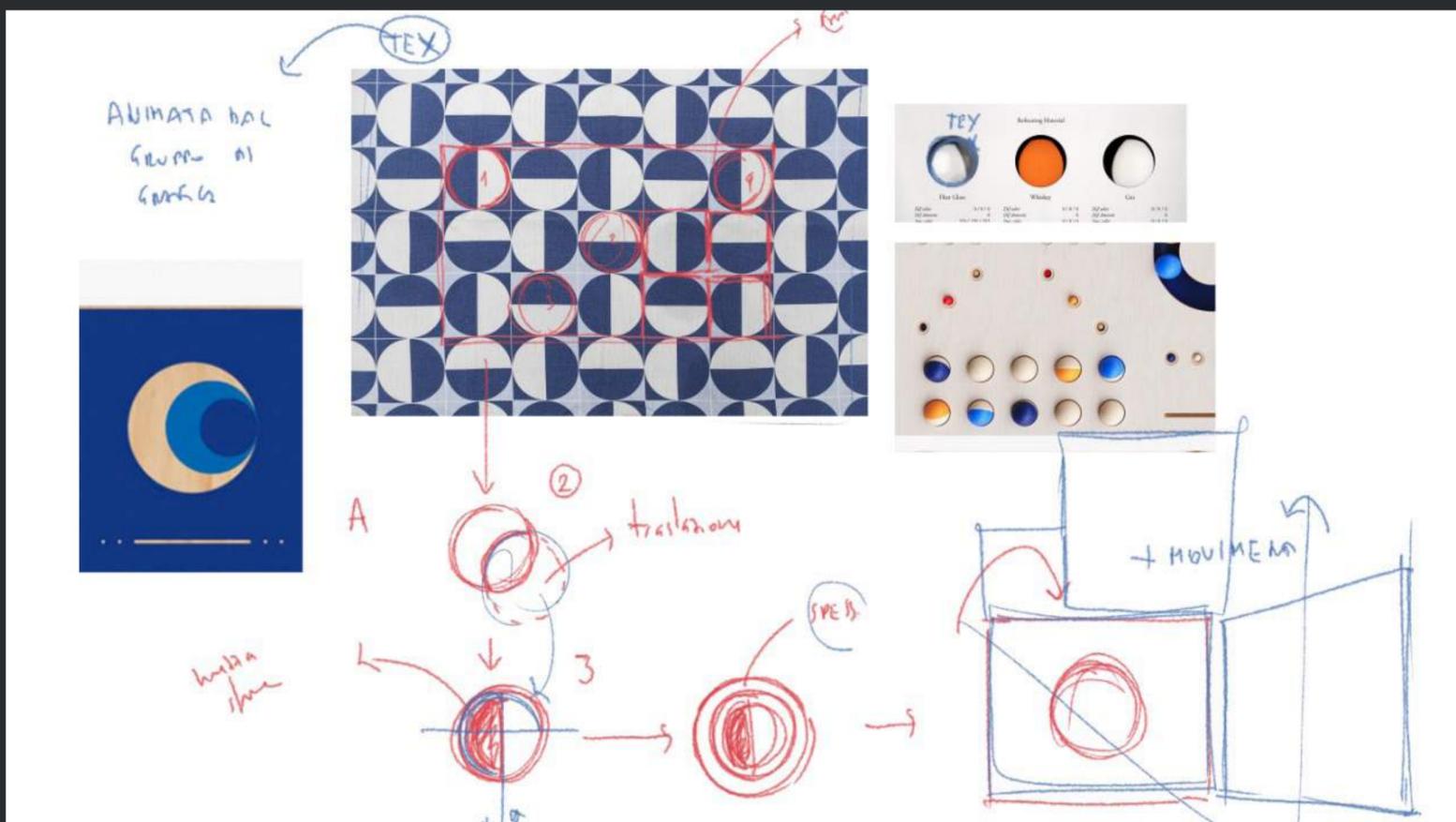
IL TERMINAL 1 ITALIAN STORIES

Il progetto è durato oltre un anno e ha visto al lavoro studenti e docenti che mai, in nessun momento, hanno dimenticato di produrre documentazione per poter raccontare questa storia.

Oltre 800 metri² di ledwall e grandi affissioni per narrare l'italian style e il made in Italy ai viaggiatori in transito. Oggi chi passa per il Terminal 1 viene accolto dalla ricchezza iconica italiana e dai suoi infiniti giochi di forme e colori.

Perchè ce l'abbiamo fatta? Perchè abbiamo messo competenze diverse a lavorare insieme: i nostri studenti di Design, Graphic Design e Videomaking.

[link video](#)





CASE HISTORY 3

NOI FOGLIE

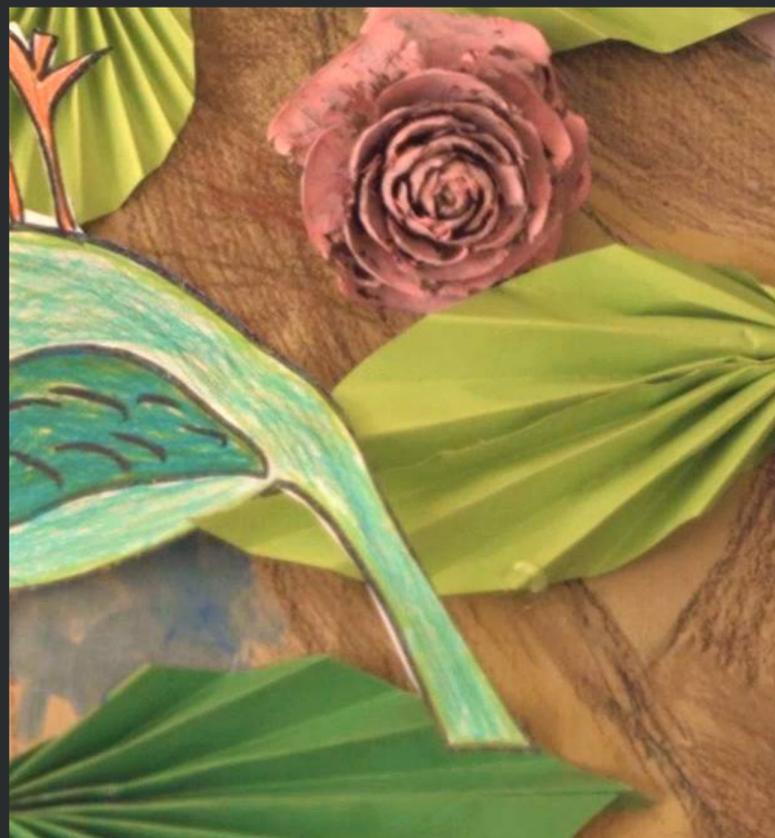
NOI FOGLIE

L'esperienza del progetto "Noi Foglie" dell'istituto comprensivo Morosini di Venezia diventa un documentario.

Promuovere un progetto di botanica in una città come Venezia ha già in sé qualcosa di straordinario, ma l'aver generato più prodotti nel suo excursus lo rende ancora più memorabile.

All'interno dell'istituto infatti:

- . è stato realizzato un orto sfruttando un ridotto spazio disponibile all'aperto
- . i ragazzi hanno studiato la fauna e la flora che si è sviluppata al suo interno
- . hanno riprodotto le foglie individuate e realizzato maschere degli insetti che hanno riconosciuto
- . L'intero cortile della scuola è stato decorato per ampliare la sensazione di presenza botanica all'interno della scuola.





NOI FOGLIE IL RACCONTO DEL PROGETTO

Attraverso uno storytelling pianificato in base all'intervista realizzata a Giovanna Barzanò è stato progettato un documentario che raccontasse l'esperienza.

Obiettivi

- . Dare visibilità ai protagonisti del progetto
- . Creare un report narrativo che fissasse le intenzioni progettuali
- . Ricostruire la cronologia dell'iter progettuale
- . Rappresentare l'ampiezza del progetto e la quantità di elaborati prodotti dagli studenti
- . Raccontare il punto di atterraggio finale del progetto



VIDEO “NOI FOGLIE”

Il video utilizzerà le voci degli intervistati come voci narranti dell'intero prodotto. Le scene girate dovranno avere audio in presa diretta per poter alterare le voci e i rumori ambientali alle voci in voice over degli intervistati.

Il modello di storytelling prevede:

- Di partire da scene girate con audio in presa diretta a cui subentra la voce dell'intervistato – mandando in sottofondo fino a morire l'audio ambientale – per poi staccare su chi sta parlando, per poi tornare alle scene girate mantenendo il voice over.
- Di partire dall'intervistato e poi lasciarlo in voice over mentre vediamo le scene girate.
- Di dare respiro a momenti e scene in cui voci e rumori saranno coperti da musica (come nello stacco di apertura, in alcuni momenti più poetici o nel timelaps finale)

TEMA	INTERVISTATO	SCENE
Dove siamo	Giovanna Il senso e lo scopo del progetto	1. Siamo a Venezia. Contestualizziamo la città 2. L'arrivo alla scuola 3. Lo spazio all'aperto
Il Luogo	Rossana Quarta L'importanza di comunicare bene un progetto	4. Coperture con 5. persone che si muovono nella scuola e nello spazio all'aperto 6. l'orto 7. selezione dei disegni dei bambini 8. preparazione del set
Le foglie	Dirigente Racconto dell'esperienza dei bambini	9. Il progetto delle foglie. 10. Ripresa delle foglie presenti nell'orto per rappresentare la fonte dell'osservazione dei bambini 11. Scene fake con realizzazione dei disegni delle foglie
Foglie e esperienze collaterali	Maestra 1 e maestra 2 Racconto del concetto <i>Idea attira idea</i> “quote” di un rappresentante Querini “quote” di un rappresentante Fondazione Pistoletto	12. Carrellata sulle foglie disegnate dai bambini 13. Momenti di condivisione con i disegni bambini-maestra 14. Racconto delle esperienze collaterali: le uscite esterne (foto già fatte)
Le maschere	Maestra 3 Racconto della creazione delle maschere	15. Scene fake con bambini che realizzano le maschere, colore, ritaglio, ecc. 16. Bambini che giocano con le maschere indosso
	Rappresentante WWF L'importanza di passare ai giovani la visione globale dell'ecosistema	17. Bambini all'aperto che imitano gli animali (es. saltare come un grillo, volare come un'ape)

NOI FOGLIE LO STORYTELLING

Per una corretta narrazione che centrasse tutti gli obiettivi è stato realizzato uno storyboard/sceneggiatura che prevedeva alcuni punti chiave:

- . utilizzare come voci narranti i protagonisti organizzativi e i partner del progetto
- . assegnare a ciascuno di loro un tema da esporre che fosse vicino e coerente con la loro competenza
- . realizzare riprese ad hoc predisponendo la disponibilità di tutti i materiali prodotti e inserendoli in modo coerente nella narrazione.

[Link video](#)



(Grazie per l'attenzione)