

**| Ricerca, design e sperimentazione per l'innovazione di prodotto
nel settore dell'accessorio moda: il caso Mangiameli | Workshop**

progettuale | a cura di Paola Bertola, Alba Cappellieri | con contributi di: Paola Bertola |

Alba Cappellieri | Arturo Dell'Acqua Bellavitis | Marisa Galbiati e Francesco Galli | Sara Mano | Danilo Morigi |

Raffaella Trocchianesi |

**EDIZIONI
POLI.DESIGN**

ISBN: 88-87981-10-8

© 2002 Edizioni POLI.design

Prima edizione: Novembre 2002

via Durando 38/A – 20158 Milano
Tel. 02-2399.7206 Fax 02-2399.5970
e-mail: polidesign@mail.polimi.it
internet: www.polidesign.net

Coordinamento redazionale: Michela Pelizzari

Sistema grafico editoriale
Art direction: d.com

Grafica: Chiara Diana
Impaginazione: Giovanni Maria Conti, Paolo Casati

Stampa: Litogì - Milano

In copertina fotogramma a cura del laboratorio
"Produzione Immagine" del Dipartimento INCDACO.

Alba Cappellieri ha curato "La ricerca applicata al Design" (Parte Prima)
e Paola Bertola "Nuovi concept di prodotto" (Parte Seconda).

Tutti i diritti sono riservati; è vietata la riproduzione non autorizzata, anche parziale o ad uso interno o didattico
con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, la memorizzazione elettronica o altro sistema di registrazione.

Marisa Galbiati, Francesco Galli

Il progetto di Movie Image Design: il video come strumento didattico di ricerca

L'esperienza di Movie Design realizzata nell'ambito del progetto Mangiameli si inquadra in un iter di implementazione della comunicazione audiovisiva e multimediale all'interno di un processo di valorizzazione dell'impresa. Il caso studio ha offerto la possibilità di sfruttare le nuove tecnologie della comunicazione audiovisiva in un ambito progettuale che incornicia la figura del *movie designer*, ossia il designer che progetta la comunicazione con le immagini-movimento.

L'obiettivo definito all'inizio del percorso era la costruzione di un testo audiovisivo che avesse due diverse funzioni: da una parte un videoprodotto con valore di memoria storico-culturale utile all'azienda, dall'altra un artefatto comunicativo per illustrare agli studenti del workshop gli aspetti più significativi dell'impresa e dei suoi processi strategici, produttivi e comunicativi.

Il lavoro, durato circa cinque mesi e realizzato presso il laboratorio Produzione dell'Immagine Video della facoltà del Design, è stato articolato in due fasi:

- I fase: fase di produzione (sopralluoghi, progetto luci, scenografia, realizzazione delle riprese)
- II fase: fase di post-produzione (editing, montaggio, compositing video, interfacce grafiche, masterizzazione, DVD video)

Fase di produzione

Nella prima fase, quella relativa alla produzione delle immagini, sono stati identificati i luoghi, le persone, gli eventi necessari alla costruzione del racconto aziendale. Possiamo così sintetizzarli:

- L'impresa. All'interno degli spazi dell'azienda sono state realizzate le interviste ai responsabili del settore marketing, comunicazione,

produzione, ed è stato esplorato il laboratorio per la modellazione, il taglio, la confezione dei prodotti. Inoltre, è stato realizzato il videorepertorio di *still-life*, come necessaria documentazione di immagini dell'archivio storico e attuale dei prodotti Mangiameli, con ricchezza di dettagli e di visualizzazione degli elementi di funzionalità ed estetici.

- Le città. Per documentare l'ambientazione degli showroom Mangiameli si è ritenuto importante realizzare alcune riprese nelle città di Palermo, Roma e Firenze che ospitano gli spazi-vendita. Il contesto urbano ha assunto, in questo caso, il ruolo di cornice che illustra la temperatura estetica, ambientale, sonora di alcune delle più belle città del mondo. Anche le immagini del Mipel, fiera tematica tenutasi a Milano nel maggio 2002, si inquadrano in questo format di documentazione dei climi espositivi in relazione all'utenza.

- Le testimonianze. Sono state realizzate videointerviste a soggetti privilegiati, persone che operano nei settori della pelletteria e nelle più importanti griffes, che hanno offerto spunti critici e suggerimenti utili per l'interpretazione e la rilettura della brand Mangiameli.

- Il workshop. Scopo del videocontributo relativo al workshop, era la videodocumentazione del lavoro svolto dagli studenti durante la fase progettuale a tema.

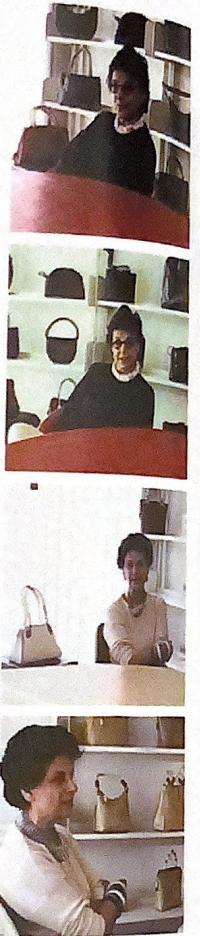
Vorremmo descrivere ora alcuni dei passaggi salienti del processo di costruzione del repertorio videoiconografico.

Tutte le riprese sono state realizzate dopo opportuni sopralluoghi che hanno reso possibile la scelta del luogo più idoneo, il posizionamento e lo studio dei punti luce, la scelta dei punti macchina in relazione al soggetto da intervistare o da riprendere, la riorganizzazione della scenografia in relazione ai punti macchina prescelti. Inoltre si è scelto di utilizzare, per tutte le riprese, due videocamere. Attraverso questo procedimento si è potuto raggiungere l'obiettivo della moltiplicazione dei punti di vista, secondo un'indicazione emersa dall'osservazione delle pratiche cinematografiche suggerite, tra gli altri, da Jean Mitry, noto teorico e storico del cinema.

L'uso di due punti di vista ha così permesso di sfruttare le potenzialità dei due "campi visivi": il 'campo totale' fisso e frontale sul soggetto, e un punto di osservazione mobile, a volte realizzato con una videocamera a mano, per l'indagine sui dettagli.

Analizziamo di seguito la posizione delle due videocamere in relazione alle diverse fasi di registrazione, relativamente alle interviste delle sorelle Mangiameli.

Le due interviste, realizzate nello stesso ambiente, sono connotate



*Dall'alto:
intervista a Anna
Mangiameli, al campo
totale si alternano
immagini riprese dal
lato destro del set;
intervista a Lucia
Mangiameli, al campo
totale si alternano
immagini riprese dal
lato sinistro del set.*



Dall'alto:
 Prodotto storico campo
 totale;
 dettagli primissimo
 piano;
 fase di produzione di
 una borsa camera a
 mano;
 immagine totale;
 dettaglio.

dalla diversa scenografia (repertorio di borse e tappeto di pelle sul tavolo, di differenti colori) e dalla diversa posizione della seconda camera, elemento che assume, in questo caso, la funzione di segna-contesto, ossia di cambio di cornice.

I dettagli e gli oggetti aziendali sono stati analizzati utilizzando una sola camera fissa. La scelta registica sottolinea i due approcci visivi: la scelta del campo totale per i prodotti storici, la scelta del dettaglio per presentare i particolari delle borse citate durante le interviste.

Le riprese realizzate all'interno dei laboratori sono state effettuate con una camera a mano per consentire un più facile controllo dei movimenti e per poter cogliere un maggior numero di dettagli seguendo, nei particolari, le operazioni degli artigiani e dei lavoranti.

Le riprese ai soggetti privilegiati (*focus group*) sono state concepite per dal spazio alle emozioni e alle parole degli intervistati. Si è scelto di utilizzare il primo piano, alternandolo a campi totali e a dettagli, inseriti in finestre apposite. Quando veniva chiesto ai soggetti intervistati di scegliere una borsa per commentarla, il linguaggio della ripresa cambiava per assumere un aspetto meno istituzionale, più innovativo. Pur continuando a lavorare con due punti macchina, si è deciso di utilizzare la camera a mano per alcune riprese, modificando il campo visivo e consentendo così di realizzare spostamenti a 180° attorno alla persona intervistata.

Le riprese agli showroom, così come le riprese effettuate durante la fiera Mipel, e quelle realizzate durante il workshop, sono state realizzate utilizzando due videocamere: una camera a cavalletto per effettuare panoramiche esplorative, mentre le riprese con la seconda camera sono state realizzate con l'ausilio di una HandyCam, un particolare dispositivo che permette di governare la videocamera consentendo un maggior numero di spostamenti pur mantenendo bilanciata l'inquadratura.

Fase di post-produzione

Nella seconda fase si è proceduto all'editing, alla post-produzione, al compositing video, al design delle interfacce, per la confezione dei prodotti multimediali. Tutto il materiale video è stato organizzato in due formati, tenendo conto dei differenti obiettivi richiesti: un video, su supporto magnetico, con funzione divulgativa, e un DVD video con interfaccia navigabile per esplorare tutti gli aspetti indagati, come strumento interattivo e innovativo. In questa fase è maturato il concept della struttura visiva e funzionale del prodotto multimediale, è stato scelto il linguaggio visivo più appropriato, il tipo di montaggio,

la grafica dell'interfaccia, in sintesi, le scelte tecniche e linguistiche che hanno un ruolo decisivo per la buona qualità del prodotto finale. Tutte queste fasi si racchiudono nel termine "post-produzione".

Definito il numero e la sequenza delle scene da acquisire, abbiamo realizzato un *file batch*, un foglio di testo digitale contenente le informazioni sul "timecode" delle scene da acquisire. I sistemi di acquisizione digitale hanno consentito di importare tutti i contributi prescelti e organizzati in cartelle (bin) suddivise per tipologia di prodotto. Inoltre, grazie all'acquisizione delle immagini attraverso schede analogiche, si è evitato ad un frequente inconveniente nel mondo del digitale: il problema dell'interlacciatura, ossia la scomposizione dell'immagine digitale in due campi distinti, fenomeno dovuto all'acquisizione attraverso cavi digitali, come il collegamento *firewire*, che accentua i problemi relativi allo sdoppiamento dei campi durante la visualizzazione su un monitor. Data la complessità del materiale (più di 3 ore di girato) il processo di post-produzione è stato suddiviso in diverse fasi:

Sincronizzazione audio/video

Per le interviste il primo problema che andava affrontato era quello relativo alla sincronizzazione delle diverse piste video (relative alle due camere con le quali sono state effettuate le riprese). La fase di sincronizzazione si è ripetuta ogni volta che si è presentato uno sgancio nel *timecode*, ogni volta, cioè, che la camera ha smesso di registrare.

Progettazione dell'interfaccia comunicativa

L'interfaccia comunicativa doveva rispondere della complessità del prodotto audiovisivo e della necessità di organizzare contributi realizzati in spazi e tempi differenti. Si è scelto di classificare l'insieme dei contributi in sei capitoli: 1 storia - 2 prodotto - 3 ideazione - 4 produzione - 5 comunicazione - 6 mercato.

Montaggio e interfacce grafiche

Lo stile di montaggio scelto per la presentazione del caso studio è stato quello della narrazione. Nella parte centrale dell'inquadratura le persone intervistate (le sorelle Mangiameli e il responsabile del laboratorio) comparivano in modo alternato come se partecipassero a un incontro a tre, supportate da contributi visivi sui temi della discussione. Contemporaneamente, nella parte inferiore dell'inquadratura, cinque finestre presentavano contributi sui dettagli delle borse, o sulle due persone che in quel momento non comparivano sullo schermo principale, che sembravano quindi essere "in attesa". Tale modalità si ispira ai modelli delle televisioni interattive che consentono l'osserva-



Dall'alto:
interfaccia grafica completa di video;
interfaccia grafica completa di video e informazioni testuali.

zione di un soggetto da più punti di vista.

Per quanto riguarda il *focus group* la scelta della composizione finale del video si è sviluppata attorno al rapporto totale/dettaglio.

L'interfaccia doveva quindi contenere le immagini riprese dalle due videocamere e, al contempo, le informazioni utili alla identificazione delle persone intervistate.

Per il workshop, invece, le immagini sono state accostate usando come scelta espressiva il diverso settaggio della videocamera (1/25 ; 1/50). Questo *escamotage* ha permesso un approccio che differenziasse le immagini del workshop da tutte le altre creando un modello a sé.

Registrazione su DVCAM, codifica, progetto grafico DVD e masterizzazione

Dopo la renderizzazione di tutti gli effetti grafici, visivi e testuali inseriti all'interno del progetto si è proceduto ai riversamenti su nastro digitale e su VHS.

Per ottimizzare il contenuto di un prodotto audio/video in un supporto come il DVD è necessario realizzare una compressione adeguata del filmato. Il video è stato infatti compresso utilizzando il codec Mpeg2, che rappresenta lo standard attuale per la realizzazione di prodotti videodigitali. Per essere successivamente inserito all'interno di un dvd, le immagini video sono state trasformate in una traccia .vob, mentre l'audio è stato compresso in una traccia ac3. Il supporto DVD (4,7Gb) ha garantito all'utente finale la possibilità di scegliere tra i contributi presenti quale attivare, tramite l'uso dell'interfaccia grafica progettata.

La grafica dell'interfaccia è stata realizzata rispettando due obiettivi: richiamare visivamente i differenti contributi realizzati (interviste, *focus group*, workshop) ma anche offrire la possibilità di poter accedere attraverso l'uso di opportuni menu ai capitoli interni dei filmati.

Note tecniche

Tutte le riprese sono state realizzate con videocamere Sony DVCAM PD-150, con monitor di controllo Sony BVM 9". Le interviste sono state realizzate con due punti audio, un microfono posizionato frontalmente sopra l'inquadratura dell'intervistato e uno alle spalle della camera fissa rivolto verso l'interlocutore.

Per la parte fotografica sono stati utilizzati due parchi luci a scarica da 200 Watt e una luce a scarica da 575 Watt.

Le riprese effettuate in differenti contesti hanno richiesto diverse modalità di uso della luce: per le interviste esterne si è utilizzata prevalentemente una temperatura di colorazione bassa (3200 °K)

accostata alla tecnica del controluce per ottenere un effetto visivo più accattivante, mentre per le interviste interne si è preferito lavorare con temperature di colore più alte (5700°K), con l'ausilio di luci diffuse per omogenizzare l'atmosfera nel campo visivo dell'inquadratura. Le acquisizioni in composito sono state realizzate con scheda audio/video RTMac. Il formato di compressione utilizzato per riversare il filmato su nastro magnetico è il Dv-Pal (720x576 pixel, 25 fps). I tre video hanno una durata complessiva di 52 minuti così suddivisi: 35' le interviste, 14' il focus group e 3' il backstage del workshop. La direzione della fotografia è stata affidata a Ercole Visconti e Stefano Govi; le riprese sono state effettuate da Francesco Galli e Stefano Govi; il concept della struttura e l'interfaccia grafica sono di Francesco Galli, la post-produzione è stata realizzata da Davide Manea, Stefano Govi e Francesco Galli negli spazi del Laboratorio dell'Immagine Video della Facoltà del Design.

La regia del progetto è di Francesco Galli con la supervisione di Marisa Galbiati.