

Comunicazione multimediale

Corso di Laurea in Comunicazione - Anno Accademico 2023/2024

Marco Toffanin

L'EFFETTO IKEA, I PREPARATI PER TORTA E I SOCIAL



L'EFFETTO IKEA

Sin dall'inizio del XX secolo le aziende americane cercavano un giusto mix per le torte istantanee.

Alla fine degli anni '40 si arrivò al giusto dosaggio degli ingredienti perché la combinazione potesse soddisfare i palati dei consumatori.

Il tempo di preparazione della torta veniva drammaticamente ridotto, il cliente/consumatore doveva solo aggiungere acqua.



L'EFFETTO IKEA

Le vendite furono in un primo momento molto promettenti ma alla metà degli anni '50 ebbero un progressivo rallentamento fino a ristagnare e nessuno capì esattamente perchè.



L'EFFETTO IKEA

L'azienda General Mills commissionò allo psicologo Hernest Dichter (l'inventore del focus group) il problema.

Dopo alcune analisi Dichter scoprì che...

- 1) Il gusto delle torte non piaceva più
- 2) La torta costa troppo cara
- 3) Era troppo facile da fare

www.wooclap.com/GHEGDA



L'EFFETTO IKEA

Scoprì che la torta era troppo facile da fare e non c'era nessun investimento emotivo o soddisfazione nel preparare la torta.

Che soluzione avreste adottato?



L'EFFETTO IKEA

La soluzione proposta fu quella di coinvolgere maggiormente i cuochi richiedendo di rompere e aggiungere le uova al preparato.



L'EFFETTO IKEA

In poco tempo le vendite salirono vertiginosamente.
Dichter consigliò anche di coinvolgere i cake makers nel processo di glassatura.



NEW! Betty Crocker
Honey Spice Cake Mix

YOU ADD THE EGGS
FOR THAT SPECIAL
HOMEMADE GOODNESS

High, Moist Cakes
No other cake mix you can buy can give you higher, moister cakes. And no wonder!
1. Betty Crocker Cake Mixes contain Safemix, the premium quality cake flour.
2. You get a fresh egg cake, because you add the eggs.
3. There's a full pound and a quarter of cake mix in the package—more than any other nationally sold cake mix.

NEW!
Smoother batter—Easier beating!
All Betty Crocker Cake Mixes are improved! You have easier directions than ever to follow—to give you a smoother batter with easier beating than ever before! Look for them in their new packages at your grocer's, now!

There are two kinds of cake mixes. This is the only nationally sold cake mix that lets you add the eggs—the only one that gives you that special homemade goodness.

Betty Crocker
CAKE MIXES

By These Other Wonderful Betty Crocker Mixes WHITE • YELLOW • DEVILS FOOD • GINGER BREAD

L'EFFETTO IKEA

E questo produsse tre effetti diversi:

- Aumento della creatività dei cake makers
- La glassatura modificò il bilanciamento del gusto della torta
- Ulteriore incremento delle vendite.



NEW! Betty Crocker
Honey Spice Cake Mix

YOU ADD THE EGGS
FOR THAT SPECIAL
HOMEMADE GOODNESS

High, Moist Cakes
No other cake mix you can buy
can give you higher, moister cakes
And no wonder!
I. Betty Crocker Cake Mixes
contain Safemills, the premium
quality cake flour.
Z. You get a fresh egg cake,
because you add the eggs.
J. There's a full pound and a
quarter of cake mix in the
package—more than any other
nationally sold cake mix.

NEW!
Smoother batter—Easier beating!
All Betty Crocker Cake Mixes are im-
proved! You have easier directions than
ever to follow—to give you a smoother
batter with easier beating than ever
before! Look for them in their new
packages at your grocer's, now!

There are two kinds of cake mixes. This is
the only nationally sold cake mix that lets you
add the eggs—the only one that gives you
that special homemade goodness.

Betty Crocker
CAKE MIXES

WHITE - YELLOW - DEVILS FOOD - GINGER BREAD

L'EFFETTO IKEA

L'atto di essere coinvolto nel processo di creazione aumenta il valore percepito dal creatore del prodotto. Questo vale anche se il prodotto è già stato progettato e prodotto e si deve semplicemente assemblare come un mobile dell'Ikea.

Le persone valutano i prodotti che hanno contribuito a creare di più di quelle create da professionisti.



NEW! Betty Crocker
Honey Spice Cake Mix

**YOU ADD THE EGGS
FOR THAT SPECIAL
HOMEMADE GOODNESS**

High, Moist Cakes
No other cake mix you can buy can give you higher, moister cakes. And no wonder!

F. Betty Crocker Cake Mixes contain Safemix, the premium quality cake flour.

Z. You get a fresh egg cake, because you add the eggs.

J. There's a full pound and a quarter of cake mix in the package—more than any other nationally sold cake mix.

NEW!
Smoother batter—Easier beating!

All Betty Crocker Cake Mixes are improved! You have easier directions than ever to follow—to give you a smoother batter with easier beating than ever before! Look for them in their new packages at your grocer's, now!

There are two kinds of cake mixes. This is the only nationally sold cake mix that lets you add the eggs—the only one that gives you that special homemade goodness.

**Betty Crocker
CAKE MIXES**

**HONEY
SPICE**

By These Other Wonderful Betty Crocker Mixes WHITE • YELLOW • DEVILS FOOD • GINGER BREAD

L'EFFETTO IKEA

In generale il livello con cui si è contribuito alla creazione corrisponde al livello di soddisfazione.

Ma se lo sforzo per il contributo è troppo alto si tende a essere a lasciare.

Se lo sforzo è minimo si tende a non essere soddisfatti.

L'EFFETTO IKEA E I SOCIAL

Pensiamo ora ai contenuti che vengono creati nei social.

- Generalmente non prevedono progettazione, si ripetono in forme/format standard.
 - Non richiedono particolare sforzo tecnico nella creazione. Tutto è in modalità automatica per dare il miglior risultato possibile con il minimo sforzo.
 - La “glassatura” che richiedono (filtri, sondaggi, scritte) aumenta il grado di coinvolgimento e la personalizzazione.
-

Perché usare contenuti multimediali?

-
- Attivano diversi sensi e quindi coinvolgimento
 - Linguaggi multipli possono rafforzare l'idea (o creare messaggi ambivalenti o confusionari).
 - Veicolano grande quantità d'informazione in poco tempo.
 - Possono lavorare su un piano emotivo.
 - Rimangono impressi nella memoria a lungo termine.
-

PROGETTARE I CONTENUTI

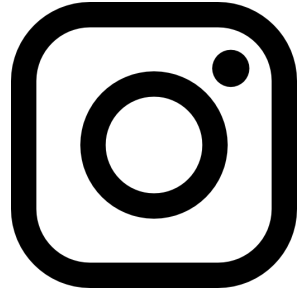


CREARE CONTENUTI

- ❖ Usare canali sensoriali (audio, video, testo)
 - ❖
 - ❖ Conoscere contesto culturale di riferimento
 - ❖
 - ❖ Usare diversi linguaggi (pittura, illustrazione, cinema)
 - ❖
 - ❖ Riferimento a generi (cinema d'autore, fantascienza, horror)
 - ❖
 - ❖ Pubblicazione su diversi media (tablet, telefono, TV)
 - ❖
 - ❖ Diversi formati (seriale, breve)
-

3

MODULI



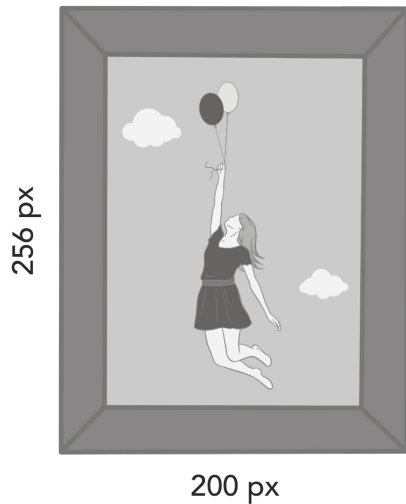


1. COMUNICAZIONE VISIVA

1. Layout
 2. Forme, colori, superfici
 3. Leggi della Gestalt e aggiornamenti
 4. Immagine denotativa e connotativa
 5. Caratteri
 6. Colori
 7. Modello A.r.m.m.
-



1. COMUNICAZIONE VISIVA



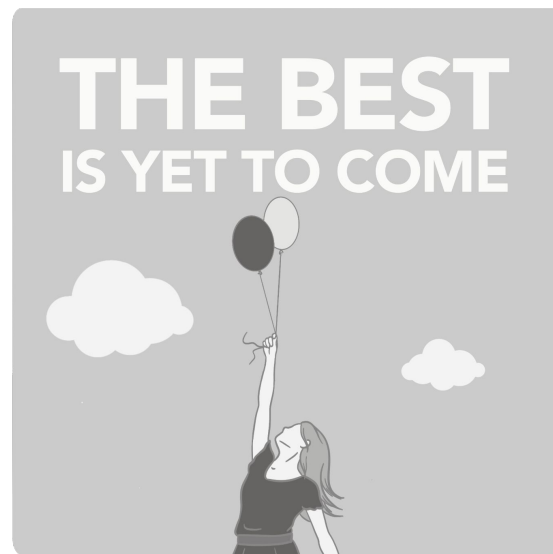


1. COMUNICAZIONE VISIVA



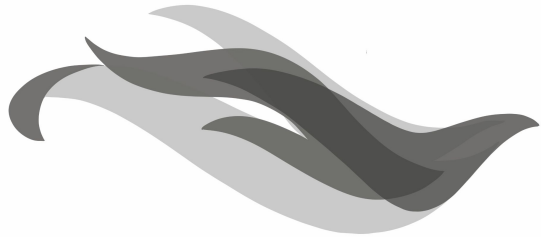


1. COMUNICAZIONE VISIVA





1. COMUNICAZIONE VISIVA



Entrata

Elegante,
tradizionale,
istituzionale,
s sofisticato,
formale

Entrata

Giocoso,
amichevole,
informale...



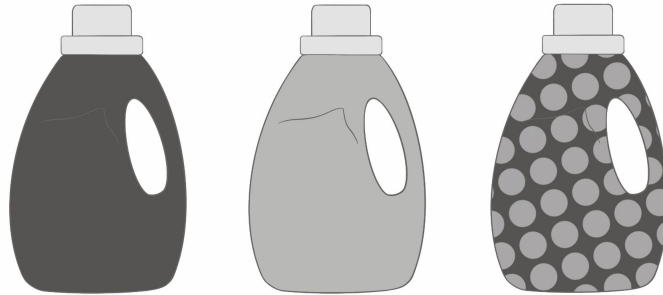
“L'ESSENZA DEL MIO
LAVORO È L'AMORE
PER LA VITA, LA
GIOIA DI GODERE
APPIENO CIÒ CHE
CI CIRCONDA.”

Ralph Lauren





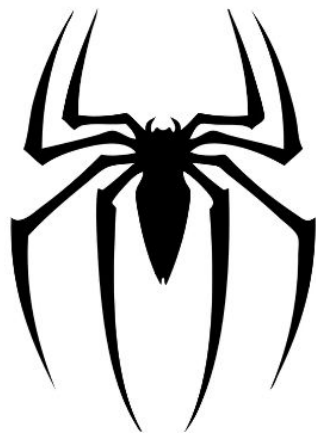
1. COMUNICAZIONE VISIVA





1. COMUNICAZIONE VISIVA





SPIDERMAN



1. GRAPHIC DESIGN LAB

1. Gimp (e Photoshop).
 2. Immagine digitale, dimensioni, risoluzione, peso, formati.
 3. Interfaccia e gestione dei livelli.
 4. Dimensioni, risoluzione e profili colore.
 5. Uso della palette degli strumenti.
 6. Creazione di selezioni e maschere.
 7. Creazione di forme e tracciati.
 8. Uso delle font, tracking, kerning, integrazione di testi nelle immagini.
 9. Uso e creazione di pennelli.
 10. Applicazione di filtri.
 11. Formati di esportazione.
 12. ESERCIZIO: CREAZIONE DI UN LOGO
-



N



THE G6 SERIES

LECTURES | SEMINARS | WORKSHOPS | DISCUSSIONS

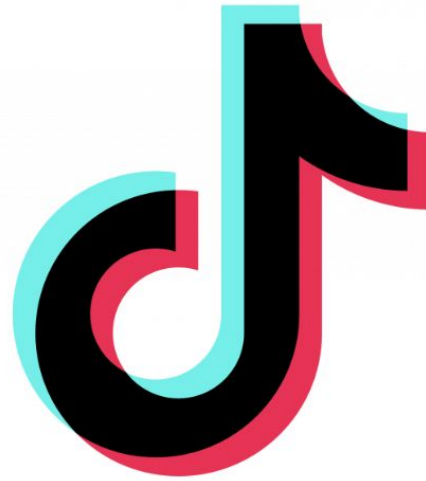


MOVING FORWARD

45

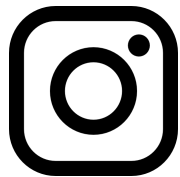
400

405



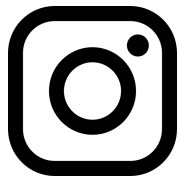
TikTok

indl

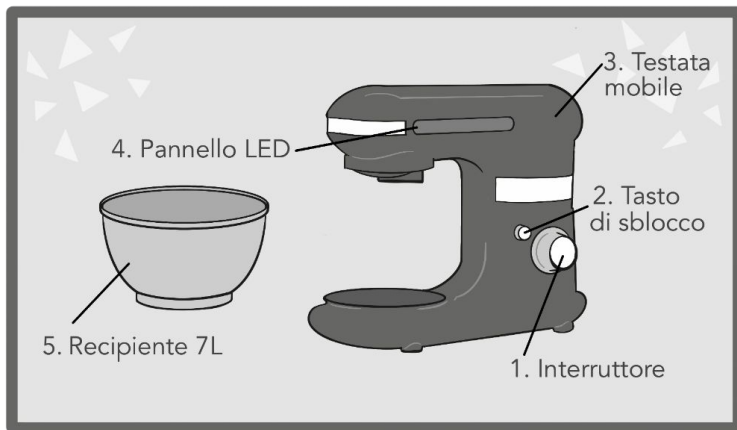


2. IMMAGINI DIGITALI

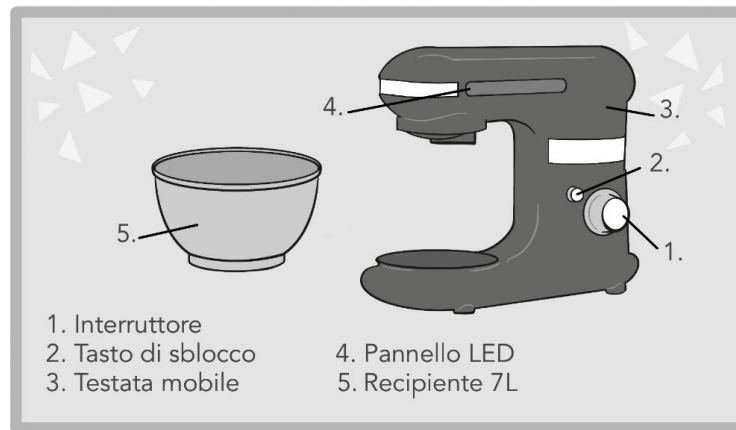
1. Principi multimediali
 2. Principi di progettazione
 3. Layout/ Come funzionano le immagini
 4. Infografiche
 5. Luci/ombre
 6. Rapporti
 7. Do and dont's
-



2. IMMAGINI DIGITALI



Sì



No

Carte Figurative des pertes successives en hommes de l'Armée Française dans la campagne de Russie 1812-1813.

Dressée par M. Minard, Inspecteur Général des Ponts et Chaussées en retraite. Paris, le 20 Novembre 1869.

Les nombres d'hommes présents sont représentés par les largeurs des zones colorées à raison d'un millimètre pour dix mille hommes; ils sont de plus écrits en travers des zones. Le rouge désigne les hommes qui ont été en Russie, le noir ceux qui en sont sortis. Les renseignements qui ont servi à dresser la carte ont été puisés dans les ouvrages de M. M. Chiers, de Ligny, de Fezensac, de Chambray et le journal inédit de Jacob, pharmacien de l'Armée depuis le 28 Octobre.

Pour mieux faire juger à l'œil la diminution de l'armée, j'ai supposé que les corps du Prince Nicôme et du Maréchal Davoust qui avaient été détachés sur Minsk et Mohilow et ont rejoint vers Orscha et Witebsk, avaient toujours marché avec l'armée.

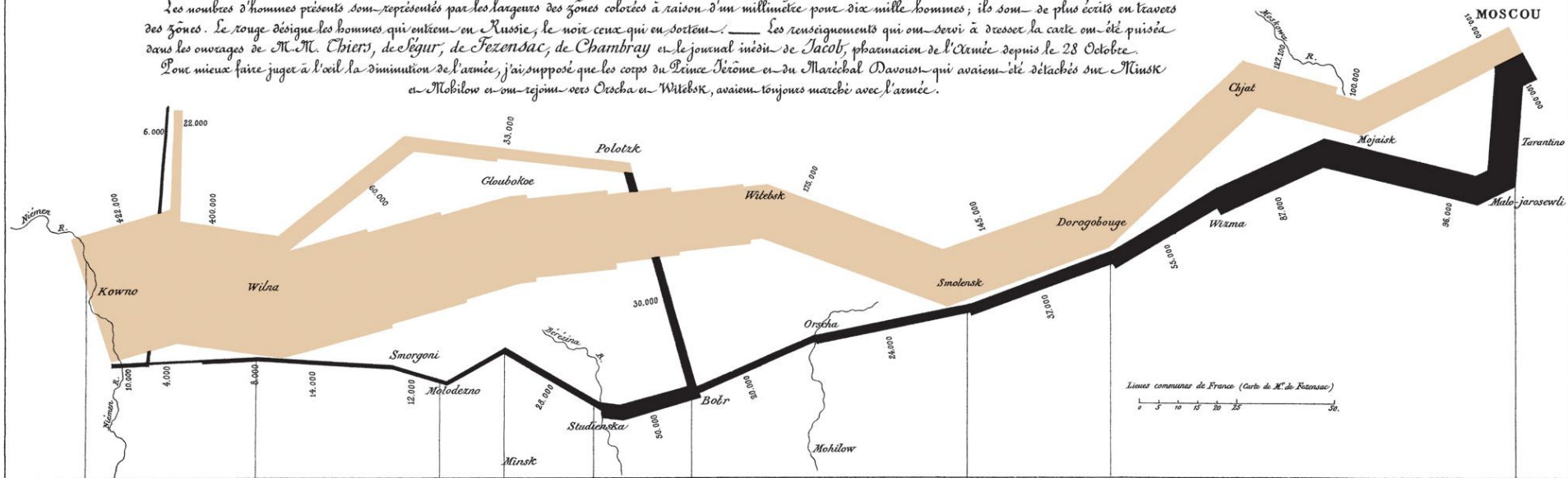
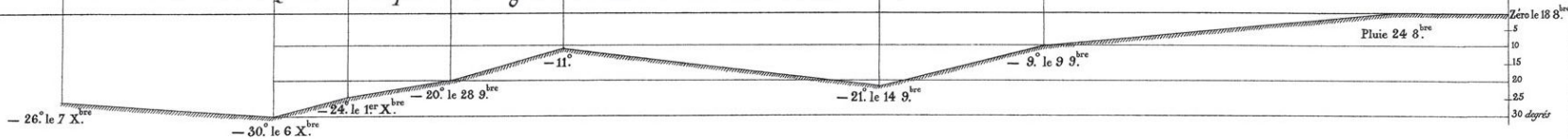
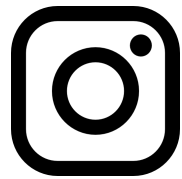


TABLEAU GRAPHIQUE de la température en degrés du thermomètre de Réaumur au dessous de zéro.



Les Cosaques passent au galop le Niéme gelé.

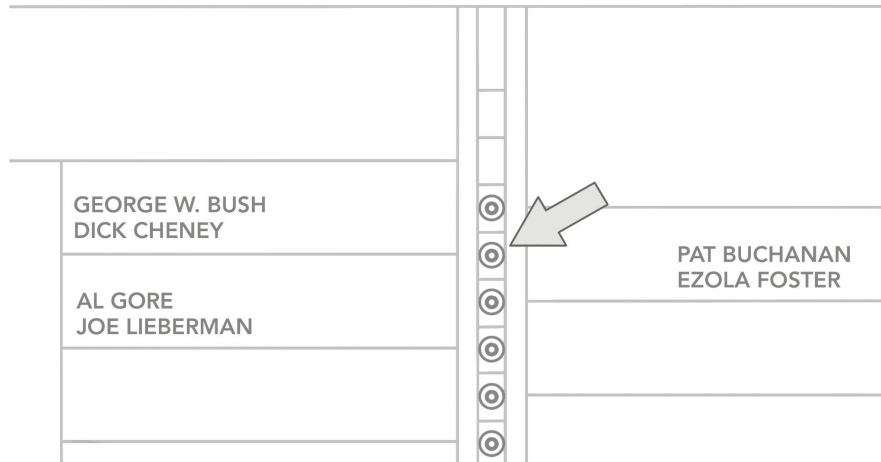




2. IMMAGINI DIGITALI



ALLINEAMENTO



TEMPO

Barilla
difende la qualità.
(questa è la prova)



CARATTERE/FONT

Traditional MODERN

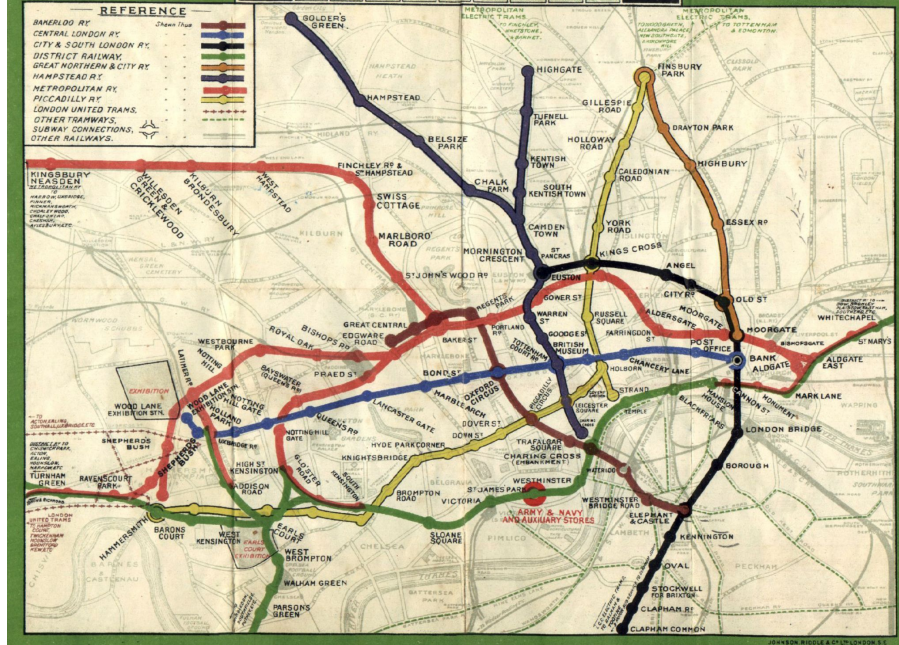
calm **Chaotic**

friendly **AGGRESSIVE**

LONDON

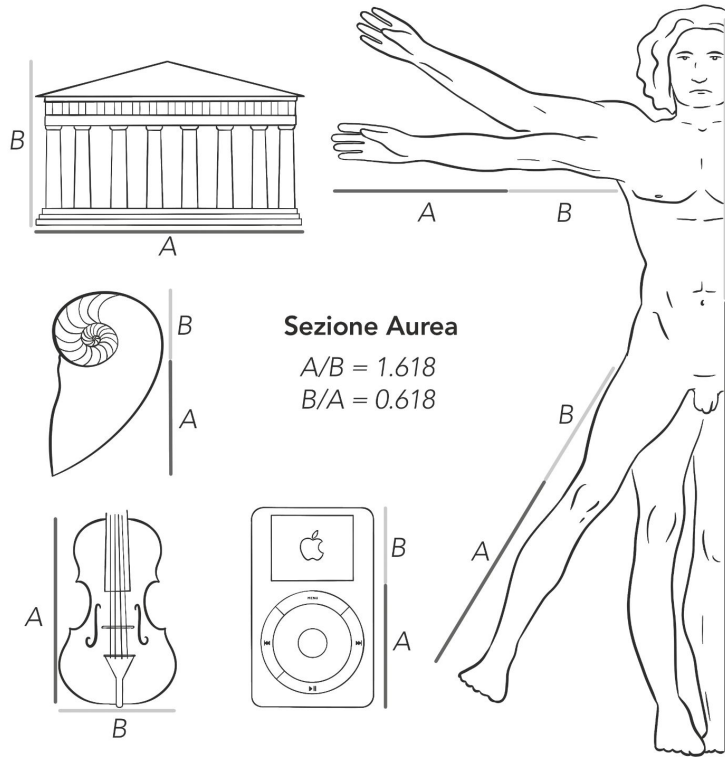
UNDERGROUND

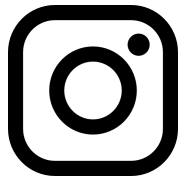
RAILWAYS











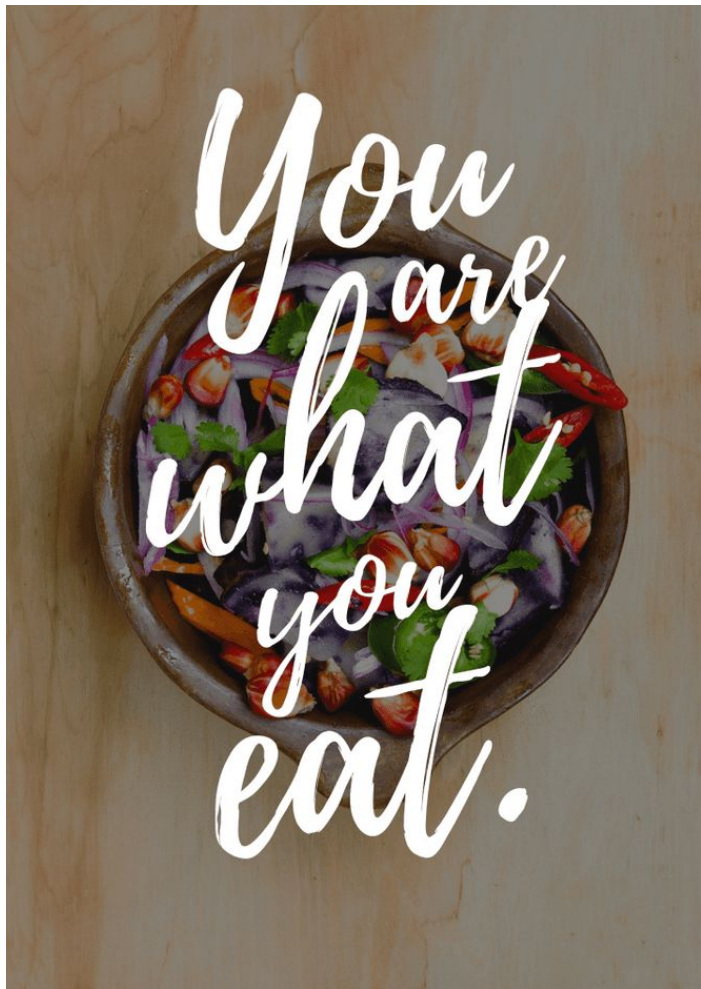
2. EDITING LAB

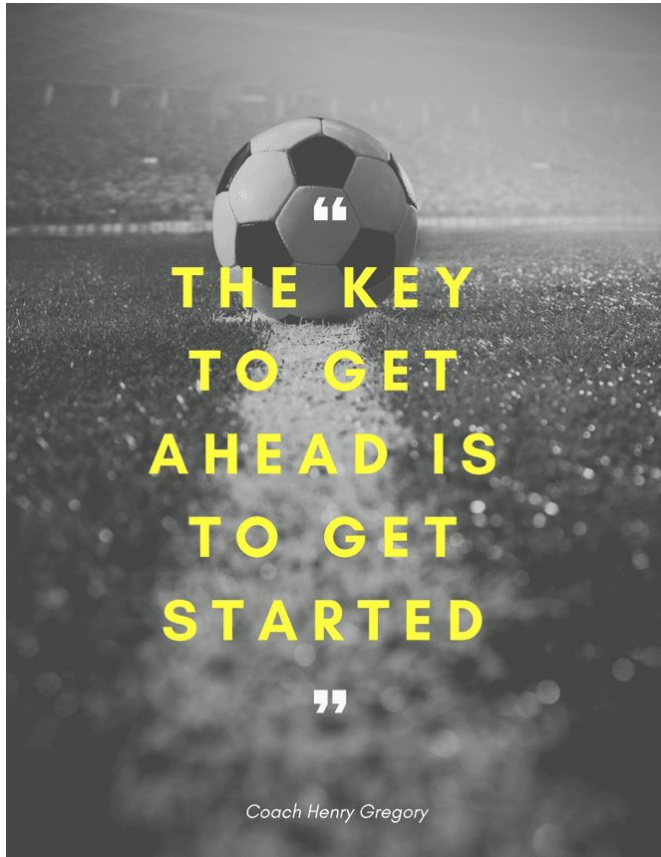
1. Tagliare e ruotare
 2. Strumenti di selezione
 3. Color correction e curve
 4. Filtri e pennelli
 5. Applicazione di livelli (overlay, testo, livelli scontornati)
 6. Metodi di fusione
 7. ESERCIZIO: CREAZIONE DI UN POSTER
-











“
THE KEY
TO GET
AHEAD IS
TO GET
STARTED
”

Coach Henry Gregory



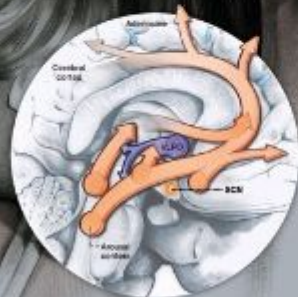
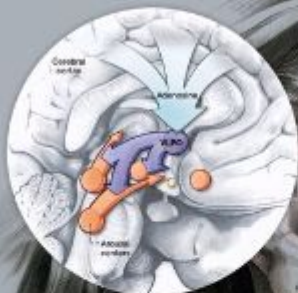
D O N
' T S
T O P

THE BRAIN IN SLUMBER

Sleep is no longer thought of as merely the time we spend unconscious. It is a dynamic state characterized by shifting levels of electrical activity and the ebb and flow of chemicals into various regions of the brain. Key to this give-and-take are two tiny structures in the hypothalamus deep in the brain. The neural dance they engage in determines when we fall asleep, and when we wake again to face the day.

FALLING ASLEEP

Sleep develops in a circular cycle of cells called the ventrolateral preoptic nucleus (VLPO). Triggered by the daily buildup of the chemical adenosine, the VLPO sends a signal to brain centers to stop producing histamine and other chemicals that keep us alert.



WAKING UP

Awakening is initiated by the body's master biological clock, located in another tiny cell cluster called the suprachiasmatic nucleus (SCN). Responding to light, the SCN generates a "wake-up" cue that signals the VLPO to stop firing, reactivating the arousal systems.

SCN: SUPRACHIASMATIC NUCLEUS; VLPO: VENTROLATERAL PREOPTIC NUCLEUS; HYP: HYPOTHALAMUS; AD: ADRENAL GLAND; SCN: SUPRACHIASMATIC NUCLEUS; VLPO: VENTROLATERAL PREOPTIC NUCLEUS; HYP: HYPOTHALAMUS; AD: ADRENAL GLAND.

THE ANATOMY OF SLEEP

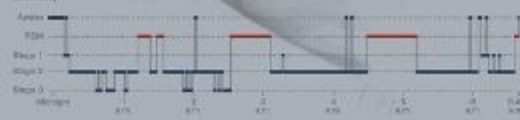
- Hypothalamus:** Critical to sleep, contains clusters of neurons that govern circadian rhythms and regulate chemical signaling, sleep and arousal.
- Thalamus:** Blocks input from the senses, allowing the brain to focus on processing information from the day.
- Pineal gland:** Produces melatonin when the body's clock senses darkness, helping the brain prepare for sleep.
- Hippocampus:** vital to memory formation; during REM sleep, neural memories to be stored.
- Pons:** Involved in both arousal and the adjustment of breathing during REM sleep. Sends signals to the spinal cord, preventing us from acting out our dreams.
- Cerebral cortex:** Activated during REM sleep. The signals from the pons direct it to begin the cortex's attempts to create a "story" out of information collected during waking hours.
- Retina:** Carries special cells that send an arousal signal to the brain when they sense light.



STAGES OF SLEEP

At night we cycle through four distinct phases of sleep. In stage 1 (light sleep) we may drift in and out of wakefulness. Brain waves slow in stage 2, with notable ear flutters and hypnic jerms. Stage 3 (light to deep) is the most active period of REM (rapid eye movement) sleep punctuating the stages. Heart rate and breathing grow more rapid, most intense occur.

Adult Sleep



BRAIN ACTIVITY DURING SLEEP









SKIN IRONY

FUTURE CLASSIC

swatch+
SWISS MADE



3. VIDEO

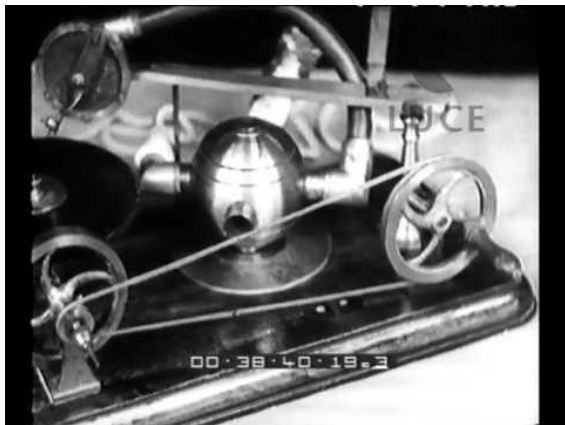
1. L'ideazione e i generi (reportage, documentario, videoservizio, teaser, promozionale).
 2. I pilastri di una storia.
 3. Concept e creative idea.
 4. Script e storyboard.
 5. Grammatica visiva.
 6. Strategie di montaggio.
 7. Analisi spot.
-



3. VIDEO LAB

1. Interfaccia editor video.
 2. Risoluzione e framerate.
 3. Clip e timeline.
 4. Tecniche di montaggio.
 5. Transizioni, picture in picture.
 6. Slow motion e timelapse.
 7. Stop motion e motion graphics.
 8. Chroma key.
 9. Codec e formati di esportazione.
 10. ESERCIZIO: TEASER O SPOT DI 30”
-

IL SUONO



Invenzione del fonografo,
Edison, 1877



PER I FREQUENTANTI

- Comunicazione multimediale creativa, Marco Toffanin, Amazon KDP, 2022.
- Dispense e lezioni del docente.
- 3 esercizi entro i tempi stabiliti dal corso.

L'oggetto e le modalità dei lavori saranno presentati in aula e consultabili su moodle.

Il logo è un lavoro individuale.

Il poster può essere presentato singolarmente o in un gruppo formato da due persone.

Lo spot può essere presentato in gruppi di al massimo tre persone.

PER I NON FREQUENTANTI

- Comunicazione multimediale creativa, Marco Toffanin, Amazon KDP, 2022.
- Figure, Riccardo Falcinelli, Einaudi, 2020.
- Narrazioni audiovisive, Anna Cicalese, Franco Angeli, 2021.

L'oggetto e le modalità dei lavori saranno presentati in aula e consultabili su moodle.

- Presentazione di logo.
 - Poster.
 - Spot con soggetto e script.
-