

Il booktrailer come strumento di promozione

Valeria Baudo (redazione di Biblioragazzi), Roberto Casesi (Echo9)

Sinteticamente potremmo definire il booktrailer come il corrispettivo librario del trailer cinematografico, ma questa definizione mette in luce un solo aspetto del tema: quello del booktrailer come strumento promozionale. In questo senso si tratterebbe solo di un mezzo che serve agli editori o agli autori che si autopromuovono.

Attenerci a questa visione parziale porta il bibliotecario a derubricare il mezzo come una semplice pubblicità e ad accantonarlo, mentre esso si presta a essere uno straordinario strumento di promozione della lettura, della biblioteca e di nuove abilità espressive e comunicative cruciali per il bagaglio culturale dei cittadini della società dell'informazione.

Nel corso di questo articolo, che riassume un intervento tenuto al convegno Digital Readers 2 svoltosi a Rozzano il 20 ottobre 2011, tratteremo della struttura del booktrailer, delle sue potenzialità e analizzeremo un caso concreto.

Estetica del booktrailer:

Quando parliamo di booktrailer, ovvero di un breve filmato che, partendo da un libro, ne trasferisca in linguaggio filmico l'atmosfera e lo stile invogliando il lettore a leggerlo, non parliamo di uno strumento nuovo perché nasce negli Stati Uniti a metà degli anni Novanta. Ad oggi però si tratta di un formato ancora largamente inesplorato e sottovalutato nel suo potenziale didattico.

Possiamo individuare almeno tre principali tipologie: quella commerciale, quella artistica, quella educativo e didattica.

La prima (commerciale) vede il booktrailer come sistema per incentivare le vendite di libri. Vedere lo strumento esclusivamente sotto questa accezione ha sinora portato molti bibliotecari a non beneficiare di questa forma comunicativa ed espressiva. Se anche questa fosse l'unica accezione (e vedremo nel corso della trattazione che non è così) non si vede perché un discorso che nasce come commerciale non possa essere inserito nelle biblioteche. Tradizionalmente abbiamo sempre prodotto percorsi bibliografici, i booktrailer possono facilmente essere sfruttati in questo senso creando delle playlist bibliografiche (l'unico ostacolo è che sono ancora poco numerosi per costruire percorsi strutturati). Inoltre scopo della biblioteca è fare incontrare il lettore con il libro giusto; che questo avvenga attraverso la serendipity, attraverso un consiglio di lettura, o attraverso l'incontro con uno strumento nato per la promozione commerciale, ai fini del risultato non fa nessuna differenza.

La seconda anima (artistica) vede il booktrailer come forma di espressione dell'arte digitale e non si riferisce solo a dei prodotti qualitativamente dignitosi, ma a opere vere e proprie che non hanno un intento commerciale e che spesso dal libro prendono spunto per generare una nuova opera che ha una sua totale autonomia.

La terza anima, quella che vede nel booktrailer uno strumento per sviluppare delle competenze è quella che interessa maggiormente il nostro mondo eppure è in Italia praticamente inesplorata.

Tipologie di booktrailer

Ma che forma assume questo video che parla di un libro? Non è un genere codificato, tuttavia possiamo parlare di

- **slideshow booktrailer:** composta una serie di immagini per lo più tratte dalla copertina o ispirate a essa che scorrono come in un power point alternandosi a frasi del libro. Si tratta del grado zero del booktrailer, un prodotto spesso amatoriale (anche se può essere declinato in forme interessanti) che molte volte prescinde da una conoscenza reale del testo perché ci si basa solo su alcuni elementi forti (copertina, quarta di copertina, introduzione...) per creare una suggestione.
- **cartoon:** si tratta di un formato che si adatta particolarmente ai libri illustrati e alle graphic novel ma richiede una certa mole di lavoro per la realizzazione e l'animazione di immagini.
- **intervista all'autore:** per i puristi non è nemmeno un vero e proprio booktrailer quanto piuttosto

- un booktalk ovvero una conversazione attorno a un libro.
- *you tube like*: sono un formato sicuramente interessante e di nuova apparizione, legato agli user generated content e al web 2.0. Si tratta di filmati che parlano del libro creando attorno ad esso una situazione giocosa e fortemente creativa, parodistica e libera da schemi convenzionali. Sono quei filmati che diventano famosi e cliccatissimi grazie al passaparola e alla condivisione in rete degli utenti: si tratta del viral marketing applicato ai booktrailer
 - cortometraggio: il grande classico ovvero un vero e proprio mini film composto da girato con attori che parte dal libro, lo sintetizza e lo traspone in linguaggio filmico.

Booktrailer e biblioteche

Come si può facilmente evincere da questa breve carrellata ci sono tipi di booktrailer adatti a tutte le esigenze e capacità, quindi non c'è motivo per pensare che i booktrailer siano una cosa che debba rimanere al di fuori delle biblioteche.

In primo luogo questi strumenti sono interessanti in particolar modo per i bibliotecari per ragazzi perché sono proprio i più giovani a poterne ricavare il beneficio maggiore. Uno dei mezzi preferiti per apprendere qualcosa è attraverso gli occhi, quindi sostituire un testo scritto (una tradizionale recensione o consiglio di lettura in forma scritta) con qualcosa di forte impatto visivo contribuisce sicuramente a catturare l'attenzione. Il fine è quello di far leggere un libro di carta (o su schermo, accenniamo qui solo incidentalmente al potenziale che il booktrailer può avere per l'e-book), ma le due cose non sono in antitesi. Il primo avvicinamento può avvenire con un mezzo più congeniale per poi portare alla parola scritta. Allo stesso modo possiamo pensare che questi ragazzi possano fare il processo inverso ovvero, partendo da un libro, tradurlo in una narrazione per immagini.

Se pensiamo allo spazio che il booktrailer può avere nelle biblioteche possiamo pensare a due livelli di coinvolgimento.

1. Il primo, che chiameremo *consumer*, si limita a usare i booktrailer già prodotti rendendoli disponibili in biblioteca o in maniera continuativa o attraverso eventi ad hoc
2. Il secondo, che chiameremo *prosumer* con un termine caro al web 2.0, vede le biblioteche protagoniste nella produzione di booktrailer. In questo caso non si mira solo alla realizzazione di un video per promuovere un libro e la sua lettura, ma si ambisce a far interpretare alla biblioteca il ruolo di agenzia formativa per le abilità chiave per i cittadini digitali.

Infatti la realizzazione di un booktrailer permette ai ragazzi non solo di apprendere una serie di capacità e competenze tecniche nel campo audio-video, ma soprattutto di mettersi alla prova con le cosiddette new media literacies ovvero quelle competenze che rendono le persone in grado di operare con consapevolezza sui diversi media. Tra le abilità coinvolte in un processo del genere pensiamo alla necessità di sintesi per condensare il testo in pochi minuti, all'importanza di una comprensione profonda del testo, ma anche alla capacità di lavorare in gruppo, insomma a tutta una serie di competenze vecchie e nuove che nel booktrailer si uniscono in un connubio armonico.

Questo orizzonte può sembrare per il bibliotecario irraggiungibile ma, attraverso l'analisi di un caso concreto, vedremo che è facile pensare a renderlo fattivo e ipotizzare un laboratorio di booktrailer in biblioteca.

Un caso concreto: Mumi senza memoria

Il booktrailer in questione è tratto da Mumi senza memoria un testo di Gabriele Clima con illustrazioni di Chiara Carrer pubblicato da Il Gioco di Leggere¹: su questo testo è stato realizzato da Echo9 un booktrailer².

Le fasi di lavorazione: dal libro al booktrailer.

Dopo aver scelto il libro da cui trarre il booktrailer (quindi il soggetto) si passa a scrivere una

1 Mumi senza memoria / testo: Gabriele Clima ; illustrazioni: Chiara Carrer, Milano : Il gioco di leggere, 2010

2 Il booktrailer è visibile su <http://vimeo.com/21940212>

sceneggiatura. Nel caso del booktrailer, non essendo un soggetto originale, questo compito è piuttosto semplice: ciò che il protagonista fa, la sua psicologia, lo stile di vita, sono particolari che si ricavano dal libro stesso.

Una volta che è stata scritta la sceneggiatura si va alla ricerca degli spazi per girare. Si fanno foto, disegni e tutto ciò che può aiutarci a trasformare la sceneggiatura in immagini e girato, si crea insomma lo storyboard.

Dopo averli individuati, è molto importante che gli spazi vengano allestiti con cura e senza lasciare nulla al caso, altrimenti si perde quella suggestione che il booktrailer mira a creare. Ad esempio in "Mumi senza memoria" la cameretta del bambino è, in realtà, la camera di un adulto che, con piccoli e mirati accorgimenti si è trasformata in qualcosa di diverso.

Il girato deve commutare perfettamente le parole in immagini e la sceneggiatura deve rappresentare la storia confrontandosi con gli spazi e le possibilità reali: bisogna quindi stare attenti in fase di scrittura della sceneggiatura a inserire solo gli elementi che realisticamente potremo rappresentare.

A questo punto si può iniziare a pensare alle luci sul set, un aspetto da non trascurare. Una pura e diretta illuminazione su un oggetto senza nessun altro attributo di luce lo fa apparire piatto e banale mentre l'aggiunta di una zona più luminosa rende più viva la superficie di quell'oggetto, mentre aggiungendo le ombre, si definisce la relazione spaziale tra l'oggetto ed il mondo che lo circonda; si tratta di una serie di piccole attenzioni che qualitativamente fanno una grande differenza.

Una volta piazzate le luci (questo è il compito del direttore della fotografia) si inizia a girare: è questa l'attività chiave in questo tipo di booktrailer, ma questo non si esaurisce in una semplice ripresa attraverso la telecamera perché la bontà del prodotto finale è data dall'insieme delle attenzioni per le diverse fasi: pre produzione, produzione e post produzione.

Per post produzione si intende l'acquisizione ovvero il trasferire il filmato su un pc dove possa essere lavorato in digitale (montaggio).

Questa fase è il momento in cui operiamo tagli sul girato per montarlo al fine di dare un senso e un sapore al video.

L'ultima fase riguarda la sonorizzazione. L'abitudine che abbiamo fatto nell'elaborare e interpretare prodotti audio-video data la loro pervasività, ci porta, inconsapevolmente, a pensare queste due entità, da una parte il video e dall'altra l'audio, come un naturale intreccio (melodico, armonico e ritmico) che scaturisce per magia dal semplice accostamento delle due arti, che parlano linguaggi diversi ma che insieme possono rafforzare il loro messaggio. Sarebbe come dire che miscelare ingredienti a caso in cucina, produca sicuramente un buon piatto: è solo la giusta misura degli ingredienti che rende *apprezzabile* un piatto. Allo stesso modo nel produrre un prodotto audio-video la misura delle parti (struttura musicale, ritmica, melodica, armonica, velocità, stile ecc...) deve essere sapientemente dosata per enfatizzare l'immagine in movimento e il contenuto che essa stessa rappresenta. L'ideale è sempre riuscire a comporre la musica sul montato in modo da seguire e accompagnare attentamente il linguaggio filmico. Quando comporre una musica su misura non è possibile si può scegliere una musica royalty free in una delle tante library di musica che si trovano in rete. La scelta della musica, un tema molto caro per i ragazzi, è sicuramente l'occasione per sensibilizzare e discutere del tema del copyright e degli usi leciti dei materiali scaricati dalla rete.

Come e perchè fare un'attività di laboratorio di booktrailer in biblioteca.

Il percorso che ha portato alla realizzazione di Mumi ha visto coinvolti dei professionisti, un regista con la sua troupe, un musicista, un forte intervento dell'autore che ha contribuito alla sceneggiatura. Ma la fattività di un booktrailer è, grazie alla diffusione delle tecnologie e alla netta riduzione dei costi, oggi alla portata di tutti.

Abbiamo già accennato a come il booktrailer sia uno straordinario strumento di promozione della lettura: se il libro è il soggetto da cui trarre la sceneggiatura allora una sua lettura attenta è indispensabile e si è incentivati a farlo. Inoltre permette di mettersi alla prova con il tema della crossmedialità e del passaggio di una storia dal linguaggio scritto a quello filmico. Infine affina delle capacità e competenze di tipo tecnico.

La gestione di un laboratorio del genere, con un piccolo supporto eventualmente da parte di tecnici qualificati, permette alle biblioteche di stimolare nei ragazzi un uso critico e creativo degli strumenti tecnologici, ottemperando, nello stesso tempo, al proprio fine di promozione della lettura e delle abilità

chiave della società dell'informazione.