****

**Cos’è un Teaser?**

**Nascita e diffusione del teaser**

**DAL TRAILER AL TEASER**

Per rispondere alla domanda del titolo è necessario ripercorrere brevemente la storia del cinema e della promozione cinematografica. Nei primi del Novecento nascono infatti negli Stati Uniti i primi trailer, realizzati per persuadere il pubblico a seguire una serie di film. Nel 1913 per il film “The Adventures of Kathlyn[[1]](#footnote-1)” diretto da Francis J. Grandon, vengono proiettate alla fine di ogni puntata le scritte «Ce la farà a scappare dalla fossa? Venite a vedere i prossimi emozionanti capitoli». Il primo trailer con uso di immagini viene mostrato nel 1913 a New York per il musical “The Pleasure Seekers”[[2]](#footnote-2) di Brodway. Ideato da Nil Granlund[[3]](#footnote-3), promuoveva lo spettacolo attraverso alcune parti dello stesso.

I trailer dell’epoca erano molto semplici e promuovevano i film muti attraverso spezzoni, nomi del cast e trama. Non di rado venivano utilizzate frasi a effetto per sollecitare curiosità e aspettative. I trailer erano strettamente collegati all’opera che sarebbe stata proiettata e dunque al prodotto[[4]](#footnote-4). Inizialmente realizzati dagli stessi autori dei film, i trailer furono poi creati da società specializzate come la NNS - National Screen Service. Proprio la NNS realizzò il trailer del primo film sonoro della storia “Il cantante di Jazz” regia di Alan Crosland, 1927. Con l’avvento del sonoro, si tese sempre più al sensazionalismo e la voce veniva utilizzata per suscitare curiosità - “Il mostro parla” era una delle scritte più accattivanti del trailer di “The bride of Frankenstein”[[5]](#footnote-5) del 1935, diretto da James Whale.

Negli anni successivi registi del calibro di Alfred Hitchcock e Stanley Kubrick lavorarono personalmente ai trailer dei rispettivi “Psyco” e “Il dottor Stranamore”, mostrando una nuova chiave realizzativa. Nel primo, Hitchcock accompagna il pubblico nel Bates Motel[[6]](#footnote-6), nel secondo, Kubrick utilizza un montaggio dinamico e moderno, quasi contemporaneo[[7]](#footnote-7).

Con il film “Lo squalo” di Steven Spielberg del 1975 arriviamo a un formato e a uno stile che può essere definito l’antesignano dei trailer contemporanei[[8]](#footnote-8). Mini storie che presentano un loro svolgimento e spesso raccontano in breve la trama del film.

Con il tempo i trailer si sono moltiplicati e diversificati. Di uno stesso film hanno iniziato a uscire anche diversi trailer che sono stati diffusi rapidamente su internet e al cinema.

Tra la fine degli anni 90 e i primi anni del 2000 arrivano i *teaser trailer* - versione ridotta di un trailer, utile a promuovere l’imminente uscita di un film - e realizzati mentre la pellicola è ancora in produzione. Ne è un esempio il teaser trailer de “Il codice Da Vinci” regia Ron Howard (2006), prodotto ancor prima che le riprese iniziassero. La lunghezza si riduce a soli 2 minuti, nei quali sono montate scene del film o spezzoni creati esclusivamente per il trailer stesso.

I primi film a utilizzare questo tipo di formato più breve del teaser trailer sono stati “Jumanji”, regia Joe Johnston[[9]](#footnote-9) (1995), e "Independence Day”, regia di Roland Emmerich[[10]](#footnote-10) (1996), mentre il più moderno “Inception”, scritto e diretto da Christopher Nolan nel 2010, ha dato vita allo stile odierno di emersione delle scritte sottolineate da un suono forte che impatta sul pubblico e crea aspettativa[[11]](#footnote-11).

Con “Indipendence Day” si definisce anche un nuovo vocabolario di tecniche specifiche per la realizzazione del trailer:

* **THE TURN LINE**: That moment in a trailer where the music drops out for a single line of dialogue.
* **THE RISE**: The big, crescendo finale most trailers ultimately build toward. The Rise often follows a Turn Line.
* **HITS**: Those pounding, dramatic drum booms that punctuate so many trailers are called Hits.
* **THE BUTTON**: The scare or joke that comes immediately after the Main Title Reveal and ends the trailer with a bang or laugh.

Curioso il caso di “Star Wars: Episodio I - The Phantom Menace”*[[12]](#footnote-12)* del 1999 di George Lucas, che accompagnava in apertura l’uscita dei film “The Siege” regia di Edward Zwick e “Bug’s Life” regia di [John Lasseter](https://it.wikipedia.org/wiki/John_Lasseter) e [Andrew Stanton](https://it.wikipedia.org/wiki/Andrew_Stanton), entrambi del 1998, poiché parte del pubblico pagò il biglietto solo per vedere il trailer[[13]](#footnote-13). Questo episodio in particolare racconta l’esclusività del formato, utilizzato spesso solo nelle sale cinematografiche prima della proiezione del film programmato, e quanto questo possa suscitare interesse e attrattiva.

Le campagne di diffusione dei teaser trailer possono essere lanciate prima della lavorazione e durare anche per un intero anno. Una delle attese più lunghe è quella legata a “The Grinch” diretto da Ron Howard, il cui trailer è stato lanciato nel settembre 2000, prima dell’uscita nelle sale avvenuta a novembre.

Nel 2010 il film diretto da David Fincher “The Social Network” presenta un teaser di circa 1 minuto[[14]](#footnote-14) in cui non vengono presentate immagini del film stesso, ma una sorta di conversazione tra i protagonisti.

Con l’avvento delle serie tv, il teaser trailer si è affermato anche sul piccolo schermo.

Nel corso degli ultimi 15 anni, il trailer diventa una tra le forme di intrattenimento più popolari sul web. Gli annunci dell’uscita di un trailer hanno un grande successo e si sviluppa l’idea di realizzare video che possano preannunciare l’imminente presentazione del film. Nascono quindi i teaser di pre-lancio con destinazioni molteplici sul web. Una forma di pubblicità che gli utenti guardano con interesse e curiosità. La pubblicità diventa intrattenimento.

Ai teaser trailer, le produzioni cinematografiche, iniziano ad affiancare altri prodotti multimediali di promozione durante il periodo di riprese o addirittura prima delle stesse come per “The Da Vinci Code”[[15]](#footnote-15) di Ron Howard. Dei brevissimi filmati di pre-lancio del film, che anticipano i teaser trailer e il trailer, per generare interesse e curiosità. Con questo nuovo approccio promozionale si introduce un nuovo formato della durata brevissima di 20-30 secondi: il teaser.

**IL TEASER**

Abbiamo visto come attraverso la storia del trailer questo formato passa dai 5 minuti ai 2 minuti, e poi ai 30 secondi. Un formato quindi brevissimo con una struttura formalizzata nel tempo da tecniche e stile fino alla comparsa dei teaser trailer.

L’utilizzo della parola *teaser*, derivata dall’inglese *to teaser* - stuzzicare, eccitare, provocare - è molto frequente in ambito pubblicitario e cinematografico e indica un formato di forte impatto, capace di suscitare curiosità nel pubblico, talvolta senza rivelare il marchio o il prodotto.

Nella definizione del vocabolario Treccani viene evidenziata come peculiarità di tale formato proprio quest’ultima caratteristica. Il teaser[[16]](#footnote-16) dunque non svela il prodotto, né il marchio, né le sue caratteristiche, stimola invece una curiosità e un’attesa verso spot successivi o *follow-up* in inglese.

Significativo del suo scopo è il termine utilizzato in Spagna: *campaña de intriga*[[17]](#footnote-17), per definire una campagna preliminare e antecedente a quella che promuove il prodotto, capace di far interrogare il pubblico sul messaggio proposto e a stimolare interesse a uno sviluppo del tema con le campagne successive.

In francese il teaser viene definito come *aguichage* o *campagnes aguichantes.* Aguichage è un neologismo[[18]](#footnote-18) della lingua francese che indica il processo pubblicitario che consiste nel trasmettere, in un preciso ordine, due o più annunci, il primo dei quali rivela solo parzialmente il messaggio al pubblico, al fine di suscitare la sua curiosità e sostenere la sua attenzione fino al completo disvelamento del messaggio. Viene generalmente utilizzato durante le campagne pubblicitarie e la parte mancante del messaggio crea un intrigo, un mistero. Tuttavia in ambito teatrale e cinematografico viene utilizzato il termine generico *vidéo de promotion*.

Le fasi iniziali delle campagne sono rivolte a un destinatario con un messaggio volutamente enigmatico o incompleto che lo invita a interessarsi al proseguimento dell'attività di comunicazione. La fase successiva o finale fornisce una spiegazione dell'enigma iniziale, segnando e mostrando l'esatta portata dell'azione di comunicazione. Si rivela dunque essere una tecnica di vendita e comunicazione che attrae lo spettatore (e potenziale cliente) con un messaggio basato sull'appeal.

**IL TEASER DI PROMOZIONE UNO STRUMENTO INTERSETTORIALE**

**TEASER PROMOZIONALE AZIENDALE**

I *teaser aziendali* o *teaser advertising*, in breve teaser ADS, vengono realizzati per il lancio preliminare di un prodotto, utilizzando un linguaggio criptico e composto da immagini e slogan con un montaggio breve, senza preannunciare il prodotto o il marchio. Spesso enigmatici e incomprensibili, questi spot mirano proprio a creare un alone di mistero. Le aziende utilizzano i teaser per il lancio di un prodotto, un evento futuro, una nuova funzionalità o un recente aggiornamento dell'azienda stessa.

Nel periodo di sviluppo e affermazione delle tv commerciali cresce la necessità di modificare il linguaggio pubblicitario e aumentano gli investimenti destinati alla produzione, che inizia ad assumere diverse forme di narrazione. Di questa trasformazione ne è un esempio eclatante la campagna di Apple, che nel 1984 decide di rilanciare il nuovo prodotto Macintosh incaricando il regista Ridley Scott[[19]](#footnote-19), segnando di fatto un passaggio epocale nella nostra storia recente.

Il filosofo, teorico e studioso Byung Chul Han a proposito di tale campagna disse poi: “Contrariamente al messaggio di Apple, il 1984 non ha segnato la fine dello stato di sorveglianza, ma l’inizio di una società del controllo di nuovo genere, la cui efficacia supera di molto lo stato si sorveglianza orwelliano. La comunicazione coincide interamente con il controllo. Ognuno è il panottico di sé stesso”.[[20]](#footnote-20)

Una campagna pre-lancio può svelare o meno le caratteristiche del prodotto anticipandone la prossima uscita o presentazione ufficiale. Ne è un bell’esempio il teaser della “Ugo: storia di una piccola grande idea”, ideato e firmato da EPIK, prodotto da Indiana Production con la regia di Stefano Lodovichi, per l’azienda Mutti[[21]](#footnote-21). Il teaser da 30 secondi[[22]](#footnote-22) precede la versione completa da 5 minuti[[23]](#footnote-23) e sviluppata come un corto cinematografico.

Curioso il caso della TNT, servizio postale olandese, che ha prodotto nel 2010 il teaser aziendale “TNT stamp”, definendolo all’interno del teaser stesso il film più breve esistente. Il teaser non rivela esattamente il prodotto, ossia il lancio di innovazioni sulla produzione di nuovi francobolli lenticolari. Per la realizzazione del film, la Kesselskramer ha utilizzato queste nuove tecniche, che consentono la proiezione di 30 fotogrammi di pellicola - circa 1 secondo - su un normale formato di francobollo. Lo spot è interpretato da una delle attrici più famose dei Paesi Bassi, Carice Van Houten ed è stato diretto da Anton Corbijn per una durata di 1 secondo e 5 frame titoli di testa esclusi[[24]](#footnote-24). Il teaser-film è stato lanciato durante il 30° anniversario del Dutch Film Festival, alla fine di settembre 2010.

In Inghilterra, sono chiamati teaser anche i motti o le frasi d’effetto inseriti sopra una busta postale aziendale e oggi anche negli oggetti o nelle mail[[25]](#footnote-25). Queste frasi puntano a sollecitare la curiosità e accrescere il desiderio di esplorare il contenuto della busta o leggere un’email. I *teaser email* sono utilizzati per promuovere anche campagne di scontistica o eventi speciali delle aziende.

Nel settore aziendale i teaser possono anche riguardare la cartellonistica[[26]](#footnote-26) e i siti web, in questi ultimi casi sono utilizzati per generare marketing virale.

Per quanto riguarda i teaser aziendali su manifesto, in Francia, un esempio significativo è stata la campagna di lancio del marchio petrolifero Elf, già nell'aprile del 1967. L’annuncio era d’impatto: “I cerchi rossi stanno arrivando” ma non veniva svelato nulla della società, né anticipata altra informazione sul prodotto.[[27]](#footnote-27)

Nell'agosto del 1981, la famosa campagna francese di manifesti in tre parti dell’Avenir[[28]](#footnote-28), allestiti dall'agenzia pubblicitaria CLM/BBDO, indica in maniera eclatante come l’appeal renda possibile la fidelizzazione del cliente. In questa campagna di manifesti una bagnante, Myriam, prometteva di spogliarsi: “[Domani], mi tolgo il top”; qualche giorno dopo, in topless, aggiunge: "[Domani], mi tolgo la calza"; pochi giorni dopo, nuda ma mostrata di spalle, conclude: “Avenir, lo spettacolo che mantiene le promesse”. [[29]](#footnote-29) Successivamente, Myriam appare completamente nuda in copertina e nella rivista Photo n. 170 del novembre 1981. Questa giovane donna, Myriam Szabo, è rimasta un caso da manuale spesso citato in libri e corsi di formazione sulla pubblicità in Francia. La campagna ideata da Pierre Berville, designer-editore, e Joël Le Berre, direttore artistico per conto dell'agenzia CLM/BBDO, e le cui immagini sono opera di Jean-François Jonvelle, ha vinto il Grand Prix della pubblicità di affissione del 1981[[30]](#footnote-30).

Con il corso del tempo si sono moltiplicati gli episodi di campagne teaser esplose poi con l’uso di internet attraverso banner pubblicitari e oggi anche video di lancio a effetto.

**TEASER: ADS SUL WEB E SOCIAL**

Il concetto di *teaser su internet* interessa tutte quelle porzioni di schermo che catturano l’attenzione dell’utente e lo rimandano a contenuti altri più ampi e approfonditi. Negli ultimi anni le campagne pubblicitarie nel web hanno sviluppato formati e tecniche sempre più incentrate sull'utilizzo di immagini e titoli forti per catturare il click dell’utente finale.

I teaser possono essere utilizzati anche nelle campagne sociali, ne è un esempio la campagna governativa polacca di sensibilizzazione sull’uso dell’alcool da parte delle donne. "L'alcool tratta le donne peggio" vede la partecipazione di Jacek Braciak, Anna Dereszowska, la medaglia olimpica Sylwia Gruchała e l'attrice Olga Kalicka. La campagna ha visto la pubblicazione di teaser e grafica su diversi canali quali tv, internet e radio. La fase teaser con il solo attore presenta frasi di cui non è chiaro il senso, o l’obiettivo, o a chi siano rivolte. La seconda fase della campagna si presentava come educativa "L’alcool è un maiale sessista con appuntamenti che rivelano aspetti sull’uso di alcool. Nella parte finale della campagna viene svelato il tema principale: l’abuso di alcool da parte delle donne, gli effetti/ripercussioni sulla vita delle donne, fornire supporto attraverso un sito dedicato. Jacek Braciak interpreta il ruolo dell’Alcool con frasi molto dure: "Sono più importante dei tuoi figli", "Sei solo una donna debole", "Perché hai bisogno di questo trucco?" frasi che, utilizzate nella fase teaser, hanno lo scopo di mostrare quanto siano terribili gli effetti dell'alcolismo per le donne.[[31]](#footnote-31)

**TEASER DI VIDEOGIOCHI**

Come per il cinema, soprattutto delle ultime generazioni, le case di produzione di videogame presentano trailer con anteprime di personaggi e grafica. Questi vengono utilizzati anche per dare un’anticipazione all’interno di festival specializzati.

Sono innumerevoli i teaser trailer legati al mondo del gaming, tra i più recenti e interessanti nel panorama italiano e francese figurano quelli di “Martha is dead”, “Project Galileo” e “Notre Dame on Fire”**.**

Il trailer di annuncio di uscita di “Martha is dead”[[32]](#footnote-32), videogioco italiano della LKA e Caracal Games è stato diffuso in occasione dei Golden Joystick Awards 2021, uno dei premi più importanti del settore. Il teaser di annuncio dell’uscita, poi procrastinato, è seguito da un ulteriore trailer[[33]](#footnote-33) che riporta le recensioni e la giocabilità nel momento dell’uscita ufficiale.

Altro progetto italiano interessante è Project Galileo (nome provvisorio) di cui la Jyamma Games, studio di sviluppo milanese nato nel 2019, presenta una versione “giocabile” per affermare la sua efficienza nel campo dei videogames. Il trailer del 2021 è di forte impatto ed è realizzato con la voce di Luca Ward, doppiatore italiano molto noto in Italia.

La Ubisoft annuncia un gioco sviluppato in collaborazione con la casa di produzione francese Phatè, anche questo di forte impatto, ispirato al devastante incendio divampato nella cattedrale di Notre-Dame di Parigi, nel 2019. Il regista francese Jean-Jacques Annaud ha realizzato il docudrama “Notre-Dame on Fire” e ha poi contattato la Ubisoft per questo nuovo progetto: un'esperienza immersiva del tragico evento che ha quasi completamente distrutto la preziosa cattedrale.[[34]](#footnote-34) Contestualmente sono usciti il teaser[[35]](#footnote-35) del docudrama e il gioco.

Ugualmente recente, del 2021, l’esempio di teaser realizzato della Microids, brevissimo, legato al videogame di “Ufo robot Goldrake”[[36]](#footnote-36) che annuncia l’uscita nel 2023 richiamando semplicemente la sagoma di uno dei robot più famosi al mondo e scatenando la curiosità in tutto il mondo. Il video si limita a mostrare il possente robot in CGI all'interno di un ambiente poco luminoso. L'unico dettaglio che viene rilevato nel teaser riguarda il lancio del prodotto, atteso appunto per il 2023 su PC, Nintendo Switch, PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One e Xbox Series X|S. Il team di sviluppo di UFO Robot Goldrake è francese come Microids.

**TEASER NELL’EDITORIA**

I teaser utilizzati per le campagne editoriali si traducono spesso in immagini grafiche contenenti frasi a effetto e anticipazione del tema del libro, ma anche veri e propri videoclip. Conosciuti come *booktrailer* hanno una durata variabile tra i pochi secondi e cinque minuti, raccontato una storia e ne comunicano suggestioni. Apparso in forma embrionale in California negli anni 90, il booktrailer ha raggiunto una sua utilizzazione come strumento efficace di promozione libraria negli anni 2000, tanto in Europa quanto negli Stati Uniti.

Il primo booktrailer viene realizzato e prodotto nel 1994 da Judith Keenan, poi fondatrice della società Bookshorts, per promuovere *Amnesia*, romanzo thriller di Douglas Cooper. Il video, costato 10.000 dollari, della durata di 3’30’’, viene trasmesso dalla televisione Usa e a circuito chiuso nelle librerie, ma inizia a ottenere buoni risultati solo quando incontra la rete. Nel 2000 la libreria Barnes & Noble produce *BNtv*, una sezione del suo sito in cui vengono trasmessi brevi filmati e programmi televisivi dedicati ai libri. Dal 2002 le case editrici iniziano a sperimentare programmaticamente il booktrailer, promuovendo soprattutto romanzi che raccontino storie dall’elevato potenziale cinematografico.

Emblematica la strategia utilizzata dalla casa editrice britannica Canongate per il lancio del romanzo “Life of Pi” di Yann Martel nel 2001, che commissionò al regista Hoss Gifford un video promozionale e lo mise sul web[[37]](#footnote-37). Prima ancora della presentazione ufficiale, grazie al passaparola, il video era stato già visto da 128.000 persone e 10.000 le copie del libro acquistate nel primo mese. Il booktrailer viene premiato con il Man Booker Prize for Fiction.

Dalla collaborazione tra il regista Michael E. Miller e la scrittrice Sheila Clover English, per la realizzazione del booktrailer del suo romanzo inedito, *Circle of Seven*, nasce la società di produzione Circle of Seven Productions, che registra il marchio Book Trailer®.

Alla fiera della piccola e media editoria *Più Libri Più Liberi*, nel 2004 a Roma, viene organizzato l’incontro Un trailer per il libro. Presentazione del formato Booktrailer.

La Marsilio avvia negli anni successivi una sperimentazione sistematica di questa nuova forma di comunicazione del libro e di promozione della lettura, sfruttando le sue collane di romanzi di genere, principalmente noir e pulp.

Nel primo decennio degli anni 2000 l’uso sistematico di questo mezzo di promozione e si sviluppano iniziative intorno al tema come quella in occasione della manifestazione Firenze Città dei Lettori, in cui viene presentato il progetto *Laboratorio di booktrailer*, frutto della collaborazione tra il Comune di Firenze e Rai Educational.

A Catania, nell’ambito del *Trailers FilmFest[[38]](#footnote-38)*, dedicato ai film-trailer, con la direzione artistica di Stefania Bianchi, viene organizzato “Booktrailer Factory”, un concorso per creare un booktrailer basato sul romanzo *Novalis* di Giorgio Fontana[[39]](#footnote-39), in collaborazione con la Marsilio e l’Università di Catania. La regia del video vincitore, girato interamente con un telefono cellulare, è di Carmelo Motta e Lorenzo Urciullo.

Nel 2012, al Salone Internazionale del Libro di Torino, viene organizzata la prima edizione de L’Antonello, premio ai migliori booktrailer selezionati dal sito IlTrovaLibri.it e dalla Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura. In quella prima edizione, il primo premio è stato assegnato al video “La meccanica del cuore”[[40]](#footnote-40) per l’omonimo libro di Mathias Malzieu; al secondo e terzo posto “La profezia dell’armadillo”[[41]](#footnote-41) di Zerocalcare e “Alex”[[42]](#footnote-42) di Pierre Lemaitre.

La rivista cinematografica Segnocinema ospita la rubrica SegnoBookTrailer, a cura di Edoardo Becattini. Il sito TropicoDelLibro.it dà vita a un Osservatorio permanente del book-trailer, visibile sul suo canale YouTube. Nel 2013 all’interno del     Festival del Cortinametraggio[[43]](#footnote-43), in collaborazione con Rai Eri, Rai 5 e Radio 3, viene inserita una sezione dedicata ai booktrailer, mentre parallelamente nel palinsesto di Rai 5 compare la trasmissione “Booktrailer - Come raccontare un libro con un video”. Da allora il mercato dei teaser book è cresciuto costantemente, sfruttando i canali web e le emittenti televisive, come gli spazi multimediali nelle librerie, ma anche eventi e festival dedicati all’editoria e all’audiovisivo.

Negli ultimi anni, i bookteaser stanno spopolando sul web per pubblicizzare il preordine di un libro.

**TEASER NELLA FORMAZIONE**

Il teaser utilizzato per la promozione di corsi online si è dimostrato un valido strumento per catturare l’interesse di studenti. Il teaser realizzato per un corso di e-learning può contenere aspetti rilevanti sulla formazione che questo promuove, attestati o crediti che si possono ottenere, notizie esclusive sul docente, skills che si possono implementare oppure i traguardi che sarà possibile raggiungere. Ogni informazione è trattata in modo creativo e originale, sorprendere e incuriosire in modo da aumentare l’aspettativa sul corso di prossima apertura.

Esistono teaser di lancio anche per promuovere eventi speciali che un istituto o un ente propone per promuovere le proprie attività di formazione. Ne è un recente esempio di teaser di pre lancio realizzato dal cantautore italiano Mahmood per il progetto “Back to us” per il progetto Levi’s Music Project. [[44]](#footnote-44) Nel breve teaser si anticipa l’avvio di un progetto non ben definito. Successivamente seguono varie interviste, incontri sempre proposti con vari formati. Sul finale di ciascun video viene rilanciato l’appuntamento alla lezione/incontro successivo del progetto.[[45]](#footnote-45)

Infine è stato realizzato un teaser di lancio del risultato del progetto con 14 studenti del Levi’s® Music Project. Guidati da Mahmood gli studenti hanno lavorato alla scrittura della musica originale dello short film “Back to us”. Per lanciare il videoclip è stato realizzato un brevissimo teaser[[46]](#footnote-46). Il video è frutto del percorso didattico all'interno del progetto di formazione musicale Levi's Music Project che ha consentito ai 14 giovani studenti e aspiranti musicisti-cantanti di partecipare a un percorso di formazione artistica e musicale guidati da professionisti di fama internazionale, tra cui Mahmood e i direttori artistici del progetto, MUUT (aka Francesco Fugazza e Marcello Grilli) e Silvia Tofani. Il film è girato all’interno del quartiere milanese Gratosoglio, dove lo stesso Mahmood è cresciuto.

**TEASER MUSICALI**

Un video teaser musicale è inteso come un'anteprima di 30 secondi di un album o un ep prima che questi vengano immessi sul mercato ne sono un esempio le campagne di David Guetta già dal 2008[[47]](#footnote-47).

Dal rivoluzionario trailer con cui Michael Jackson lancia nel 1982 il nuovo brano "Thriller"[[48]](#footnote-48) e che segnerà un nuovo modo di concepire i video musicali, il videoclip viene considerato un video sempre più autonomo rispetto al live, non solo come mezzo per la registrazione dell’esecuzione dal vivo, ma anche strumento di narrazione, potenzialmente sempre più vicino al linguaggio cinematografico e televisivo.

Il teaser video è tra le strategie di marketing largamente utilizzate per la promozione, per quanto negli anni, sia le case discografiche che i singoli artisti abbiano sperimentato le più diverse modalità di lancio e di diffusione dei propri lavori.

Il gruppo Zero Assoluto realizza una serie di teaser, nel 2014, per i singoli del nuovo album. Da gennaio 2014 vengono promosse le uscite di “All’improvviso”, “Adesso basta” e altre delle canzoni contenute nell’album. Nei teaser l’unico elemento a essere svelato è la prima parte di traccia musicale o le location del video ufficiale. A luglio dello stesso anno la strategia di comunicazione a mezzo teaser viene utilizzata anche per l’uscita dell’album con la pubblicazione di diversi teaser in cui viene esposta con strategie differenti la data di uscita dell’album.[[49]](#footnote-49)

Un buon esperimento di teaser è quello realizzato da Eminem per il singolo “Walk on water”[[50]](#footnote-50) , nel 2017, in cui non viene anticipato nulla sulla traccia musicale. Il teaser presenta esclusivamente una delle scene del videoclip, studiata per catturare l’attenzione e lasciare un velo di mistero. Eminem, il ragazzo ribelle, rapper, che sfida i neri americani, viene associato a un lavoro di segreteria ripetitivo e alienante.

Ad aprile 2021 il cantante romano Achille Lauro annuncia su instagram il lancio del nuovo album “Lauro”, con un teaser che anticipa con le immagini e la musica il tema portante del disco, la sua storia dall’infanzia alle ultimi esibizioni a Sanremo[[51]](#footnote-51).

Infine segnaliamo un interessante esperimento in ambito musicale, realizzato come concerto-installazione, un concerto a 360° dal titolo “Reflect”,che esplora le possibilità di comunicazione artistica tra uomo e macchina e per il quale è stato realizzato un teaser, nel 2021, che spinge lo spettatore a interrogarsi sugli elementi di interazione suono-uomo-macchina[[52]](#footnote-52).

**TRAILER E TEASER PER LO SPETTACOLO DAL VIVO**

Così come in altri ambiti, anche nel **settore teatrale** nell’ultimo decennio numerose compagnie, festival e teatri hanno integrato stabilmente il video nelle proprie azioni comunicative. Attraverso il video lo spettacolo dal vivo si presenta e si promuove nella contemporaneità[[53]](#footnote-53) tanto ai pubblici quanto agli operatori di settore.

Ripercorriamo brevemente il rapporto tra video e spettacolo dal vivo.

Negli anni Sessanta, la tecnologia diventa elemento di ricerca delle avanguardie. L’allestimento di Josef Svoboda per “Intolleranza 60”, opera del musicista Luigi Nono, rappresentata al Teatro La Fenice nell’ambito del XXIV Festival Internazionale di Musica Contemporanea di Venezia, viene considerato il primo esperimento multimediale compiuto in teatro. Altrettanto innovativo, per l’impiego delle nuove tecnologie audiovisive e digitali nella creazione di grandi eventi spettacolari, spesso estremi e provocatori, è il lavoro portato avanti da La Fura dels Baus, gruppo nato nel 1979 a Barcellona.

Nel Manifesto per il convegno di Ivrea, nel 1967, molti artisti come Carmelo Bene, Luca Ronconi, Leo de Berardinis e critici come Franco Quadri e Giuseppe Bartolucci affermano l’intenzione di andare incontro a un nuovo teatro. Con queste parole si esprime Bartolucci a riguardo: «I segni di un nuovo teatro sono ormai abbastanza evidenti (...). Questi segni sono lo spazio, l’immagine, il movimento, che sono però contaminati e frantumati al tempo stesso: frantumati, in quanto all’interno di ogni singola rappresentazione appaiono e scompaiono, e contaminati, perché provengono da altre arti e se ne arricchiscono»[[54]](#footnote-54) .

Tra i gruppi negli anni Settanta e Ottanta più attivi e sperimentatori spiccano La Gaia Scienza[[55]](#footnote-55) presente dal 1975 con Giorgio Barberio Corsetti, Marco Solari e Alessandra Vanzi, i Magazzini Criminali, il cui esordio nel 1972 è con Federico Tiezzi, Sandro Lombardi e Marion d’Amburgo, Falso Movimento[[56]](#footnote-56), attivo dal 1979 con Mario Martone, la Socìetas Raffaello Sanzio, fondata nel 1981 da Claudia e Romeo Castellucci e Chiara e Paolo Guidi, i Krypton di Giancarlo Cauteruccio, nati nel 1982 come gruppo di ricerca teatrale multimediale.

In quegli anni, gli esperimenti effettuati col video, furono dapprima attraverso un approccio documentario, di indagine e di denuncia rispetto al contesto sociale e poi sempre di più finalizzato a strumento di ricerca artistica, concettuale, innovativa: «il video si è così distinto ed emancipato dalla televisione, innescando un movimento politico di controinformazione e generando un fenomeno, quello della videoarte, che si è poi esteso a tutte le arti: videomusica, videoteatro, videodanza, videopoesia»[[57]](#footnote-57) .

A partire dagli anni 80 e 90 la disponibilità tecnologica di nuove telecamere di alta qualità e l’avanzare della cultura multimediale, vede l’interessamento del teatro di ricerca verso le tecniche audiovisive, che attraverso l’esplorazione dei diversi linguaggi, sperimentano il video in varie forme: nella scena come strumento drammaturgico e fuori “sintetizzando le performance in chiave elettronica fino a creare delle opere autonome dall'originario referente scenico“ [[58]](#footnote-58), il *videoteatro*.

Negli anni di sviluppo il videoteatro italiano attira l’attenzione di alcuni studiosi: [Valentina Valentini](https://books.google.it/books/about/Teatro_in_immagine_Eventi_performativi_e.html?id=op97SAAACAAJ&redir_esc=y) nel 1987 a tal proposito parla di “drammaturgia residua”, prodotta cioè a partire dall’elaborazione del residuo dell’evento effimero; [Carlo Infante](https://www.idra.it/cyberia/IndeVide.htm) nel 1989 di “video presagi” per indicare “quelle opere pensate per evocare la scena, anticipandola in una sorta di poetici trailer”; nel saggio “La scena mutante” del 1994 [Andrea Balzola](https://books.google.it/books/about/La_nuova_scena_elettronica.html?id=nLEcAQAAIAAJ&redir_esc=y) indica fra le possibilità di relazione fra video e teatro “la sintesi promozionale” dello spettacolo, la quale “in alcuni casi si riduce alla misura del videoclip” [[59]](#footnote-59). Balzola individua quattro modalità di intreccio tra video e teatro: la trascrizione, il videoclip promozionale, l’opera video autonoma dallo spettacolo e l’uso del video in scena (Balzola, 1994, p.27)

In un’epoca in cui i social network non esistevano ancora, questi video trovavano una loro diffusione in tv, ad esempio nel programma *Mister Fantasy - Musica da vedere*[[60]](#footnote-60) di Carlo Massarini, dove accanto ai videoclip musicali venivano ospitati saltuariamente videoclip teatrali, vedi Carmelo Bene ospite nel 1982[[61]](#footnote-61), festival in cui video e teatro si ibridavano, come il TTV di Riccione, il POV a Narni, Taormina video, ma anche Inteatro Festival di Polverigi e, infine, in spazi dedicati al video in locali come i videobar e in eventi più popolari come le Feste dell’Unità[[62]](#footnote-62)**.**

Oggi gli impieghi del video nel teatro sono molteplici e la tecnologia rende possibile e accessibile a tutti il suo utilizzo, come elemento drammaturgico, come documentazione dello spettacolo, come strumento promozionale per pubblico e operatori di settore. Per quanto riguarda l’aspetto promozionale, negli ultimi anni, i canali di comunicazione si sono modificati e le piattaforme web di condivisione, i social network, le applicazioni consentono una facilità di circolazione dei contenuti, in un generale processo di mediatizzazione.

Dalla nostra osservazione del rapporto tra teaser e spettacolo dal vivo è emerso che in Italia sono poche le realtà di settore che hanno acquisito stabilmente l’utilizzo del mezzo teaser, e che ne sfruttano quindi le sue specifiche potenzialità. Spesso sono indicati come teaser, video brevi di presentazione degli spettacoli, più vicini ad altri formati audiovisivi, come il documentario[[63]](#footnote-63), e che non presentano alla visione quelle caratteristiche connotative del teaser. Se il trailer è entrato a pieno titolo nelle dinamiche promozionali, il teaser si sta ora affacciando come nuova opportunità, ancora tutta da esplorare.

A tale proposito Vincenzo Del Gaudio scrive: “Le compagnie producono veri e propri teaser da far girare in rete o sui social network; teaser che sono generalmente di breve durata e funzionano esclusivamente per attirare lo spettatore. Questi prodotti non funzionano da anticipatori di ciò che si andrà a vedere a teatro, per questo non sono         veri trailer, né dal punto di vista estetico né comunicativo, ma hanno un’estetica propria, che strizza l’occhio alle pratiche del videoclip musicale, della videoarte e della forma di fruizione accelerata delle reti”*[[64]](#footnote-64).*

Accanto a chi utilizza già il teaser per la promozione delle proprie attività e per presentare la propria offerta culturale, come ad esempio Il Piccolo Teatro di Milano[[65]](#footnote-65), o tra gli artisti, citiamo qui la compagnia Vuccirìa Teatro che presenta i propri spettacoli con dei veri e propri teaser,[[66]](#footnote-66) abbiamo individuato alcuni esempi positivi di utilizzo del mezzo audiovisivo legati allo spettacolo dal vivo che condividono una stessa apertura al nuovo, da osservare. E giusto per citarne uno legato alla danza, “Genes & Tonic” di Evie Demetrioucon la regia di Suzana Phialas per la replica al Rialto Theatre di Cipro, che evidenzia come la danza si presti a questo mezzo espressivo.

La videodanza infatti è tra le sperimentazioni artistiche a cui abbiamo accennato che sembrerebbe aver avuto maggior successo. L’incontro tra movimento e tecnologia ha dato vita a percorsi ibridi tra la danza e il film/video, espressi in stili, generi e formati diversi (coreografie per il video, documentari su artisti e tradizioni coreutiche, installazioni video digitali e/o interattive dell’immagine in movimento[[67]](#footnote-67). Ad oggi la videodanza vanta numerosi festival internazionali dedicati e l’ospitalità in contesti espositivi di arte contemporanea. Il Premio Interfaccia Digitale[[68]](#footnote-68) di Hangarfest ad esempio si impegna a sostenere la produzione di nuove opere di video danza, promuovere la fruizione dei linguaggi espressivi contemporanei veicolati tramite il video e le tecniche cinematografiche e attrarre artisti provenienti da ambiti diversi, quali le arti performative e le arti visive, facilitando l’interazione fra linguaggi artistici multidisciplinari.

Nel panorama nazionale Italiano, a differenza di altri paesi, in cui non si evidenziano iniziative legate ai teaser, sono presenti alcune realtà che lavorano e avviano dialoghi nuovi con gli artisti attraverso l’uso di brevi formati video e teaser.

Tuttoteatro.com dal 2018 con l’istituzione del Premio Miglior Teaser indaga sulla possibilità di utilizzare il teaser video come strumento di promozione delle arti sceniche (spettacoli di teatro di parola, danza, musica, installazioni etc.) premiando un’opera che abbia una propria compiutezza estetica, altra e autonoma rispetto allo spettacolo a cui è collegata[[69]](#footnote-69).

Interessante l’iniziativa di Wikimedia Italia, che nel 2020 ha istituito un bando per selezionare spettacoli teatrali da portare nelle scuole[[70]](#footnote-70), richiedendo alle compagnie di mettere a disposizione il testo dello spettacolo, prodotto con licenza Creative Commons e l’invio di un teaser video[[71]](#footnote-71) per avvicinare la scuola ai linguaggi dell’arte, per diffondere la conoscenza della cultura libera, creando comunità.

Residenze Digitali è un progetto che nasce un’idea del Centro di Residenza della Toscana, nel 2020, per fronteggiare il blocco di tutte le attività teatrali causato dal Covid-19 e per sostenere le progettualità artistiche legate ai linguaggi della scena contemporanea, del teatro e delle arti performative, che nascano direttamente per l’ambiente digitale o che in esso trovino un ambito funzionale ed efficace all’esplicitarsi dell’idea artistica. Non si tratta di promuovere percorsi di lettura o riprese video di testi o spettacoli esistenti o da farsi, bensì di investire su progetti artistici che abbiano nello spazio web il loro habitat ideale e che prevedano modalità interattive con le quali relazionarsi allo spettatore online[[72]](#footnote-72).

Dal 2020 con il diffondersi della pandemia si è reso necessario ripensare il rapporto tra video e teatro, tra video e performance, tra video ed evento dal vivo. Durante i periodi di chiusura delle attività pubbliche e dei luoghi di intrattenimento, infatti, si è instaurato un differente livello di contatto tra pubblico e creatività: la fruizione “da remoto”. Abbiamo visitato i musei di tutto il mondo, seguito dibattiti e convegni online, assistito a spettacoli e performance dal nostro divano di casa, allargando forzatamente la nostra prospettiva di partecipazione. Si sono sviluppate nuove strategie di intrattenimento brevi e i social network sono diventati il mezzo con cui chiunque ha avuto modo di trasmettere in diretta i propri eventi.

Questo ha stimolato ulteriormente l’uso di brevi video o promozioni a effetto, per rilanciare le iniziative online o semplicemente per tenere agganciati i propri follower attraverso continui richiami alle attività artistiche che venivano portate avanti, anche durante le fasi di isolamento delle compagnie. Sono dunque più frequenti teaser che maggiormente rispecchiano le caratteristiche tipiche del genere come ad esempio Art-U[[73]](#footnote-73) del 15 aprile 2022 che annuncia l’uscita dello spettacolo senza svelarne trama e immagini. Citiamo inoltre Dancelab, gruppo ucraino che lavora tra performance, danza e arte visiva, che realizza il teaser ”Himerium” un video ben riuscito tra teaser promozionale e prodotto artistico che restituisce atmosfere sospese e intriganti, sfociando quasi in un prodotto artistico dal forte senso evocativo.[[74]](#footnote-74) Quanto la danza e la performance, il nuovo circo si presta per ritmi e effetti di movimento alla realizzazione di video brevi, ne è un esempio il teaser di Projet.PDF - Portés De Femmes, “Nouvelle création collective et féminine”[[75]](#footnote-75) realizzato con immagini della performance ma che utilizza alcune delle tecniche tipiche del teaser, musica d’effetto, immagini veloci e brevi pillole di testo.

Sono nate moltissime piattaforme per la condivisione di video e a supporto dello streaming di spettacoli come ad esempio: Teatri nella rete, Opera streaming, On Theater tv, NTA home, Raiplay musica e teatro, Teatro in streaming, Nice platform, It’s Art tv, Opera vision[[76]](#footnote-76).

Concludendo, la brevità del formato teaser, e come abbiamo visto, la possibilità di svincolarsi dal contenuto del prodotto di cui si fa promotore, apre nuovi interrogativi e nuove sfide per gli artisti e tutte quelle professionalità legate all’audiovisivo.

**TEASER MONDO DELL’ARTE**

Per quanto riguarda l’uso di video nel settore delle arti visive possiamo riscontrare diversi approcci:

**Uso divulgativo da parte di enti e istituzioni**

Nei linguaggi dell’arte contemporanea non esiste l’utilizzo del teaser come elemento di promozione o di diffusione dell’opera in senso ampio. I teaser vengono utilizzati per promuovere eventi, collettive, e opere in esposizione. Con la digitalizzazione della cultura, le comunicazioni social, i siti internet, è avvenuto però un processo interessante in cui è ormai il museo a creare il teaser di promozione dell’opera acquisita o esposta. Spesse volte questi teaser assomigliano a dei video promozionali della mostra[[77]](#footnote-77). I filmmaker del teaser sono dei collaboratori di società di produzione di film per la promozione di imprese, istituzioni etc. La realizzazione di questi teaser ha uno scopo esclusivamente commerciale per la promozione dell’ente che li produce. L’artista è completamente escluso da questo processo. All’artista il museo chiede di rinunciare ai propri diritti d’autore per quanto riguarda l’utilizzo delle immagini per la promozione dell’opera o del museo stesso. Assistiamo quindi a un totale distacco tra l’opera video dell’artista e il teaser promozionale dell’istituzione. Possiamo quindi accertare che il teaser è ormai un mezzo e un linguaggio che serve all’istituzione per la promozione sui propri canali social, sito internet e newsletter.

Ne sono alcuni esempi i video realizzati da Fondation Louis Vuitton (Parigi - Francia) per l’esposizione di Jean-Miche Basquiat & Egon Schiele[[78]](#footnote-78) da AVfest2021 (Corfù - Grecia) una fotomaratona ed evento di arte performativa[[79]](#footnote-79) e lo Spazio Rizzato (Marano Vicentino, Vicenza - Italia) una rassegna dedicata all'arte performativa[[80]](#footnote-80) o le più internazionali Biennale di San Paulo per Damien Hirst[[81]](#footnote-81), e l’Hammer Museum[[82]](#footnote-82) per la mostra Em Nome dos Artistas - North American contemporary art. Infine l’interessante progetto Semaphore - Audio/Visual Performance at LichtRouten International Forum of Light in Art and Design da cui è stato prodotto il relativo teaser promozionale[[83]](#footnote-83). Palazzo Strozzi ha realizzato un teaser[[84]](#footnote-84) in occasione della mostra dedicata a Marina Abramović, una delle personalità più controverse dell’arte contemporanea, con oltre 100 opere, offrendo una panoramica sui lavori più celebri della sua carriera.

**Uso prettamente promozionale per la diffusione delle proprie opere**

Per lo più vengono realizzati documentari o, in alcuni casi, brevi video a scopo divulgativo e promozionale del proprio lavoro artistico. Tali video brevi non hanno connotazione artistica e non sono considerati opere d’arte con una loro autonomia. Il loro scopo è divulgativo o di richiamo per eventi in fase di programmazione.

Interessante il lavoro di Olivier de Sagazan pittore e scultore che lavora con l’intreccio di stili e arti (spettacolo, danza, teatro) per il teaser di “Transfiguration”[[85]](#footnote-85) del 2011. Oliver de Sagazan ha realizzato più di 300 spettacoli in venti paesi diversi. Le sue performance hanno portato a numerose collaborazioni con artisti del mondo della moda, del cinema e della musica. Ne sono invece esempi più recenti: il teaser dell’opera originale realizzata da Annie Paris e Laura Denercy con “Alafu”[[86]](#footnote-86) (2016), il teaser della performance “Sinergica” (2018)[[87]](#footnote-87) ideata da Ivano Petrucci e Giada Lo Russo e il teaser di art performance di Audrey Denis[[88]](#footnote-88) dall’omonimo titolo della performance “Synesthésia”, realizzato da S-Vidéo nel 2021. “Sound-Objects” il teaser del progetto di Mia Lord, artista berliense che ha realizzato una serie di teaser legati ad un progetto che indaga il modo in cui parliamo e alla visualizzazione del suono emesso. L'esperienza finale è una raccolta delle risposte che i partecipanti all'esperimento hanno dato quando è stato chiesto loro di visualizzare i suoni. Queste risposte sono poi state tradotte in realtà virtuale e musica.[[89]](#footnote-89)

**Video artistici: video d’arte**

Performer e artisti di videoarte, utilizzano il mezzo audiovisivo - realizzato con o senza montaggio - come “opera” da esporre all’interno di collettive o personali[[90]](#footnote-90). Laddove il video sia realizzato con una porzione di riprese della performance, quindi in versione ridotta strettamente inerente all’evento performativo, ne diventa l’oggetto d’esposizione. Di norma, quindi, gli artisti che lavorano in ambito visivo con il video, hanno tutti la tendenza a considerare “opera” il video o il video editato dell’opera performativa che lo ha generato. Come anche il mezzo della sua trasmissione, per esempio il televisore o il video proiettore. Impossibile quindi immaginare per questo tipo di artista un teaser, ossia un video promozionale, come opera autonoma. Per riassumere: formato video, mezzo di ripresa e “contenuto” del filmato sono tutti elementi che compongono l’opera, poiché dalla modalità di proiezione/trasmissione al contenuto c’è l’intervento dell’artista che lo ha ideato per la fruizione pubblica.

Questo tipo di processo creativo rientra nel linguaggio della video arte: immagini, suoni e forme alternative di narrazione. Questo linguaggio è nato insieme alla commercializzazione dei videoregistratori e dei televisori a partire dagli anni Sessanta. In questi anni appare per la prima volta nel mondo dell’arte il video (inteso come immagine elettronica) tra i linguaggi dell’arte. Il movimento Fluxus[[91]](#footnote-91) ne fu uno dei rappresentanti principali. Il primo evento ritenuto rilevante agli esordi della videoarte in Italia è “Gennaio ’70”, mostra organizzata da Renato Barilli, Maurizio Calvesi, Andrea Emiliani e Tommaso Trini al Museo Civico di Bologna. Una rassegna di registrazioni di azioni di vari artisti, concepite per essere riprese su nastro magnetico e trasmesse in vari monitor attraverso un sistema di trasmissione a circuito chiuso.

I video girati in Super8 e quelli realizzati con l’utilizzo, oggi, di telecamere digitali o di smartphone e Iphone, trovano, da quel momento, un posto sempre più importante nelle collezioni di arte contemporanea dei musei e delle fondazioni.

L’opera video, componendosi del suo oggetto e del contenuto del filmato video, per questioni legate anche alla commercializzazione da parte degli enti acquisitori, non può fungere al contempo da opera e da mezzo di promozione. La promozione dell’opera viene fatta attraverso un’immagine tratta dal video, o una foto dell’installazione/performance (video e strumento di proiezione), ma mai un teaser. L’opera video è considerata nel suo complesso come fosse una installazione nello spazio (considerando la modalità di proiezione e di fruizione del video), anch'essa concepita come ulteriore opera, non può quindi ridursi a un video promozionale o teaser. Il video è dunque considerato una scultura, o una performance filmica.

Sul sito internet del più importante artista internazionale di video arte, Bill Viola[[92]](#footnote-92), vediamo in effetti l’utilizzo solo ed esclusivamente di immagini per promuovere le sue opere. Parallelamente, sul suo sito internet, vengono riportate delle interviste in cui è possibile vedere alcuni estratti video, si tratta di video realizzati da terzi per parlare del lavoro dell’artista. Attraverso il sito è anche possibile vedere l’utilizzo che le istituzioni fanno delle sue immagini. I teaser che includono il lavoro di Viola sono creati dai musei o dai teatri d’opera e promuovono la totalità della mostra o della produzione d’opera. Ancora una volta, il teaser non è stato creato dall’artista, ma è frutto di un processo di promozione pubblicitaria dell’istituzione.

A tale proposito ci sembra opportuno citare un grande artista della performance che utilizza i video per documentare le sue azioni: Francis Alys. Sul sito internet dell’artista lo spettatore ha accesso alla totalità dell’opera video. L’artista si preclude dunque ogni possibile promozione dell’opera attraverso il teaser e decide di pubblicare il video nella sua integralità (eccezione fatta per un paio di opere i cui trailers sono stati creati dalla casa di produzione dell’opera e non dall’artista[[93]](#footnote-93)).

In assenza di una bibliografia dedicata al teaser e al suo utilizzo nel settore dell’arte contemporanea, abbiamo deciso di intervistare una serie di artisti, curatori, operatori del settore dell’arte per permetterci di creare un tessuto teorico e capire l’assenza del teaser come “prodotto” artistico o promozionale in arte contemporanea.   
  
Rispetto a quanto emerso attraverso le interviste, vi sono artisti che lavorano con l’oggetto teaser a scopo promozionale evidenziando quindi l’efficacia del mezzo per promuovere il loro lavoro, ma sottolineano quanto questo sia ben distinto dall’opera creativa.

Per far sì che il video teaser sia esso stesso un’opera bisognerebbe immaginare e ideare sin dalle prime fasi di sviluppo un approccio artistico. E’ evidente che tale processo potrebbe nel settore dell’arte visiva creare delle incomprensioni rispetto ad esempio a un’opera d'arte video oggetto di un teaser. Diverso invece è se riflettiamo sull’oggetto di promozione differente da un video.

Per riassumere brevemente il teaser video dello spettacolo dal vivo, sta al video d’arte performativa, come lo spettacolo sta alla performance/installazione. La differenza è che la performance o l’installazione sono anch’esse opere d’arte inerenti alle arti visive, mentre lo spettacolo dal vivo circuita in un differente contesto.

**CONCLUSIONI**

Dalla ricerca condotta fino a qui giungiamo a queste considerazioni: sembrerebbero non esserci modi giusti o sbagliati di effettuare un teaser, molto dipende dal messaggio che si vuole direzionare al pubblico, dagli studi di settore in ambito cinematografico e dal trend del momento. A volte attraverso il suo utilizzo e studiando le reazioni del consumatore viene anche cambiata la storia stessa di pre lancio di un prodotto.

Gli studi, i team di marketing, i redattori e il pubblico indirizzano stili e modalità attraverso le mode e le metamorfosi antropologiche e sociali del momento. Ciò che oggi è in voga potrebbe cambiare. Lo stile di oggi potrebbe essere passato già domani.

L’aumento di budget in alcuni settori, per questo tipo di produzioni, ne sta velocemente cambiando, la tecnica e la creatività. Ciò che conta è il risultato finale, l'intrattenimento con un fine promozionale. Il teaser promuove e spinge l’utente verso il prodotto finale, cercando di portarlo all’azione: andare al cinema, acquistare un abito, andare a teatro, leggere un libro.

Con il progetto **Erasmus+ Teaser video: video di promozione dello spettacolo dal vivo** si vuole porre l’accento su questi due aspetti della produzione audiovisiva legata ai teaser. L’aspetto più contingente della promozione, capace di spingere il pubblico verso il teatro e l’aspetto artistico-autoriale che sollecita produzioni non solo professionali ma creative, artistiche, che possano avere una loro autonomia dal prodotto che vogliono lanciare. Il punto cruciale di questa riflessione è il campo d’azione artistico e creativo dei teaser video, quanto questi possano essere accolti in contesti artistici come festival, rassegne o addirittura all’interno di gallerie d’arte o nelle case di collezionisti.

Se abbiamo appreso che in arte visiva sono gli stessi musei e gallerie a produrre teaser per la promozione di eventi o mostre, personali o collettive; abbiamo osservato come la libertà nella selezione dei contenuti, dello stile e dell’estetica nel suo complesso possa generare dei piccoli video capolavori. La capacità di attrarre, stuzzicare, pungolare l’utente fa sì che l’osservatore passivo si attivi all’azione, affascinato e incuriosito.

Tra gli interrogativi che vengono posti in questa sede, nell’ambito del progetto **Erasmus+ Teaser video: video di promozione dello spettacolo dal vivo**, c’è quello relativo alle possibili derive creative del teaser video. Si indaga se questo formato, che nasce come strumento di promozione, possa assumere una propria autonomia estetica, artistica, elevandosi a oggetto d’arte, trovando nuovi spunti produttivi, nuove sinergie professionali e nuovi luoghi di accoglienza e distribuzione.

Attraverso le interviste agli esperti dei linguaggi dell’arte video e performatica, studiosi, curatori, operatori e agli artisti stessi si sono sondate queste possibilità, mettendo le basi per ulteriori considerazioni e approfondimenti sulle tematiche del video breve, attraverso le interviste e le tavole rotonde, sia per quanto riguarda le sue potenzialità in ambito promozionale che artistico.

**TERMINOLOGIA IN BREVE**

**Trailer**: Short advertising video format that previews the product with an eye-catching montage.

**Teaser**: It is a marketing tool[[94]](#footnote-94). Un formato video brevissimo che annuncia un prossimo lancio e che non svela il prodotto. Prefigura ulteriori informazioni nelle seguenti campagne pubblicitarie. Crea suspence, curiosità e provoca utilizzando un montaggio e/o immagini, frasi criptiche e stuzzicanti sollecitando lo spettatore e stimolandolo a interrogarsi sul prodotto, fidelizzando alle successive campagne o seguendone lo sviluppo.

**Teaser ads or teaser campaign or pre-launch campaign**: it is a form of short advertising whose principles are based on the concept of teaser.

**Teaser traile**r: terminology used to define a cinematographic teaser, a shortened version of a trailer.

**TASSONOMIA IN CLOUD**

**prévia** | Portuguese   
**campaña de intriga o campaña de prelanzamiento** | Spanish  
**campanya d'intriga** | Catalan   
**teaser, grabber** | English  
**teaser** | Polish, Italian, Swedish   
**campagnes aguichante, aguichage** | French  
**tesery, Reklama teaserowa** | Polish  
**teasery** | Czech  
**тийзър, закачка** | Bulgarian  
**teaseri, tiiseri** | Finnish

**INDICE DEI NOMI**Apple 4  
Avenir 5  
Abramović Marina 14  
Alys Francis 15  
Annaud Jean-Jacques 6  
[Balzola Andrea](https://books.google.it/books/about/La_nuova_scena_elettronica.html?id=nLEcAQAAIAAJ&redir_esc=y)  10,11  
Barberio Corsetti Giorgio 10  
Barilli Renato 15  
Barnes & Noble (libreria -usa) 7  
Bartolucci Giuseppe 10  
Basquiat Jean-Miche 13  
Becattini Edoardo 8  
Bene Carmelo 10,11  
Berville Pierre 5  
Bianchi Stefania 7  
Book Trailer (marchio) 7  
Braciak Jacek 5  
Calvesi Maurizio 15  
Castellucci Romeo 10  
Cauteruccio Giancarlo 10  
Centro di Residenza della Toscana 2  
Cerroni Adriano 14  
Chul Han Byung 4  
Clover English Sheila 7  
Cooper Douglas 7  
Corbijn Anton 4  
Crosland Alan 1  
d’Amburgo Marion 10  
Dancelab 14  
De Berardinis Leo 10  
De Sagazan Oliver 14  
Del Gaudio Vincenzo 11  
Demetrioucon Evie 11  
Denis Audrey 14  
Denercy Laura 14  
Dereszowska Anna 5  
Emiliani Andrea 15  
Eminem 9  
Emmerich Roland 2  
Elf (marchio petrolifero) 5  
EPIK 4  
Falso movimento (gruppo teatrale) 10  
Fegiz Luzzatto 11  
Fincher David 2  
Fondazione per il Libro, la Musica e la Cultura 7  
Fontana Giorgio 7  
Fugazza Francesco (MUUT) 8  
Gaia Scienza, La (compagnia teatrale) 10  
Gifford Hoss 7  
Grandon Francis J. 1  
Granlund Nil 1  
Gruchała Sylwia 5  
Grilli Marcello (MUUT) 8  
Guetta David 9  
Hitchcock Alfred 1  
Hirst Damien 13  
Howard Ron 1,2,3  
Infante Carlo 10  
Indiana Production 4  
Jackson Michael 9  
Johnston Joe 2  
Jonvelle Jean-François 5  
Kalicka Olga 5  
Keenan Judith 7  
Krypton 10  
  
  
La Fura dels Baus (gruppo teatrale) 10  
Kubrick Stanley 1  
Lauro Achille 9  
Le Berre Joël 5  
Lemaitre Pierre 8  
[Lasseter](https://it.wikipedia.org/wiki/John_Lasseter) [John](https://it.wikipedia.org/wiki/John_Lasseter)  2  
Levi’s 8  
LKA 6  
Lo Russo Giada 14  
Lodovichi Stefano 3  
Lombardi Sandro 10  
Lord Mia 14  
Lucas George 2  
Macintosh 4  
Marsilio editore 7  
Magazzini Criminali 10  
Malzieu Mathias 8  
Mahmood 8  
Martel Yann 7  
Martone Mario 10   
Marsilio (editore) 7  
Massarini Carlo 11  
Microids 6  
Miller Michael E. 7  
Motta Carmelo 7  
Museo Civico di Bologna 15  
Mutti - azienda 4  
MUUT (aka vedi F. Fugazza e M. Grilli) 8  
Nolan Christopher 2  
Nono Luigi 10  
Palazzo Strozzi 14  
Paris Annie 14  
Phialas Suzana 11  
Petrucci Ivano 14  
Piccolo Teatro di Milano 11  
Projet.PDF - Portés De Femmes 13  
Quadri Franco 10  
Quartucci Carlo 10  
Rai 5  
Ronconi Luca 10  
Schiele Egon 13  
Scott Ridley 4  
Servillo Toni 10  
Societas Raffaello Sanzio 10  
Solari Marco 10  
Spielberg Steven 1  
[Stanton](https://it.wikipedia.org/wiki/Andrew_Stanton) [Andrew](https://it.wikipedia.org/wiki/Andrew_Stanton)  2  
Svoboda Josef 10  
Szabo Myriam 5  
Teatro Studio 10  
Teatro La Fenice 10  
Tiezzi Federico 10  
Tofani Silvia 8  
Trini Tommaso 15  
Tuttoteatro.com 11  
Università di Catania 7  
Urciullo Lorenzo 7  
Van Houten Carice 4  
Vanzi Alessandra 10  
Viola Bill 15  
Vuccirìa Teatro 11  
Ward Luca 6  
Whale James 1  
Wikimedia Italia 12  
Zwick Edward 2  
Zerocalcare 8  
Zero assoluto 9

**INDICE DELLE OPERE**

**FILM**

Bug’s Life - J. Lasseter e A. Stanton 2  
Il cantante - Jazz di A. Crosland 1  
Il codice Da Vinci - Ron Howard 1  
Il dottor Stranamore - S. Kubrick 1  
Independence Day - R. Emmerich 2  
Inception - Christopher Nolan 2  
Jumanji - J. Johnston 2  
Lo squalo - Steven Spielberg 1  
Psycho - Alfred Hitchcock 1  
Star Wars: The Phantom Menace- G. Lucas 2  
The Adventures of Kathlyn - F. J. Grandon 1  
The bride of Frankenstein - J. Whale 1  
The Grinch - Ron. Howard 2  
The Pleasure Seekers - N. Granlund 1  
The Siege - E. Zwick 2  
The Social Network - D. Fincher 2  
Ugo: storia di una piccola grande idea - S.Lodovichi 3

**VIDEOGAMES**

Martha is dead 6  
Project Galileo 6  
Notre Dame on Fire 6  
Ufo robot Goldrake 6  
  
**MAGAZINES, NOVELS AND COMICS**

Alex romanzo - Pierre Lemaitre 8  
Amnesia - D. Cooper. 7  
Circle of Seven - S. Clover English 7  
La meccanica del cuore - M. Malzieu 8  
La profezia dell’armadillo - Zerocalcare 8  
Life of Pi - Y.Martel 7  
Novalis - G. Fontana 7  
Segnocinema (rivista) 8  
SegnoBookTrailer (rubrica) 8

**MUSIC**

All’improvviso - Zero Assoluto 9  
Adesso basta - Zero Assoluto 9  
Back to us - MUUT 8  
Triller - canzone - Michael Jackson 9  
Walk on water - Eminem 9  
Lauro - Achille Lauro 9

**PERFORMATIVE ARTS**

Alafu Annie Paris e Laura Denercy 14   
Intolleranza 60 di Josef Svoboda 10  
Genes & Tonic di Evie Demetrioucon 11  
Gennaio ’70- Barilli, Calvesi, Emiliani e Trini 15  
Himerium di Dancelab 14  
Nouvelle création collective et féminine  
- Projet.PDF 14

*Transfiguration* di Oliver de Sagazan 14  
Synesthésia di Audrey Denis 14  
Sound-Objects di Mia Lord 14

**TV**  
  
Booktrailer -  
Come raccontare un libro con un video 8  
Mister Fantasy 10

**PREMI, FESTIVAL, FIERE, CASE EDITRICI, DI PRODUZIONE, DISTRIBUZIONE E SVILUPPO**

**PUBLISHING AND PRODUCTION COMPANIES**

CLM/BBDO (agenzia) 5  
Bookshorts (società) 7  
Canongate (casa editrice) 7  
Circle of Seven Productions   
 (casa di produzione) 7  
Jyamma Games (studio di sviluppo) 6  
Kesselskramer 4  
Muse production 14  
NNS - National Screen Service 1  
Phatè (casa di produzione francese) 6  
S-Vidéo 14  
TNT 4  
Ubisoft 6

**FESTIVAL, FAIRS AND AWARDS**

L’Antonello - Premio Miglior Booktrailer 7  
AVfest (Corfù - Greece) 15  
Booktrailer Factory (Catania - Italy) 7  
Dutch Film Festival (Utrecht - Netherlands) 4  
Cortinametraggio - Festival del Cortometraggio (Cortinad’Ampezzo - Italy) 8  
Firenze Città dei Lettori (Firenze - Italy) 7  
Golden Joystick Awards 6  
Interfaccia Digitale   
di Hangarfest (Pesaro - Italy) 12  
Man Booker Prize for Fiction (London -UK) 7  
Trailers FilmFest (Catania - Italy) 7  
Festival Internazionale di Musica  
Contemporanea (Venezia - Italy) 9  
Più Libri Più Liberi 7  
Riccione TTV Festival (Riccione - Italy) 9  
Salone Internazionale del Libro 7  
Tuttoteatro.com Miglior Teaser (Roma - Italy) 11

**STREAMING PLATFORMS**

Teatri nella rete 13  
Opera streaming 13  
On Theater tv 13  
NTA home 13  
Raiplay musica e teatro 13  
Teatro in streaming 13  
Nice platform 13  
It’s Art tv 13  
Opera vision 13

**SITOGRAFIA**

www.[antevenio.com](https://www.antevenio.com/it/blog/5-esempi-di-campagne-teaser-su-internet/)

www.[treccani.it](https://www.treccani.it/enciclopedia/videoarte_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/)

www.[blog.ringostat.com](https://blog.ringostat.com/en/in-brief-what-is-a-teaser-ad-in-3-minutes/)

[www.abracadamat.org](https://abracadamat.org/)

www.[alcoholcampaign.org](https://alcoholcampaign.org/)

www.[ceritarevita.blogspot.com](http://www.hopesandfears.com/hopes/culture/film/214473-epic-history-movie-trailers-mad-max-independence-day/)

www.[digitalcollections.nypl.org](https://digitalcollections.nypl.org/items/8c746a09-be6b-b7cf-e040-e00a180617b8)

www.[edition.cnn.com](http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9811/20/star.wars.01/)

www.[gdt.oqlf.gouv.qc.ca](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8375339)  
www.[google.it](https://www.google.it/books/edition/Diccionario_t%C3%A9cnico_Akal_de_cine/DbykrkBqrS4C?hl=it&gbpv=1&dq=teaser+obra+de+teatro&pg=PA532&printsec=frontcover)  
www.[hangartfest.it](http://hangartfest.it)

[www.hopesandfears.com](http://www.hopesandfears.com)

[www.ilpost.it](http://www.ilpost.it)

[www.lescopainsd](http://www.lescopainsd)-aboard-over-blog.

[www.palazzoesposizioni.it/](https://www.palazzoesposizioni.it/)

[www.postmediabooks.it](http://www.postmediabooks.it/)  
www.[it.paperblog.com](https://it.paperblog.com/novita-per-la-iv-edizione-di-cortinametraggio-i-booktrailer-un-riconoscimento-speciale-e-la-presentazione-di-dirty-tony-il-primo-cortometraggio-dell-associazione-culturale-mattador-1584561/&sa=D&source=docs&ust=1677446295411985&usg=AOvVaw2DtJtVT80cuGooXV11bNMB)  
www.[blog.ringostat.com](https://blog.ringostat.com/en/in-brief-what-is-a-teaser-ad-in-3-minutes/)  
www.[residenzedigitali.it](https://www.residenzedigitali.it/progetto/)  
[www.sudouest.fr](https://www.sudouest.fr/)  
www.sutori.com  
www.treccani.it   
www.[tropicodellibro.it/](http://www.tropicodellibro.it/)   
www.[upe.fr](http://www.upe.fr)  
[www.youmark.it](https://youmark.it/ym-youmark/mutti-con-epik-riporta-carosello-in-tv-il-branded-torna-a-parlare-con-contenuti-dal-linguaggio-universale-e-cinematografico-appuntamento-in-esclusiva-su-canale-5-martedi-1-marzo-alle-20-35/)  
www.[youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=15B3PbssK3k)   
www.[web.archive.org](https://web.archive.org/web/20101130005205/http://www.trailersdepeliculas.net/el-fenomeno-del-teaser-trailer-independence-day.html)  
www.[wikipedia.org](https://it.wikipedia.org/)

**BIBLIOGRAFIA**

Byung-Chul Han “Psicopolitica. Il neoliberalismo e le nuove tecniche del potere”. Traduzione di Federica Buongiorno, Nottetempo, 2016

Simone Cireddu, Come fare un buon booktrailer (anche a scuola) - *Italiano Pagine 62 [65]* *Year 2013*

Sara Trabalzi, Booktrailer. Tra creatività e promozione - oblique Studio 2008  
  
Nicolas Feuille, Fluxus dixit – Volume 1, une anthologie, éditions Broché, Paris 2002

Isabella Pezzini, Trailer, spot, clip,siti, banner. Le forme brevi della comunicazione audiovisiva, 2002

Balzola, A. (1994), La scena mutante, in Id, Prono, F. (a cura di), La nuova scena elettronica. Il video e la ricerca teatrale in Italia, Rosenberg & Sellier, Torino.

Giuseppe Bartolucci, Per un nuovo senso dello spettacolo, «Quindici», n. 11, 15 giugno 1968

Vincenzo Del Gaudio, Théatron: Verso una mediologia del teatro e della performance, Meltemi, 2021

Loredana Parmisani, Arte del XX secolo e oltre. Movimenti, teorie, scuole e tendenze, Skira, 2012

Ricerca finanziata dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell’Agenzia esecutiva europea per l’istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

1. [**https://www.youtube.com/watch?v=OCRmjKTYQfs**](https://www.youtube.com/watch?v=OCRmjKTYQfs)primo episodio della serie cinematografica di “Le avventure di Kathlyn” 1913 [↑](#footnote-ref-1)
2. **2** [**https://digitalcollections.nypl.org/items/8c746a09-be6b-b7cf-e040-e00a180617b8**](https://digitalcollections.nypl.org/items/8c746a09-be6b-b7cf-e040-e00a180617b8)Trailer di The pleasure seekers, 1913 [↑](#footnote-ref-2)
3. The advertising manager of Marcus Loew theaters [↑](#footnote-ref-3)
4. [**https://youtu.be/6OkLWeFdcQ4**](https://youtu.be/6OkLWeFdcQ4)Trailer dei video “The live wire, 1920 - Irene 1926 diretto da Alfred E. Green - Napoleon diretto da Abel Gance, 1927 e altri [↑](#footnote-ref-4)
5. [**https://youtu.be/IEF0zUY5d9Y**](https://youtu.be/IEF0zUY5d9Y)Trailer video di “The Bride of Frankenstein, 1935 [↑](#footnote-ref-5)
6. [**https://youtu.be/Ps8H3rg5GfM**](https://youtu.be/Ps8H3rg5GfM)Trailer di Psyco, 1960 [↑](#footnote-ref-6)
7. [**https://youtu.be/1gXY3kuDvSU**](https://youtu.be/1gXY3kuDvSU)Trailer di Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb, 1964 [↑](#footnote-ref-7)
8. [**https://youtu.be/U1fu\_sA7XhE**](https://youtu.be/U1fu_sA7XhE)Trailer di “Lo squalo” 1975 [↑](#footnote-ref-8)
9. [**https://youtu.be/veszTagaXik**](https://youtu.be/veszTagaXik)teaser trailer di Jumanji, 1995 [↑](#footnote-ref-9)
10. [**https://youtu.be/PQ-bWSGG69I**](https://youtu.be/PQ-bWSGG69I)teaser trailer di Independence Day, 1996 - [**https://youtu.be/B1E7h3SeMDk**](https://youtu.be/B1E7h3SeMDk) official trailer di Indipendence Day, 1996 [↑](#footnote-ref-10)
11. [**https://youtu.be/YoHD9XEInc0**](https://youtu.be/YoHD9XEInc0)teaser trailer #1 di Inception, 2010 [↑](#footnote-ref-11)
12. [**https://youtu.be/bD7bpG-zDJQ**](https://youtu.be/bD7bpG-zDJQ)teaser trailer del film Star Wars Episode I: The Phantom Menace, 1999 [↑](#footnote-ref-12)
13. [**http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9811/20/star.wars.01/**](http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Movies/9811/20/star.wars.01/) [↑](#footnote-ref-13)
14. [**https://youtu.be/\_jpfcjK71QU**](https://youtu.be/_jpfcjK71QU) teaser italiano[**https://youtu.be/SG7PyKFl4XY**](https://youtu.be/SG7PyKFl4XY)teaser inglese “The social network” 2010 [↑](#footnote-ref-14)
15. [**https://vimeo.com/120426864**](https://vimeo.com/120426864)direttore creativo Kelly Carlton, 2006 [↑](#footnote-ref-15)
16. [**https://www.treccani.it/vocabolario/teaser\_(Neologismi**](https://www.treccani.it/vocabolario/teaser_(Neologismi)) [↑](#footnote-ref-16)
17. [**https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a\_de\_intriga**](https://es.wikipedia.org/wiki/Campa%C3%B1a_de_intriga) [↑](#footnote-ref-17)
18. Nel luglio 2010, la Commissione Terminologia e Neologia del Ministero della Cultura francese ha formalizzato il neologismo “aguichage” in sostituzione dell'anglicismo “teasing”**.** [**https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\_Fiche=8375339**](https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8375339) [↑](#footnote-ref-18)
19. [**https://youtu.be/vNy-7jv0XSc**](https://youtu.be/vNy-7jv0XSc) Apple Mac 1984 [↑](#footnote-ref-19)
20. Byung-Chul Han “Psicopolitica. Il neoliberalismo e le nuove tecniche del potere”. Traduzione di Federica Buongiorno, Nottetempo, 2016 [↑](#footnote-ref-20)
21. il cortometraggio si sviluppa intorno al valore dell’innovazione e a ciò che di più rivoluzionario il gruppo di Parma ha introdotto sul mercato negli anni ’50: il tubetto per contenere il pomodoro concentrato [↑](#footnote-ref-21)
22. [**https://youtu.be/s\_A4BCDct08**](https://youtu.be/s_A4BCDct08)teaser che itroduce il cortometraggio "Ugo: storia di una piccola grande idea" [↑](#footnote-ref-22)
23. [**https://youtu.be/iMKl9dlTpKQ**](https://youtu.be/iMKl9dlTpKQ)cortometraggio "Ugo: storia di una piccola grande idea" [↑](#footnote-ref-23)
24. [**https://www.dexigner.com/news/21640**](https://www.dexigner.com/news/21640) [↑](#footnote-ref-24)
25. [**https://it.wikipedia.org/wiki/Teaser\_(pubblicit%C3%A0)**](https://it.wikipedia.org/wiki/Teaser_(pubblicit%C3%A0)) [↑](#footnote-ref-25)
26. [**http://ceritarevita.blogspot.com/2015/10/teaser-advertising-teaser-follow-up-and.html**](http://ceritarevita.blogspot.com/2015/10/teaser-advertising-teaser-follow-up-and.html) [↑](#footnote-ref-26)
27. Motto originale del lancio del Marchio Elf “Les ronds rouges arrivent”**.** [**https://www.sudouest.fr/pyrenees-atlantiques/lacq/le-27-avril-1967-naissait-le-geant-elf-aquitaine-9883393.php**](https://www.sudouest.fr/pyrenees-atlantiques/lacq/le-27-avril-1967-naissait-le-geant-elf-aquitaine-9883393.php) [↑](#footnote-ref-27)
28. quotidiano francese, il cui primo numero è apparso il 16 ottobre 1830 [↑](#footnote-ref-28)
29. [**https://lescopainsd-abord.over-blog.com/article-1981-le-strip-teasing-culte-de-myriam-par-didile-81840421.html**](https://lescopainsd-abord.over-blog.com/article-1981-le-strip-teasing-culte-de-myriam-par-didile-81840421.html) [↑](#footnote-ref-29)
30. [**http://www.upe.fr/?rub=gpce-retrospective#1982**](http://www.upe.fr/?rub=gpce-retrospective#1982) Grand Prix de l'Affichage [↑](#footnote-ref-30)
31. [**https://alcoholcampaign.org/2018/09/05/alcohol-is-a-sexist-pig/**](https://alcoholcampaign.org/2018/09/05/alcohol-is-a-sexist-pig/)L’intera campagna su youtube[**https://www.youtube.com/channel/UCa\_SiKiUITv26GHOSxTQjlA**](https://www.youtube.com/channel/UCa_SiKiUITv26GHOSxTQjlA) [↑](#footnote-ref-31)
32. [**https://youtu.be/mDB7eiIn0DE**](https://youtu.be/mDB7eiIn0DE)Martha is dead teaser 2021 [↑](#footnote-ref-32)
33. [**https://youtu.be/pRB7lg7zov8**](https://youtu.be/pRB7lg7zov8)Martha is dead trailer in occasione dell’uscita 2022 [↑](#footnote-ref-33)
34. [**https://youtu.be/Sg-JYu\_7uMc**](https://youtu.be/Sg-JYu_7uMc)Un docuvideo che parla del progetto “Assassin's Creed: Recriando Notre-Dame” [↑](#footnote-ref-34)
35. [**https://youtu.be/VcoirOiEMpw**](https://youtu.be/VcoirOiEMpw) Teaser del docudrama di Jean-Jacques Annaud, Notre-Dame On Fire [↑](#footnote-ref-35)
36. [**https://youtu.be/IMDAlkRbtfo**](https://youtu.be/IMDAlkRbtfo)Teaser Goldrake il Videogioco 2022 [↑](#footnote-ref-36)
37. [**https://youtu.be/CQhwAvW2nWA**](https://youtu.be/CQhwAvW2nWA)Life of Pi 2006 [↑](#footnote-ref-37)
38. Il festival, nato nel 2003, è ideato e curato dall'Associazione Culturale Seven, è nato a Catania, tuttavia, si è scelto poi di portarlo a Milano. Tra i diversi concorsi ormai è stato istituito anche quello per booktrailers**.** [↑](#footnote-ref-38)
39. [**https://youtu.be/3WwytoV06FY**](https://youtu.be/3WwytoV06FY)booktrailers Vincitore di Booktrailer Factory 2008, organizzato in collaborazione con il Trailers FilmFest. [↑](#footnote-ref-39)
40. [**https://youtu.be/R7-cymVWPl8**](https://youtu.be/R7-cymVWPl8)booktrailer de “La meccanica del cuore” 2012 [↑](#footnote-ref-40)
41. [**https://youtu.be/FvCAEagHcco**](https://youtu.be/FvCAEagHcco)booktrailer del fumetto “La profezia dell’armadillo” 2011 [↑](#footnote-ref-41)
42. [**https://youtu.be/u2wkPBSHchQ** booktrailer](https://youtu.be/u2wkPBSHchQbooktrailer) di” Alex” 2011 [↑](#footnote-ref-42)
43. Cortinametraggio, Festival del cortometraggio a Cortina d’Ampezzo la cui sezione booktrailer nasce nel 2013 [↑](#footnote-ref-43)
44. Teaser di inizio del Progetto Levi’s music project[**https://youtu.be/rfGWi\_XCC7A**](https://youtu.be/rfGWi_XCC7A) e[**https://youtu.be/f3YRzdyZlck**](https://youtu.be/f3YRzdyZlck) [↑](#footnote-ref-44)
45. Promo Mahmood incontra gli studenti | Levi’s® Music Project[**https://youtu.be/vBcT31gAr5c**](https://youtu.be/vBcT31gAr5c)e[**https://youtu.be/vBcT31gAr5c**](https://youtu.be/vBcT31gAr5c) [↑](#footnote-ref-45)
46. Teaser[**https://youtu.be/65a2ZR0n-JA**](https://youtu.be/65a2ZR0n-JA)il film[**https://youtu.be/myNA-TUHqmc**](https://youtu.be/myNA-TUHqmc) [↑](#footnote-ref-46)
47. [**https://youtu.be/erpqB4RNfb8**](https://youtu.be/erpqB4RNfb8) **,** [**https://youtu.be/ZVY4d4Axocc**](https://youtu.be/ZVY4d4Axocc)**,** [**https://youtu.be/u9FhZTX7WrQ**](https://youtu.be/u9FhZTX7WrQ)campagne pre lancio degli albun di David Guetta [↑](#footnote-ref-47)
48. [**https://youtu.be/sOnqjkJTMaA**](https://youtu.be/sOnqjkJTMaA)short film di Thriller di Michael Jackson [↑](#footnote-ref-48)
49. Zero Assoluto “All’improvviso”:[**https://youtu.be/LLNuJbLxUFs**](https://youtu.be/LLNuJbLxUFs)teaser del singolo e teaser per l’uscita dell’album[**https://youtu.be/LvbVBjmYrNQ**](https://youtu.be/LvbVBjmYrNQ) **,** [**https://youtu.be/hUsXbHF2LAk**](https://youtu.be/hUsXbHF2LAk) **,** [**https://youtu.be/P9pjrSBYI9I**](https://youtu.be/P9pjrSBYI9I)

    “Adesso Basta”[**https://youtu.be/5NRN4bKMopE**](https://youtu.be/5NRN4bKMopE)**,** [**https://www.youtube.com/watch?v=0z1AlEUkYSU**](https://www.youtube.com/watch?v=0z1AlEUkYSU)**,** [**https://youtu.be/dD1sXYvxZec**](https://youtu.be/dD1sXYvxZec)vari teaser,[**https://youtu.be/7IkL5m2IIX8**](https://youtu.be/7IkL5m2IIX8)Clip finale di “Adesso Basta” [↑](#footnote-ref-49)
50. Eminem - Walk On Water: Teaser[**https://youtu.be/4OiHwMtKwis**](https://youtu.be/4OiHwMtKwis)Videoclip[**https://youtu.be/ryr75N0nki0**](https://youtu.be/ryr75N0nki0) [↑](#footnote-ref-50)
51. Lauro[**https://youtu.be/3yAuNccGj\_M**](https://youtu.be/3yAuNccGj_M) [↑](#footnote-ref-51)
52. [**https://youtu.be/91N0u99p68k**](https://youtu.be/91N0u99p68k)Reflect - Teaser [↑](#footnote-ref-52)
53. [**https://abracadamat.org/il-trailer-teatrale-origine-e-destino-di-una-forma-mobile/Stefano Brilli e Laura Gemini – Redazione NEOff**](https://abracadamat.org/il-trailer-teatrale-origine-e-destino-di-una-forma-mobile/Stefano) [↑](#footnote-ref-53)
54. Giuseppe Bartolucci, Per un nuovo senso dello spettacolo, «Quindici», n. 11, 15 giugno 1968. [↑](#footnote-ref-54)
55. Compagnia teatrale di Roma della post avanguardia italiana fondata nel 1975 e sciolta nel 1984. [↑](#footnote-ref-55)
56. Gruppo teatrale fondato nel 1977 a Napoli da Mario Martone con Andrea Renzi, Francesca La Rocca, Augusto Melisurgo, Federica della Ratta Rinaldi. Il nome originario era Nobili di Rosa; divenne Falso Movimento nel 1979 con l'ingresso nel gruppo di Angelo Curti e Pasquale Mari. [↑](#footnote-ref-56)
57. Andrea Balzola, La scena tecnologica mutante, in Andrea Balzola (a cura di), La scena tecnologica, Roma, Dino Audino, 2011, pag. 7 [↑](#footnote-ref-57)
58. Jennifer Malvezzi - Remedi-Action - Dieci anni di videoteatro italiano, 2015, Postmedia srl, Milano[**http://www.postmediabooks.it/2015/143teatro/malvezzi.htm**](http://www.postmediabooks.it/2015/143teatro/malvezzi.htm) [↑](#footnote-ref-58)
59. op.cit. [↑](#footnote-ref-59)
60. Mister Fantasy - Musica da vedere è stata una trasmissione televisiva andata in onda su Rai 1 in quattro edizioni, dal 12 maggio 1981 al 17 luglio 1984 [↑](#footnote-ref-60)
61. [**https://youtu.be/15B3PbssK3k**](https://youtu.be/15B3PbssK3k)Carmelo Bene ospite di Luzzatto Fegiz in Mister Fantasy 1982 [↑](#footnote-ref-61)
62. op.cit. [↑](#footnote-ref-62)
63. Ne sono un esempio i teaser realizzati da Keith Haring[**https://youtu.be/s1Y9AInjrQo**](https://youtu.be/s1Y9AInjrQo) **,** [**https://youtu.be/7DM4fGy2oGM**](https://youtu.be/7DM4fGy2oGM) **,** [**https://youtu.be/3nz9Ax6HfoY**](https://youtu.be/3nz9Ax6HfoY) [↑](#footnote-ref-63)
64. Vincenzo Del Gaudio, [Théatron: Verso una mediologia del teatro e della performance](https://books.google.it/books?id=rnAhEAAAQBAJ&pg=PT139&dq=teaser+promozione+teatro&hl=it&newbks=1&newbks_redir=1&sa=X&ved=2ahUKEwiG5fOfhO72AhWRi_0HHdJ8DqYQ6AF6BAgHEAI), Meltemi, 2021 [↑](#footnote-ref-64)
65. [**(20+) Piccolo Teatro Milano Facebook**](https://www.facebook.com/PiccoloTeatro/videos) [↑](#footnote-ref-65)
66. [**DAVID | Vuccirìa Teatro (Official Teaser) - YouTube**](https://www.youtube.com/watch?v=5vNMG8Ih-qA) [↑](#footnote-ref-66)
67. [**VIDEODANZA in "Enciclopedia Italiana" (treccani.it)**](https://www.treccani.it/enciclopedia/videodanza_%28Enciclopedia-Italiana%29/) [↑](#footnote-ref-67)
68. [**Interfaccia digitale**](https://www.hangartfest.it/interfaccia-digitale-2023), festival internazionale di danza contemporanea che si svolge a Pesaro dal 2004 [↑](#footnote-ref-68)
69. [**Tuttoteatro.com**](https://www.tuttoteatro.com)associazione culturale con sede a Roma fondata nel 2003 da Mariateresa Surianello [↑](#footnote-ref-69)
70. [**Sono arrivati i teaser e i testi del bando wiki teatro libero! - Wikimedia Italia**](https://www.wikimedia.it/news/sono-arrivati-i-teaser-e-i-testi-del-bando-wiki-teatro-libero/) [↑](#footnote-ref-70)
71. [**Wiki teatro libero - YouTube**](https://www.youtube.com/playlist?list=PLYrkb0Vg8zjNm6U7nf19Tbss4VCunvyIp) [↑](#footnote-ref-71)
72. [Residenze Digitali](https://www.residenzedigitali.it/progetto/) nasce nel 2020 da una idea di Centro di Residenza della Toscana (Armunia – CapoTrave/Kilowatt) [↑](#footnote-ref-72)
73. [**https://www.youtube.com/watch?v=nPNqlGdG4SQ**](https://www.youtube.com/watch?v=nPNqlGdG4SQ)Art-U associazione culturale di Scandicci (Fi) [↑](#footnote-ref-73)
74. [**https://www.youtube.com/watch?v=fVP4Gk9rgNc&t=24s**](https://www.youtube.com/watch?v=fVP4Gk9rgNc&t=24s) [↑](#footnote-ref-74)
75. [**https://www.youtube.com/watch?v=S8h7fXficak**](https://www.youtube.com/watch?v=S8h7fXficak) [↑](#footnote-ref-75)
76. [**https://www.teatrinellarete.it/**](https://www.teatrinellarete.it/) **-** [**https://operastreaming.com/**](https://operastreaming.com/) **-** [**https://www.ontheatre.tv/**](https://www.ontheatre.tv/) **-** [**https://www.ntathome.com/**](https://www.ntathome.com/) **-** [**https://www.raiplay.it/musica-e-teatro/**](https://www.raiplay.it/musica-e-teatro/) **-** [**https://www.teatroinstreaming.eu/**](https://www.teatroinstreaming.eu/contatti/) **-** [**https://www.niceplatform.eu/**](https://www.niceplatform.eu/) **-** [**https://www.itsart.tv/it/**](https://www.itsart.tv/it/) **-** [**https://operavision.eu/**](https://operavision.eu/) [↑](#footnote-ref-76)
77. [**https://www.centrepompidou.fr/fr/**](https://www.centrepompidou.fr/fr/)Il Centre Pompidou colloca i video promozionali delle mostre direttamente sulla home page del sito. Altre istituzioni fanno la stessa operazione [↑](#footnote-ref-77)
78. [**https://www.youtube.com/watch?v=L3qIe8939qc**](https://www.youtube.com/watch?v=L3qIe8939qc)Teaser video [↑](#footnote-ref-78)
79. [**https://www.facebook.com/watch/?v=968056340615078**](https://www.facebook.com/watch/?v=968056340615078)AVfest2021 Photomarathon & Performance Art Teaser [↑](#footnote-ref-79)
80. [**https://www.facebook.com/watch/?v=778482915689757**](https://www.facebook.com/watch/?v=778482915689757)Spazio Rizzato propone a Marano Vicentino una rassegna dedicata all'arte performativa per cui idea questo teaser**.** [↑](#footnote-ref-80)
81. [**https://www.youtube.com/watch?v=G9Jq1GEFqaM**](https://www.youtube.com/watch?v=G9Jq1GEFqaM) Teaser per la mostra Em Nome dos Artistas - North American contemporary art in the Astrup Fearnley collection, da settembre a dicembre 2011 al Bienal Pavilion. [↑](#footnote-ref-81)
82. [**https://www.youtube.com/watch?v=2k7Gx327Y2M**](https://www.youtube.com/watch?v=2k7Gx327Y2M)La prima indagine museale statunitense di Tishan Hsu reintroduce il lavoro di questo artista visionario a un pubblico contemporaneo. [↑](#footnote-ref-82)
83. [**https://vimeo.com/73998309**](https://vimeo.com/73998309)Semaphore - Audio/Visual Performance at LichtRouten International Forum of Light [↑](#footnote-ref-83)
84. [**https://youtu.be/p3LZQ6pmbpA**](https://youtu.be/p3LZQ6pmbpA)Palazzo Strozzi per Abramovic [↑](#footnote-ref-84)
85. [**https://youtu.be/s-S862p69B0**](https://youtu.be/s-S862p69B0)teaser dell’opera Transfiguration *di* Olivier de Sagazan [↑](#footnote-ref-85)
86. [**https://youtu.be/PEfwr5lE\_v4**](https://youtu.be/PEfwr5lE_v4)teaser di Alafu [↑](#footnote-ref-86)
87. [**https://youtu.be/wFG-IT-wtJg**](https://youtu.be/wFG-IT-wtJg)teaser di Sinergica diretto da Adriano Cerroni - Muse Production [↑](#footnote-ref-87)
88. [**https://youtu.be/C3DJelk4N5A**](https://youtu.be/C3DJelk4N5A)teaser di Synesthésia [↑](#footnote-ref-88)
89. [**https://www.youtube.com/watch?v=SAzrBDT5L0M&list=PLPtd6dIkWJzIwwoUUTfekyywx\_bejcPeU&index=5**](https://www.youtube.com/watch?v=SAzrBDT5L0M&list=PLPtd6dIkWJzIwwoUUTfekyywx_bejcPeU&index=5) [↑](#footnote-ref-89)
90. Loredana Parmisani, Arte del XX secolo e oltre. Movimenti, teorie, scuole e tendenze, Skira, 2012 [↑](#footnote-ref-90)
91. Nicolas Feuille, Fluxus dixit – Volume 1, une anthologie, éditions Broché, Paris 2002 [↑](#footnote-ref-91)
92. [**https://www.billviola.com/ordering.htm**](https://www.billviola.com/ordering.htm) **-** [**https://www.operadeparis.fr/en/season-22-23/opera/tristan-und-isolde**](https://www.operadeparis.fr/en/season-22-23/opera/tristan-und-isolde) [↑](#footnote-ref-92)
93. [**https://francisalys.com**](https://francisalys.com/)Francis Alyse la presentazione del Padiglione del Belgio alla Biennale di Venezia 2022 [↑](#footnote-ref-93)
94. [**https://blog.ringostat.com/en/in-brief-what-is-a-teaser-ad-in-3-minutes/**](https://blog.ringostat.com/en/in-brief-what-is-a-teaser-ad-in-3-minutes/) [↑](#footnote-ref-94)