

# BRANDS OF THE WORLD 2041

**HEROFORCE:**  
the war is just one click away



**NABA**  
NUOVA ACCADEMIA  
DI BELLE ARTI

Scenari Futuri  
A.A. 2023/24

# INDICE

**ABSTRACT**

**INTRODUZIONE**

**SEGNALI DEBOLI**

**TREND 2024-2041**

**BRAND**

**BRAND IDENTITY**

**ARTEFATTI**

**ISTALLAZIONE**

**CONCLUSIONE**

**04-05**

**06-07**

**08-11**

**12-17**

**18-23**

**24-35**

**36-47**

**48-51**

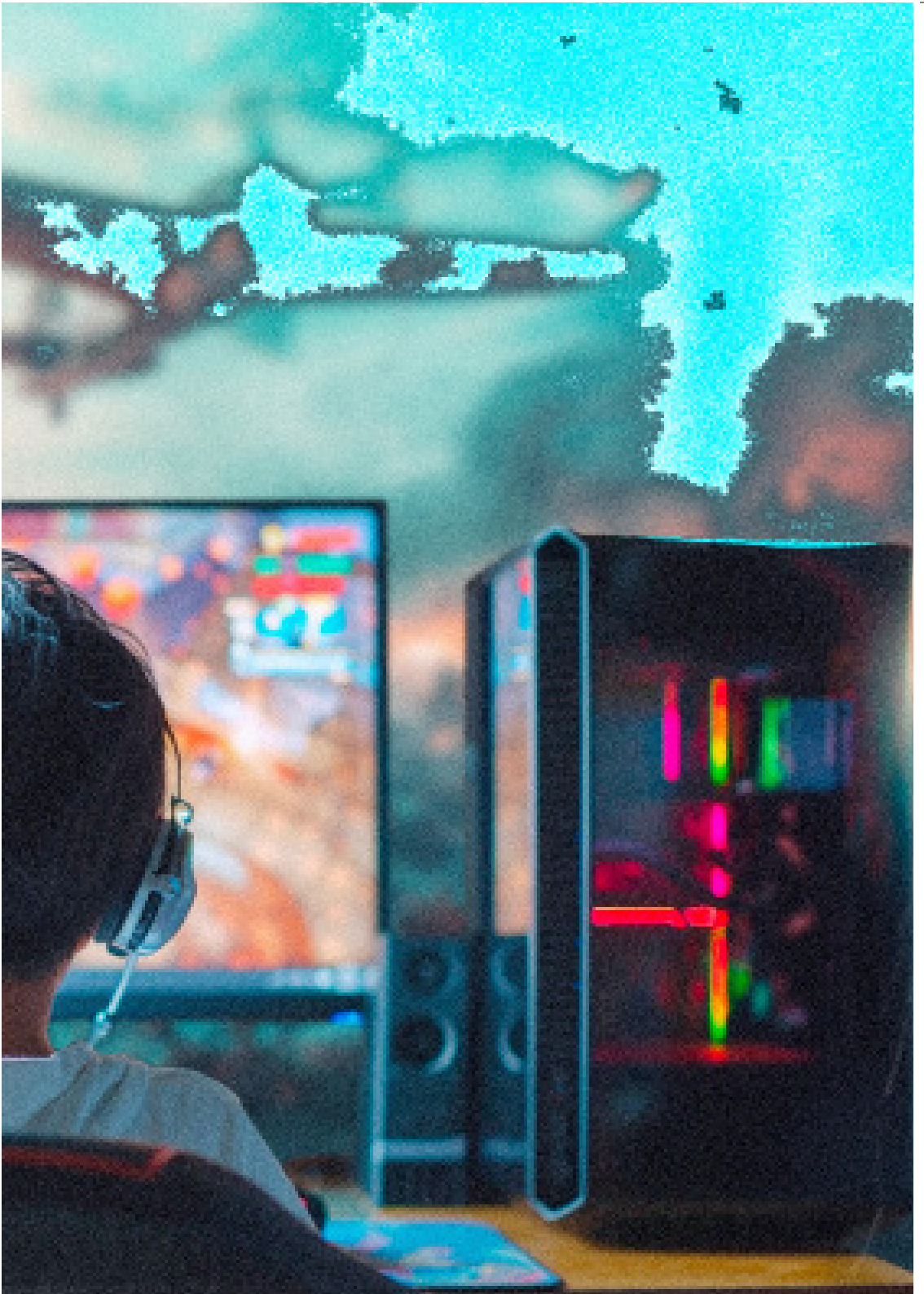
**52-53**



# ABSTRACT

**PROVA AD IMMAGINARE UN MONDO NEL QUALE I BAMBINI VANNO IN GUERRA A LORO INSAPUTA, TRAMITE UN COMPUTER E SENZA DIRETTE CONSEGUENZE SU ESSI.**





# INTRODUZIONE

2041, Sri Lanka, Chamal è un adolescente appassionato di videogiochi, in particolare quelli che riguardano l'automobilismo, una passione che ha in eredità in quanto anche il padre e lo zio la condividono.

Chamal ama percorrere in macchina le vie di Colombo con suo padre, ricorda ancora l'odore di benzina sputato fuori dalle macchine che sentiva quando era piccolo, pian piano sostituite da veicoli ad idrogeno ed elettrici.

Lo zio di Chamal era un autista, ma purtroppo un incidente sul lavoro lo ha segnato per il resto della vita, infortunandolo alle gambe dopo che una frana colpì la sua auto durante un'inondazione. A Chamal piaceva molto giocare ai videogiochi, portandolo a passare molto tempo nei VR caffè per migliorare ed affinare la sua guida giorno dopo giorno, finché ad un tratto, gli arriva un invito, diventare un pilota di videogiochi a tempo pieno guadagnando soldi che avrebbero aiutato lui e la sua famiglia, un'offerta che Chamal non si fa sfuggire, non prima di averne parlato però con suo padre e suo zio.

Si reca così in Cina insieme al padre e allo zio, nella sede di ReelX, la società che gli aveva proposto il lavoro, per capire meglio di cosa si

trattasse offrendogli la possibilità di fare alcuni test per verificare le sue abilità, viene dotato di visore e di speciale tuta aptica e comincia la sua guida, immergendosi completamente nel mondo virtuale ed isolandosi dalla realtà, e tutto gli sembra così realistico, la velocità, la città, i pedoni, le strade, insomma, Chamal rimane stupito e sorpreso da questo nuovo lavoro che gli era stato proposto, rimane stupito inoltre, quando si trova nel mezzo di un'inondazione della quale ha sentito parlare qualche giorno prima alla televisione, l'evento sembra quasi lo stesso identico, lasciando Chamal molto dubbioso a riguardo.

Lo zio, sembrava sentire molto da vicino quello che Chamal stava facendo, quasi come se lo colpisse nel profondo, egli infatti era stato come Chamal un pilota di ReelX, i piloti che lavoravano lì erano incaricati di svolgere precisi compiti che prevedevano la guida di auto a controllo remoto, auto che si trovavano in condizioni di pericolo e che servivano per fuggire da catastrofi o portare in salvo persone da disastri.

Chamal viene chiamato per svolgere un lavoro, egli si trova nel bel mezzo di una rivolta con attacchi terroristici di natura politica e religiosa

# SRI LANKA 2041

e il suo compito è quello di guidare un'auto e portare in salvo quante più persone possibili, si prepara e sale sul simulatore, ora controlla l'auto e comincia la sua missione, si districa in mezzo alle vie di una città annerita dalle bombe e dal fiume di gente che si sparpaglia dovunque, riesce a mettere in salvo alcune persone, fino al punto che un terrorista con una bomba si avvicina pericolosamente all'auto di Chamal, che comincia una corsa contro il tempo per tutelare lui e le persone che ha a bordo dall'esplosione, manovre spericolate e una guida infallibile portano Chamal a salvarsi dall'esplosione.

Era riuscito nel suo intento, nell'intento di ReelX, ora era considerato il "pilota santo", ma ben presto Chamal scoprì tutta la verità.

Questo capitolo del libro "AI 2041" porta alla luce diverse tematiche riguardanti il futuro, partendo dalle automobili con nuove tecnologie, un avanzamento digitale senza precedenti e il fenomeno della gamification, quest'ultimo in particolare è quello che lega il nostro progetto con il racconto. Nel capitolo si racconta come Chamal sia stato reclutato da un'azienda che si occupa di simulazioni di videogiochi per lavorare come pilota di veicoli che hanno l'obiettivo di portare a termine delle missioni di salvataggio, all'appa-

renza un nobile fine, quello che però emerge dal racconto è che le azioni che Chamal compie al simulatore, non sono altro che il riflesso di azioni che avvengono realmente nel mondo e che coinvolgono persone fisiche e reali.

Quello che all'inizio sembra un gioco per adolescenti innocuo che porta benefici economici, professionali e lavorativi, si rivela un meccanismo di controllo subliminale che se utilizzato in contesti sbagliati, può diventare l'arma di distruzione più potente sulla Terra.

Heroforce, è un'azienda che invita giovani adolescenti ad utilizzare la sua piattaforma a scopo ludico, creando classifiche con i migliori giocatori e distribuendo premi agli utenti, che cela uno scopo ben diverso da quello di facciata, ovvero combattere guerre con eserciti ignari di tutto ciò, trasformando le banali azioni di giochi sportivi, di guerra, di simulazione, di logica e di cucina in crimini e missioni militari, svelando la vera realtà dei fatti solo arrivati ad un punto nel quale l'assuefazione è talmente elevata che il giocatore non ci bada, pensando solo a come migliorare le proprie performance e la propria posizione in classifica, alimentando conflitti che causeranno sempre più vittime.



# SEGNALI - 2024

---

Nel panorama sempre mutevole e dinamico del mercato globale, la capacità di anticipare e comprendere i trend emergenti è diventata una necessità. Con il passare degli anni, i trend si sono evoluti e in grado di offrire visioni prospettiche cruciali per guidare le strategie aziendali attraverso gli imprevedibili territori del futuro.

Nel periodo compreso tra il 2024 e il 2041, ci aspettiamo una serie di cambiamenti radicali che plasmeranno in modo significativo il panorama economico, sociale e tecnologico globale. Questa è confermato dalle tecnologie emergenti, come l'intelligenza artificiale e le altre scoperte tecnologiche ora in voga. Il nostro brand abbraccia queste innovazioni per migliorare l'esperienza del cliente, ottimizzare i processi aziendali e offrire soluzioni innovative



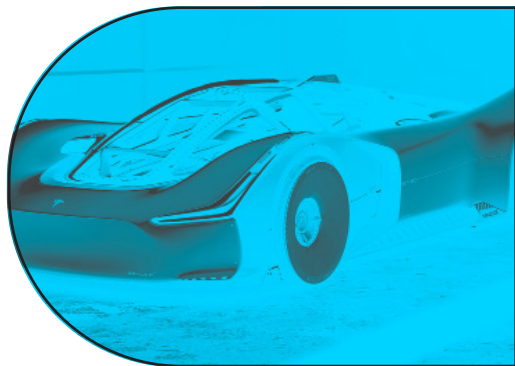




## 01

Un computer che non si avvale di uno schermo, ma che lavora nella spazio che circonda l'utente.

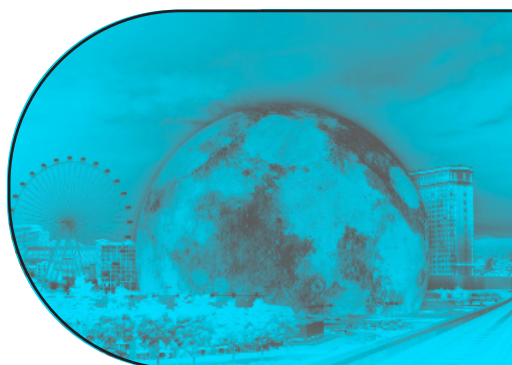
**APPLE VISION PRO**



## 02

Sviluppo dei livelli (da 0 a 5) - primi 3 livelli, con veicoli già in commercio e inizio di sperimentazione livello 4.

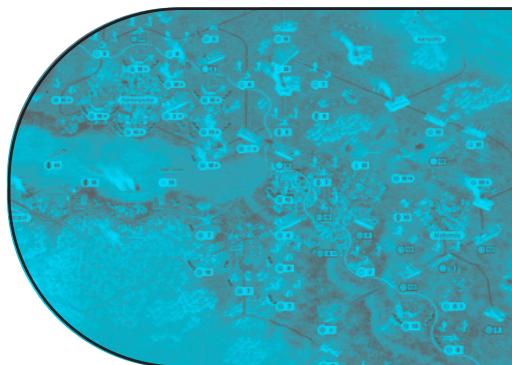
**SPACE X**



## 03

È l'edificio sferico più grande al mondo, con tecnologie audio, video e strutturali realizzate con le ultime innovazioni dell'intelligenza artificiale e dal digitale.

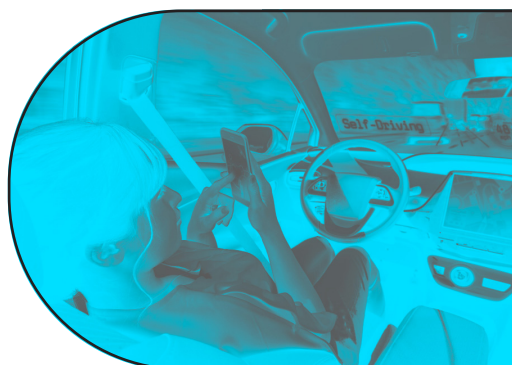
**THE SPHERE**



## 04

Società specializzata in videogiochi di strategia, che oltre a un pubblico di 6 milioni di appassionati ha clienti come il Pentagono, la marina inglese e l'aviazione tedesca.

**SLITHERINE**



## 05

Veicoli in grado di circolare in strada da soli o con la supervisione umana, senza nessun intervento da parte del conducente o con un supporto limitato ad alcune situazioni di guida.

### **SELF DRIVING CARS**



## 06

Dispositivi per pratiche dannose che possono essere occultati facilmente nelle scuole ed incentivano la cattiva abitudine e la dipendenza da fumo in soggetti giovanissimi.

### **VAPE PENS**



# TREND 24 - 41

---

Dal 2024 in poi si svilupperanno tecnologie che sono ad oggi ai loro inizi come l'Apple Vision Pro e le Self Driving Cars.

Queste tecnologie, come le auto a guida autonoma trasformeranno nei prossimi anni il concetto di mobilità, fino ad eliminare del tutto qualsiasi interazione del guidatore. A seconda del livello di guida autonoma, il pilota automatico può assistere il conducente o guidare l'auto da solo, diventando sempre più preciso tramite

tecnologie di intelligenza artificiale e machine learning.

Grazie ai rapidi progressi tecnologici, lo sviluppo delle auto a guida autonoma sta procedendo rapidamente: si prevede che il mercato globale AV raggiungerà 1,75 trilioni di euro entro il 2030. Questo porterà a nuove innovazioni in campo tecnologico come ad esempio Driving Games altamente tecnologici e perfezionali collegati alla realtà.



# SELF DRIVING CARS





Le ultime novità in VR permetteranno all'utente di porlo direttamente nella cabina di pilotaggio e provare macchine del mondo reale che permetteranno di indossare una tuta e controllarla come un vero pilota. A permettere tutto ciò, ci sarà anche la diffusione dei VR caffè: la nuova

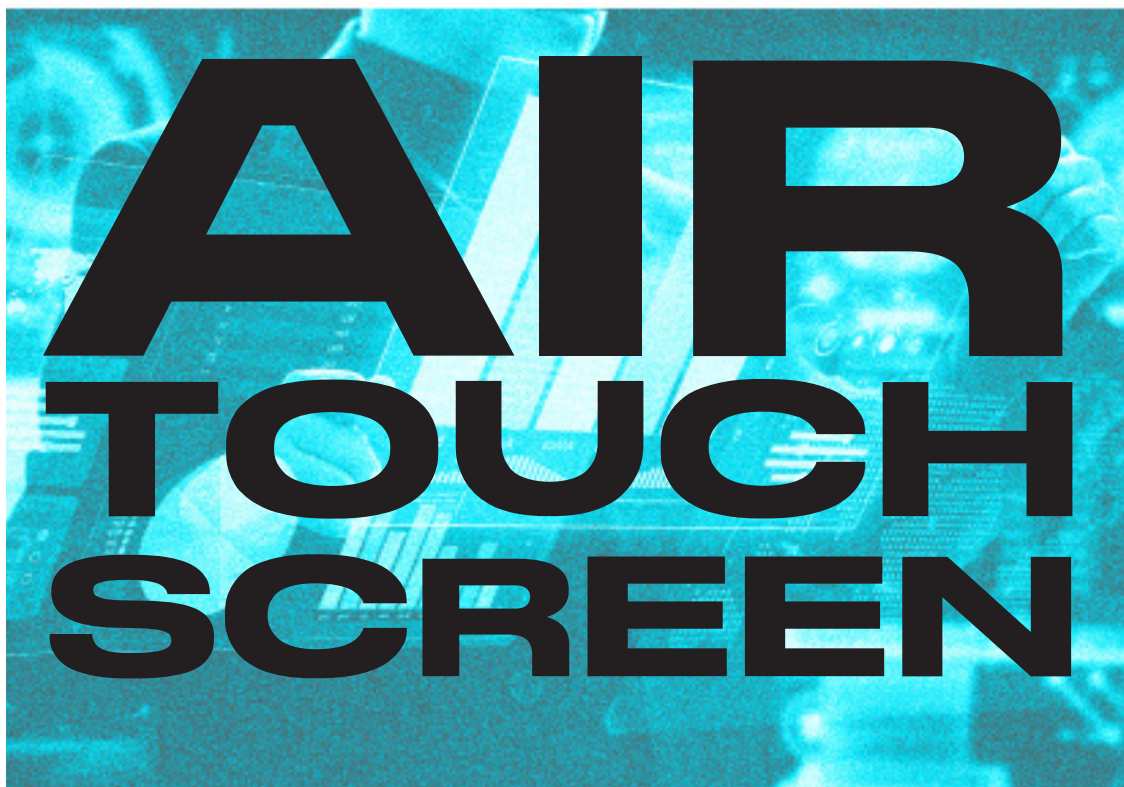
tecnologia il più accessibile possibile - con un buon supporto e in un'atmosfera rilassata. Gli ospiti dei VR Cafè hanno la possibilità di immergersi in mondi virtuali, questi luoghi offrono anche simulatori di corse con sedili mobili e giochi multiplayer, eventi e tornei VR.



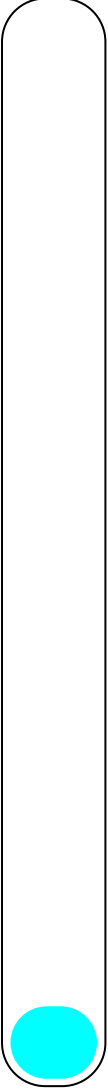


Infine nel 2041 sarà possibile usufruire degli Air Touch Screen, ovvero un display touch screen o tastiera virtuale e trasparente che, quando "toccato" a mezz'aria dal dito dell'utente, trasmette quel segnale direttamente al computer o dispositivo mobile. Non è necessario il contatto fisico con un touchpad o una tastiera per digitare o trasmettere comandi. Le mani dell'utente sono totalmente libere da qualsiasi dispositivo

informatico o trasmittente. Utilizzando un paio di occhiali speciali, gli utenti possono digitare su una tastiera, un mouse o un pannello touch virtuale "mobile" proprio come farebbero con i tasti fisici, massimizzando flessibilità, comfort e praticità. Poiché l'utente è l'unico che può vedere la tastiera nello spazio virtuale, la privacy è garantita.



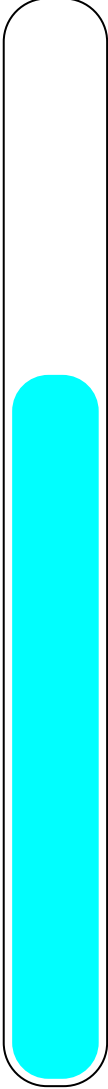
**2019 - 2 B**



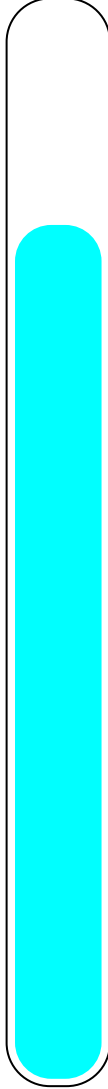
**2020 - 2,49 B**



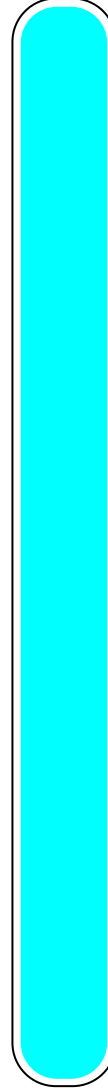
**2021 - 20,49 B**



**2022 - 26,49 B**

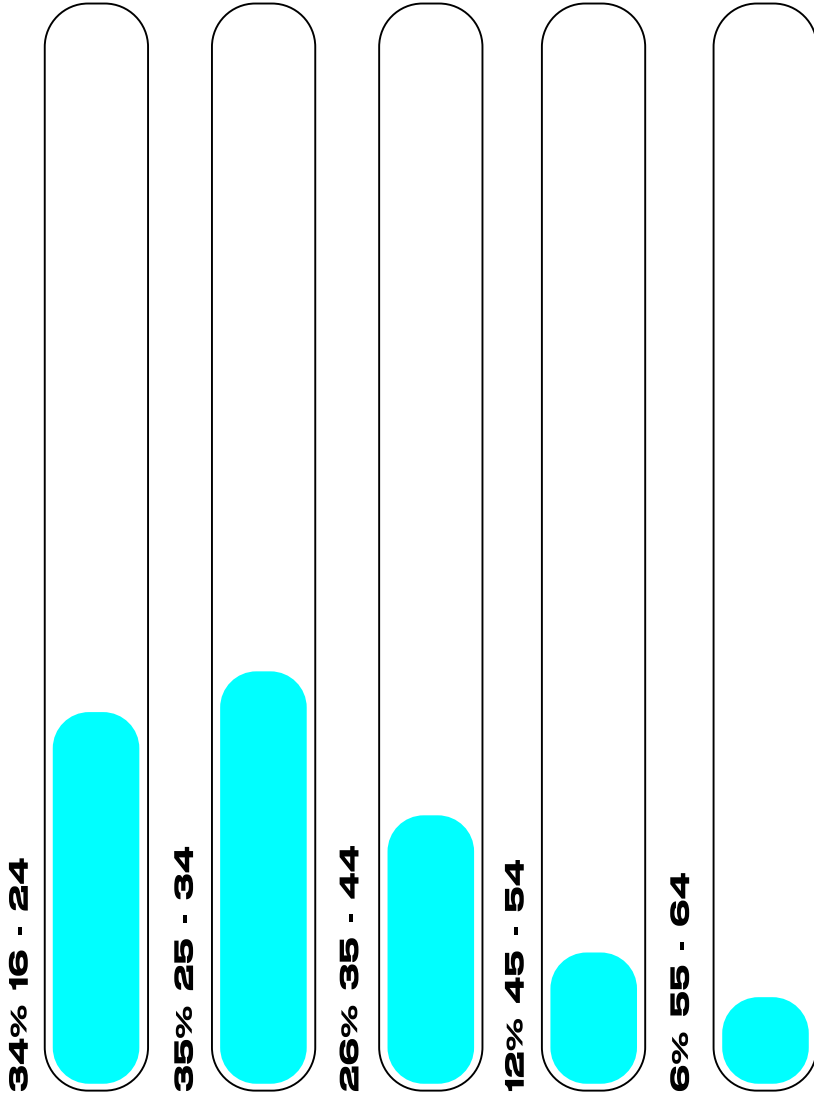


**2023 - 32,49**



**Global automotive artificial intelligence market in US \$**





**Engagement with virtual reality by Age (2023)**

# BRAND

---





## **1. Perché esistiamo?**

---

Esistiamo perché ragazzini come Chamal possano riprendersi la propria infanzia, pur agendo a fin di bene mossi da uno spirito di iniziativa ed appartenenza nei confronti del proprio paese e della propria cultura. HeroForce nasce anche, nella peggiore delle ipotesi, per evitare che qualsiasi giovane lavoratore un giorno venga trovato dai genitori impiccato nella sua cameretta, sconfitto dal peso di non riuscire a gestire scelte etiche e comportamenti corretti nei confronti della sua azienda.

## **2. Cosa facciamo e come?**

---

Il brand si occupa di scouting e reclutamento per le nuove aziende di macchine a guida autonoma, non limitandosi alla mera ricerca, ma fornendo supporto psicologico, educativo ed economico fino alla maggiore età di ragazzi e ragazze. Il suo compito non si fermerà qui, bensì continuerà con sussidi ed aiuti continuativi anche oltre i diciotto anni.

## **3. Cosa ci rende unici?**

---

L'unicità di HeroForce risiede nell'attenzione e nella tutela di esseri umani così fragili e inesperti in un mondo nuovo invece veloce e apparentemente sottomissivo.

La nostra unicità è proprio l'attenzione ai simulatori che ancora prima di salvare vite altrui devono imparare a curare e salvare la propria.

## **4. Per chi siamo qui?**

---

Il brand esiste per aiutare persone meno fortunate, soprattutto famiglie disagiate o di una classe sociale medio bassa che necessita di un lavoro - soprattutto ha bisogno di una mano anche dalla forza lavoro minorile (che quindi deve essere tutelata)

## **5. A cosa diamo maggior valore?**

---

Etica, morale, salute, progresso, cura, assistenza, tutela.

## **6. Qual è la nostra personalità?**

---

Il carattere del brand è competente e affidabile, ma al contempo "gentile".

Il ToV: è giusto essere rispettosi nei confronti dell'utente, ma non bisogna nemmeno esagerare. Sarebbe opportuno utilizzare un tono di voce entusiasta, darà l'impressione di essere disponibili e amichevoli. Linguaggio semplice e incisivo.

## **7. Qual è la nostra ambizione?**

---

Obbiettivo a lungo termine

L'azienda è disposta a pagare di più per i prodotti e i servizi per favorire il cambiamento nei confronti dei problemi sociali e ambientali. L'azienda si impegna a sensibilizzare le persone sul lavoro minorile ma anche a "favorirlo" aiutandolo a migliorare in un paese dove è impossibile eliminarlo.

Piano piano si aiuteranno anche i ragazzi a perseguire i propri studi e aiutandoli ad avere una carriera/essere in regola con le certificazioni mediche etc.

3P: People, Planet, Profit.



# VALORI

**ETICA**

---

**MORALE**

---

**SALUTE**

---

**PROGRESSO**

---

**CURA**

---

**ASSISTENZA**

---

**TUTELA**

---

**EDUCAZIONE**

---

Il nostro brand si impegna a seguire principi morali solidi, adottando pratiche commerciali etiche e responsabili. Ci adoperiamo per promuovere l'integrità, la trasparenza e il rispetto in tutte le nostre interazioni con clienti, dipendenti e partner commerciali. La salute e il benessere dei nostri clienti sono al centro di tutto ciò che facciamo. Siamo un brand orientato al progresso e all'innovazione. La cura e l'attenzione verso i nostri clienti sono fondamentali per noi. Ci preoccupiamo della tutela dei diritti e degli interessi dei nostri clienti, dipendenti e delle comunità in cui operiamo. Ci impegniamo a rispettare le normative e le leggi vigenti, adottando pratiche di tutela ambientale e sociale e contribuendo al benessere delle persone e dell'ambiente circostante. Ci impegniamo a fornire risorse informative e formative che aiutino le persone a prendere decisioni consapevoli riguardo alla propria salute, benessere e sviluppo personale.

Integrando questi valori nella cultura aziendale e nelle attività quotidiane, il nostro brand può distinguersi come un'entità autentica, impegnata nel miglioramento del mondo che ci circonda mentre offre prodotti e servizi di qualità e valore ai nostri clienti.



**Ogni gioco avrà ripercussioni in campo bellico e tutti i bambini affezionati alla piattaforma saranno veri e propri soldati, inconsapevoli delle loro azioni e soggiogati dalla logica di heroforce.**

**CORAGGIO**

**DIPENDENZA**

**ORGOGGIO**

**COMPETITIVITÀ**

**DEDIZIONE**

**AMBIZIONE**

alla paura o all'incertezza. Per il brand, questo valore potrebbe incarnare l'audacia nel perseguire gli obiettivi, la volontà di superare ostacoli e la fiducia nel proprio potenziale. La dipendenza si riferisce alla fiducia reciproca e alla collaborazione tra i membri di un'unità. Indica la consapevolezza e la capacità di fare affidamento sulle competenze e il supporto dei compagni. Il brand potrebbe promuovere il concetto di fiducia e affidabilità, sia tra i suoi dipendenti che verso i suoi clienti.

L'orgoglio nel servire la propria nazione e nel far parte delle forze armate è un elemento fondamentale. La competizione è parte integrante dell'addestramento e delle missioni militari. Essa promuove l'innovazione, l'agilità e l'efficienza. La dedizione rappresenta il forte impegno e la lealtà verso il proprio dovere, la missione e i compagni di squadra.

Il brand promuove anche una cultura di sfida, innovazione e progresso continuo, incoraggiando i suoi membri a spingersi al di là dei propri limiti.



# MANIFESTO

Ad appoggiare la nostra idea di base, ci sono alcuni valori ricavati dal racconto, tra cui i piu' intriganti ma allo stesso tempo inquietanti, che sono "la segretezza" e "l'idea del celato". Quest'ultima e' una delle parti piu' importanti del nostro brand, nonche' il motore che lo fara' funzionare.

Tutto questo sara' reso possibile grazie alla nostra piattaforma HeroForce, che riuscirà a mettere in competizione migliaia e migliaia di giovani.

L'obbiettivo in breve e quello di rendere possibile e agevolare questo "lavoro" ai piccoli ragazzi, i quali saranno inconsapevoli finche' non raggiungeranno un livello di assuefazione tale, da poter comprendere le azioni che stanno compiendo, le motivazioni, e i benefici che possono giovare su di essi.

Questa assuefazione, portera' i giovani a mettere al primo posto la loro competitivita' con gli altri giocatori, dimenticando cosi', quello che gli e' stato rivelato, cioe', la vera e cruda realta' dei fatti.

Qual e' questa realta'? Una realta' in cui una semplice azione in un gioco di cucina, come cambiare le batterie ad un frullatore nel proprio ristorante di lusso, puo' rivelarsi invece il ricaricare un pesante M16A4 in una pericolosissima zona di guerra.

La realta' sara' rivelata a questi giovani, ma solo dopo aver raggiunto un certo livello, assicurando cosi', l'incolumita' del nostro brand.

# BRAND IDENTITY

---

---

## LOGO

---

**HEROFORCE**



**HEROFORCE**

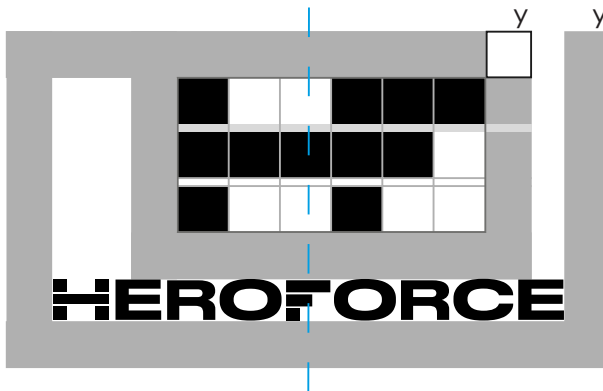
**FONT - Stretch Pro**

---





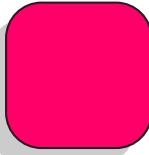
**HERO FORCE**



# PALETTE

---

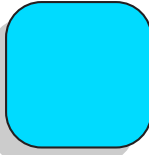
R	=	255
G	=	0
B	=	105
#	f f 0 0 6 9	



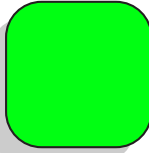
R	=	255
G	=	150
B	=	0
#	f f 9 6 0 0	



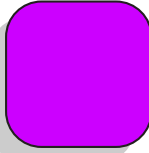
R	=	0
G	=	219
B	=	255
#	0 0 d b f f	

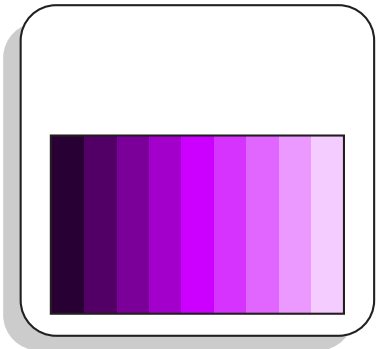
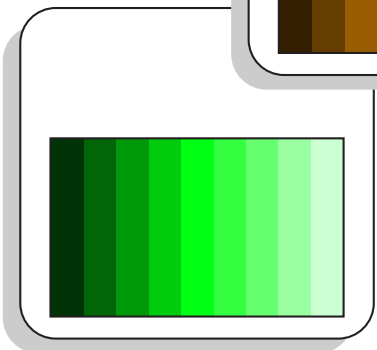
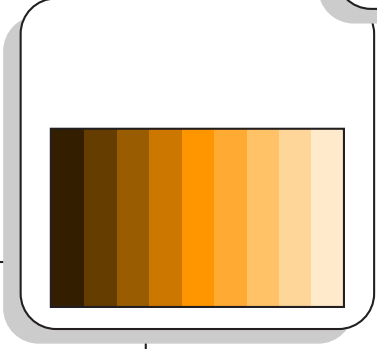
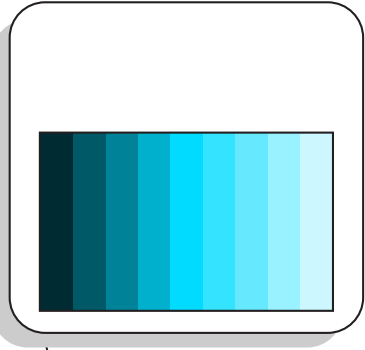
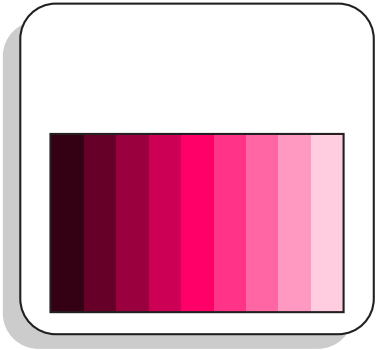
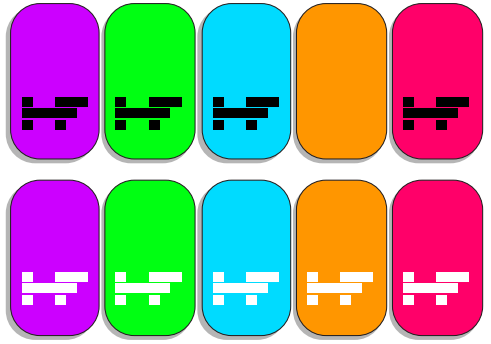
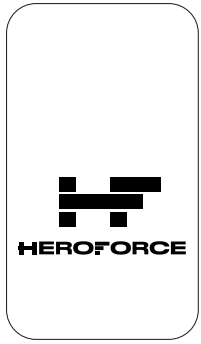


R	=	255
G	=	150
B	=	0
#	f f 9 6 0 0	



R	=	204
G	=	0
B	=	255
#	c c 0 0 f f	





TIPOGRAFIA

---

OCR-A

---

abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNORSTUVWXYZ  
1234567890

STRETCH

---

PRO

**abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNORSTU  
VWXYZ  
1234567890**



**DYSTOPIAN** - **LIGHT/REGULAR/BOLD**

---

abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

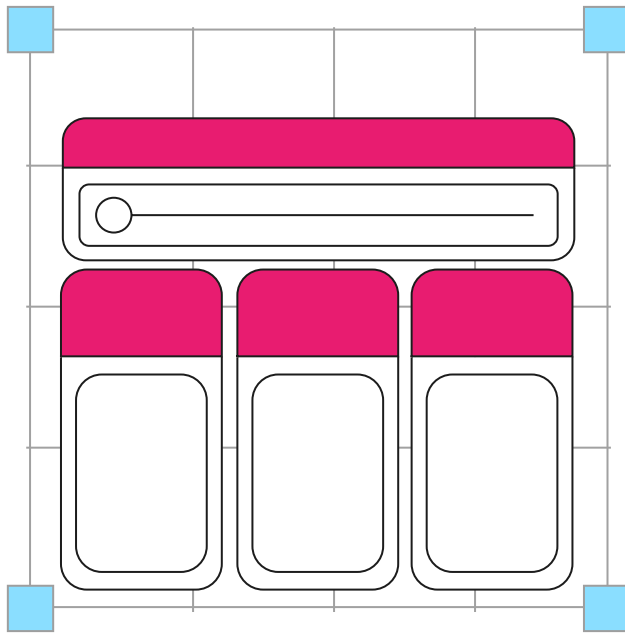
abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

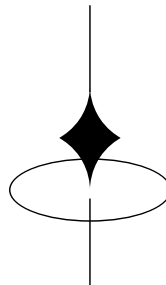
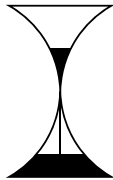
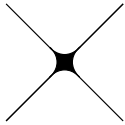
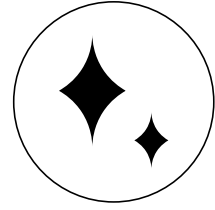
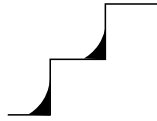
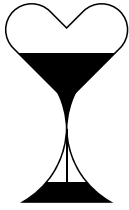
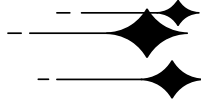
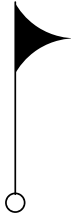
abcdefghijklmnopqrstvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890



## ICONOGRAFIA

---





# PIATTAFORMA

All'interno della piattaforma i giochi verranno divisi in categorie per tipologia, in modo da includere più bambini con diverse personalità, ognuna di esse avrà corrispettivi in campo bellico di diverso genere.



## REAL LIFE

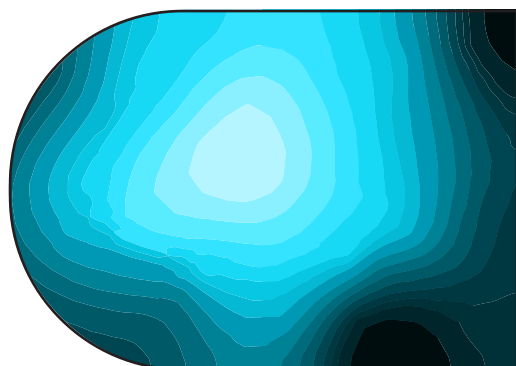
Questa categoria offre ai giocatori compiti pratici ma essenziali sul campo. Ad esempio, gestire un ospedale prendendo decisioni cruciali o creare armi in un contesto industriale attraverso produzioni giornaliere.



## SURVIVAL

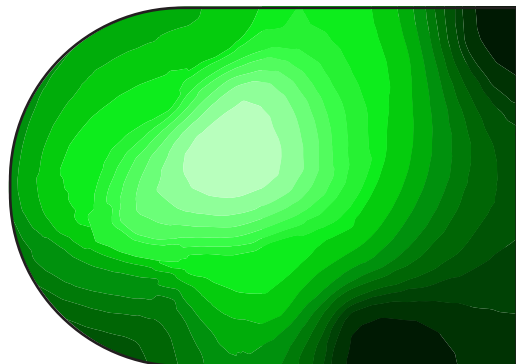
Le azioni in questa categoria saranno principalmente per la difesa e la sopravvivenza sul campo di battaglia. I giocatori affronteranno i nemici, utilizzando armi come mitragliatrici leggere e fucili di precisione, oltre a droni armati.





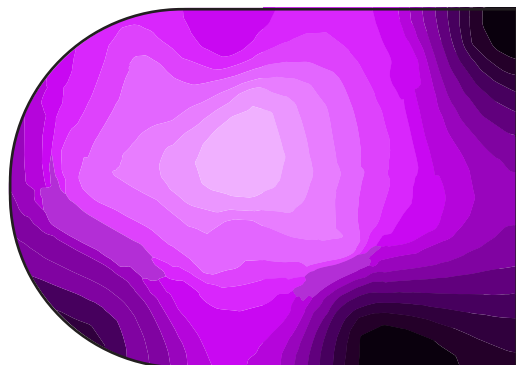
## LOGIC

Questa categoria implica la pianificazione tattica, il posizionamento delle basi e la formazione di squadroni equilibrati. I giocatori utilizzano le proprie abilità di calcolo per impostare traiettorie di proiettili e posizioni di armi.



## SPORT

Le azioni si concentrano sulla guida di veicoli bellici come carri armati, aerei e veicoli terrestri. Attraverso prove a tempo di guida, i giocatori contribuiranno a reperire e trasportare rapidamente cure mediche, munizioni e armi.



## WAR

Le azioni si concentrano su operazioni d'assalto sia in scenari di guerra frontale che in missioni più delicate e stealth. I giocatori affronteranno varie missioni e situazioni in base alle esigenze sul campo.



Esempi di giochi creati per ogni categoria di HeroForce.



## REAL LIFE

'Life Quest' è un gioco di simulazione della vita in cui i giocatori assumono il ruolo di un personaggio che deve gestire varie sfide e obiettivi mentre progrediscono attraverso la vita, ad esempio completando studi, cercando lavoro, costruendo relazioni e perseguendo hobby.



## SURVIVAL

"Lost Horizon" è un gioco survival in cui i giocatori si trovano in un ambiente ostile e devono lottare per sopravvivere. Devono cercare cibo, acqua e rifugi, evitare pericoli naturali e affrontare minacce umane o animali. L'obiettivo principale è quello di sopravvivere il più a lungo possibile, facendo uso delle risorse limitate disponibili e dimostrando abilità di adattamento e strategia.



## LOGIC

"Mind Maze" è un gioco di logica in cui i giocatori affrontano una serie di enigmi e rompicapi che mettono alla prova le loro capacità cognitive e di risoluzione dei problemi. Attraverso l'analisi, la deduzione e il pensiero critico, i giocatori devono trovare soluzioni creative per superare ogni sfida e avanzare nel gioco.



## SPORT

"Sportopia" è un gioco sportivo che offre ai giocatori la possibilità di competere in una vasta gamma di discipline sportive, come calcio, basket, tennis, e molti altri. Offre un'esperienza coinvolgente e realistica, consentendo ai giocatori di creare il proprio atleta, migliorare le loro abilità e partecipare a tornei e competizioni per raggiungere la gloria sportiva.



## WAR

"Conflict Zone" è un gioco di guerra strategico in cui i giocatori assumono il comando di truppe militari e devono pianificare e condurre operazioni belliche in varie aree di conflitto. Attraverso la gestione delle risorse, la strategia militare e le negoziazioni diplomatiche, i giocatori devono raggiungere gli obiettivi assegnati e ottenere la vittoria sul campo di battaglia.

# ARTEFATTI

---

## CONCEPT

---

Il nostro artefatto consiste in due video che rappresentano quello che vede l'utente mentre sta giocando, quindi l'interfaccia di un gioco scelto, e ciò che sta realmente accadendo in guerra, due video sovrapponibili che rispecchiano l'uno le azioni e le situazioni dell'altro.

I video vengono riprodotti in simultanea, con il videogioco che prevale su quello di guerra, ma al premere di un tasto specifico, scomparirà il videogioco lasciando lo spettatore ad osservare

il video di guerra, rivelando la vera natura della piattaforma.

I due video sono realizzati per avere le stesse caratteristiche come la vita del giocatore, le sue armi o utensili, un'interfaccia del video, un intro e un'outro e alcune missioni o piatti da poter fare una volta terminati quelli attuali, il tutto accompagnato da una voce che guida l'utente durante tutta l'esperienza di gioco.



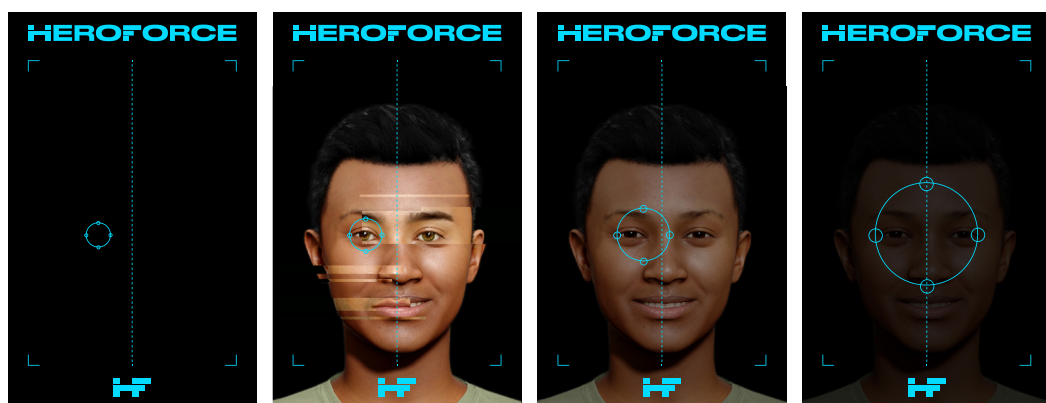
## **DUALISMO**

L'artefatto realizzato mostra una simulazione di esperienza di gioco su Heroforce. Il video del gioco di cucina ha un flusso che scorre parallelamente ad un pov di guerra rappresentativo per la corrispondenza nella realtà del mondo di Heroforce, in cui azioni di gioco provocano vere conseguenze in ambito bellico.



# FACE ID

## FLYER ASSEGNAZIONE



La locandina di heroforce cattura immediatamente l'attenzione dei ragazzini che gli passano di fronte: è in grado di leggere il profilo personale di ogni cittadino attraverso una scansione della retina e assegna al futuro giocatore la sezione

della piattaforma più affine alla sua personalità. Incentivo in più per iniziare a giocare. Già sulla locandina si presentano glitch inerenti al campo di guerra nascosto.

# HEROFORCE

HELLO!

slowly spin  
to create your avatar



# HEROFORCE

HELLO CHAMAL!

you're welcome to our  
REAL LIFE section



# HEROFORCE



you're welcome to our  
REAL LIFE section

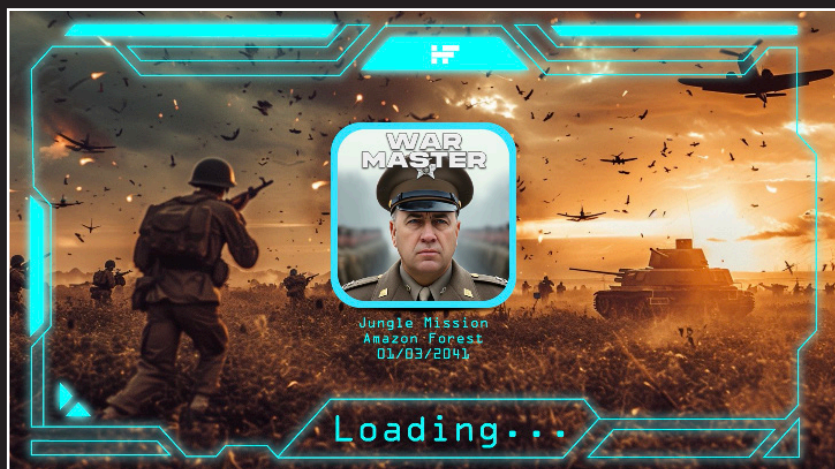


# CHEF MASTER





# WAR MASTER



# CHEF MASTER



# WAR MASTER



# RIPRESE



**BTS**

---



# RIPRESE

Azioni corrispettive ideate per la creazione del videogioco. Ogni azione del gaming di cucina ha la propria azione corrispondente nella realtà.

## SCRIPT

---

COLTELLO FUORI  
CUCCHIAIO NEL PENTOLINO  
MUOVERE PENTOLINO  
ZOOM PENTOLINO CHE BOLLE  
SPOSTA CAMERA SUL TAGLIERE  
TAGLIARE SPEZIE FINO FINE TAGLIERE  
SPOSTA CAN SULLA PADELLA  
OLIO PENTOLA  
ZOOM IN ROTTURA UOVO  
CADE GUSCIO  
METTO SPEZIE TAGLIATE  
ESCONO SPEZIE  
ZOOM IN UOVO  
VERSO SALSA  
CADE SALSA  
GIRO PADELLA  
GIRO OMELETTE  
OMELETTE STORTA  
X3  
METTO OMELETTE NEL PIATTO  
METTO ACETO  
APRO  
4 SPRUZZI

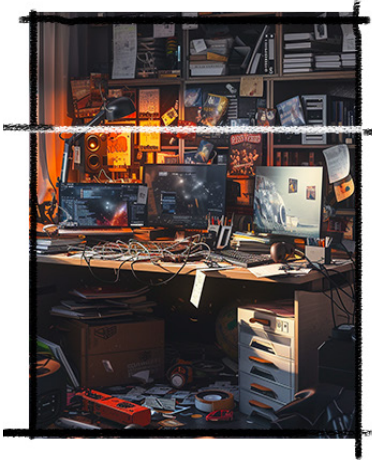
MITRA  
RICARICA ARMA  
CAMMINARE  
ZOOM VISUALE  
SI GIRA LA VISUALE  
PERDI VITA  
CAMMINARE  
CAMMINARE  
ZOOM ARMA  
ERRORE  
SI GIRA LA VISUALE  
ERRORE  
ZOOM VISUALE  
PERDI VITA  
ERRORE  
ZOOM VISUALE  
ERRORE  
ERRORE  
ERRORE  
FINE MISSIONE  
CONCLUSIONE  
CHECK ARMA  
RICARICA

# ISTALLAZIONE





L'installazione prevede la ricostruzione di una gamer station, interamente ricoperta da cartaccie, strategie di gioco, ed indizi che identifichino l'osservatore come giocatore incallito ed ossessionato di Heroforce



game  
techniques  
DRAWN  
on the  
WALLS

BOTTLE  
with super  
long economic  
STRAW

post-it  
Remember  
to PEE!

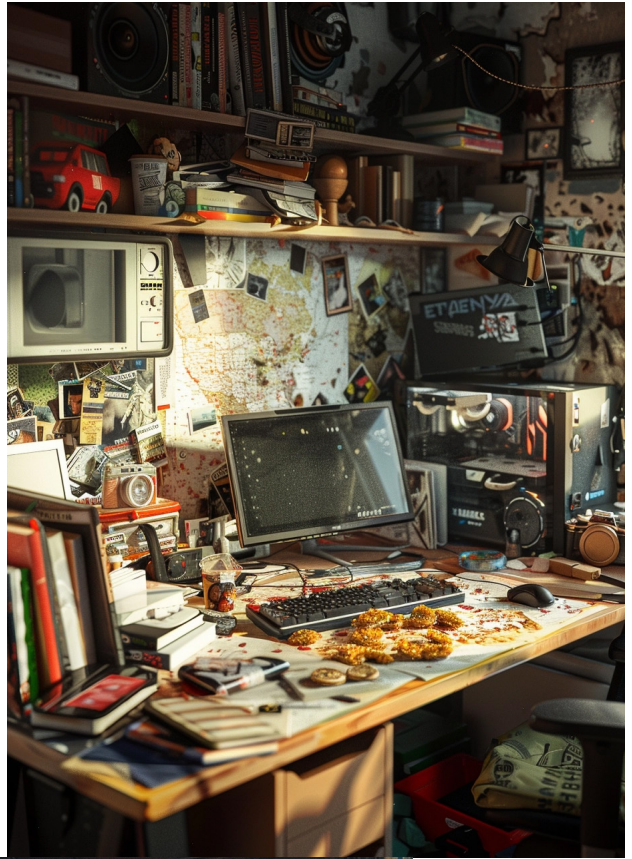
MINI +  
SNACK

CARTA ACCARDOCIATA

'BEST COOK'

'HOW TO KILL'





# CONCLUSIONE

In conclusione Heroforce è una piattaforma che può aprire una nuova visione e una nuova prospettiva della guerra e di come combatterla, riducendo l'impiego di soldati e portando il conflitto sul piano remoto.

Reclutando giovani ragazzi ignari di ciò che stanno compiendo si azzerano del tutto ogni emozione e ogni paura del combattimento, si ha a disposizione un esercito che non soffre per una vita umana e che non si crea problemi nel porne fine, un esercito di automi pronti a non dormire o mangiare per aumentare di livello o abbattere tutti i record che gli metteremo a disposizione.

Alcuni eserciti del passato erano progettati in questo modo, con l'aiuto di sostanze che ne alteravano la percezione erano in grado di marciare, combattere, uccidere e macinare terreno senza sentire il bisogno di riposare o senza rimorso quando bisognava uccidere, noi non lo

faremo dal campo di battaglia, lo faremo dalle scrivanie di giovani adolescenti di tutto il mondo. Non avremo punti deboli, i nemici non sapranno dove attaccarci, non avremo un punto fisso che dirigerà gli attacchi, saremo ovunque, in ogni stato, in ogni paese, in ogni casa.

Le opportunità di costruire una community con membri che si sostengano l'un l'altro creerebbe una forza mai vista prima, in grado di controllare eventuali conflitti che farebbero perdere l'equilibrio delle politiche globali, uno strumento in grado di risolvere qualsiasi conflitto in brevissimo tempo risparmiando vite umane, bisogna sconfiggere il nemico prima che possa diventare una minaccia troppo grande, bisogna schierarsi dalla parte di chi vuole la pace, dalla parte di Heroforce, unendo le forze saremo in grado di riportare la serenità nel mondo e porre fine a tutti i conflitti.



## **BRANDS OF THE WORLD 2041**

Seven visions for our future

NABA Nuova Accademia di Belle Arti Milano  
Corso di Metodologia della progettazione visiva – Indirizzo Brand Design  
A.A. 2023/24

Docenti: Giulio Bordonaro, Orazio Marino  
Tutor di progetto: Nicoletta Gomboli

Liberamente ispirato a *“AI 2041: Scenari dal futuro dell’intelligenza artificiale”*  
di Kai-Fu Lee e Chen Qiufan

Progetto a cura di  
**Greta Duchino, Anna Matilde Errico, Andrea Gaio, Alessandro Ricci**