



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

IT15 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 – GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Il candidato svolga la prima parte della prova e due dei quesiti presenti nella seconda parte.

PRIMA PARTE

PROGETTO DI COMUNICAZIONE PER UNA MOSTRA DEDICATA A EGON SCHIELE E GUSTAV KLIMT NEL CENTENARIO DELLA LORO MORTE

Si chiede al candidato di studiare, progettare e realizzare il materiale promozionale (manifesto, locandina, biglietto ecc.) della mostra dedicata, nella ricorrenza del centenario della morte, a Egon Schiele e Gustav Klimt, due straordinari interpreti dell'arte del Novecento.

Il candidato ha la possibilità di sviluppare il progetto scegliendo una delle seguenti opzioni:

- A. stampa: manifesto dell'evento (formato A3 da sviluppare in verticale), biglietto di ingresso (formato a scelta), 1 cartolina promozionale (formato 10 x 15, 15 x 10, o 12 x 12 cm);
- B. stampa: depliant (formato a scelta), 1 cartolina promozionale (formato 10 x 15, 15 x 10, o 12 x 12 cm);
- C. web: sito della mostra composto da una *home page* e due pagine interne (formato 1024 x 780 pixel);
- D. banner: 2 banner promozionali (formato 250 x 250 e 720 x 300 pixel).

CONSEGNA

In funzione della scelta, il candidato dovrà:

- 1. fornire tutto il materiale prodotto nella fase progettuale (mappa concettuale e *rough*) che mostri il processo creativo;
- 2. redigere una breve presentazione scritta che spieghi il *concept* del progetto (minimo 10 righe massimo 25 righe, carattere a scelta in corpo 11).
- 3. realizzare il *layout* finale (la scelta della tecnica è libera).

BRIEF DEL PROGETTO

PREMESSA

“Chiunque voglia sapere qualcosa di me, deve osservare i miei dipinti”.

Gustav Klimt

“Il mio cammino conduce nell'abisso”

Egon Schiele



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

IT15 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 – GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Gustav Klimt ed Egon Schiele sono gli artisti più noti della stagione della Secessione Viennese. Entrambi muovono da una visione dell'arte che pone particolare attenzione al corpo umano e alla sua espressività.

L'opera di Klimt, fortemente simbolica, celebra il piacere dei sensi e al contempo rappresenta il lato oscuro dell'esistenza umana, la minaccia della morte e della decadenza. Klimt non si limita a raffigurare giovani donne in atteggiamenti erotici, ma coglie tutte le forme della femminilità, dallo splendore della giovinezza alla malinconica decadenza della vecchiaia. Per Klimt la femminilità è soggetta alla natura, il cui ordine ciclico si rivela attraverso il divenire del corpo.

Schiele, influenzato da Klimt, vede nell'autoritratto e nella rappresentazione del corpo, mostrato nella sua nuda e cruda verità, l'espressione dell'interiorità e dello stato d'animo del soggetto raffigurato. Dai suoi corpi ossuti, nodosi e dal tratto nervoso, che mostrano dissonanze e spigolosità, emergono una morbosa ossessione erotica e un'inquietudine che diviene tensione emotiva.

Klimt fu per Schiele un riferimento artistico ma soprattutto umano. Li separano ventotto anni d'età ma li unisce un'affine visione dell'arte e un comune credo nella libertà di mostrare, senza falsi pudori, l'amore e l'esistenza in tutte le loro gamme espressive. Entrambi affrontano i grandi temi dell'uomo, ma con uno spirito che in alcuni casi è quasi opposto. Questo si evince anche dal diverso uso del colore: i toni più intensi e saturi di Klimt si contrappongono a quelli cupi e densi di Schiele.

Amici in vita, se ne andarono in quel fatale 1918 che segnò non solo la fine delle loro esistenze ma anche quella di un'epoca di cui, con la loro arte, avevano incarnato luci e ombre, bellezza e abisso.

Obiettivo: Descrizione del progetto

La mostra vuole evidenziare il legame esistente tra Klimt e Schiele dal punto di vista sia artistico che umano, raccontare della loro arte ma anche della loro amicizia.

L'esposizione pone l'accento sui grandi temi che li accomunano, quali la rottura con la tradizione, la violazione dei tabù, l'amore, la morte, il corpo come chiave dell'esistenza, luogo della bellezza e della seduzione ma anche dell'inquietudine e dell'abisso.

Tutto ciò deve essere espresso dal materiale promozionale (manifesto, depliant, biglietto d'ingresso, cartolina, sito internet e banner) che deve costituirsi come coefficiente visivo.

Target

Globale

Obiettivi di comunicazione

La rottura con la tradizione, il rapporto amore/morte, l'inquietudine, la bellezza, la seduzione, il corpo come fulcro sia dell'esperienza artistica che della vita, l'amicizia.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

IT15 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 – GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Il tono di voce

- ELEGANTE
- PROVOCATORIO
- SEDUCENTE
- MODERNO

Pianificazione dei media

- stampa: quotidiani e riviste;
- affissioni;
- *web, social*;
- comunicazione *below the line*.

TESTI DA INSERIRE

titolo: Eros e Thanatos

sottotitolo: la bellezza e il suo abisso

date: 16 luglio / 31 ottobre 2018

luogo: Venezia / Palazzo Ducale

info: www.erosethanatos.ve.it www.palazzoducale.it

LOGHI DA INSERIRE

logo: MUVE

logo: Comune di Venezia

logo: predisporre lo spazio per uno sponsor

Allegati

- immagini (si possono utilizzare se il formato è compatibile ma non sono vincolanti);
- loghi.

N.B. Qualora la commissione ritenga di dover integrare il materiale iconografico fornito per lo svolgimento del tema proposto, essa ha facoltà di reperire ulteriori immagini, da fornire a tutti gli studenti, sia ricavandole da testi a stampa che scaricandole (prima dell'inizio della prova) da internet.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

IT15 – ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IT15 – GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

PARTE SECONDA

1. Cosa si intende per *marketing mix*? Quali sono gli elementi che lo costituiscono? Cosa vuol dire l'acronimo *SWOT*?
2. Il candidato fornisca un'esauriente e precisa definizione di *copy strategy*.
3. Quali sono gli elementi che definiscono la struttura compositiva di una campagna pubblicitaria stampa? In cosa si differenzia una campagna stampa da una campagna affissioni?
4. Quando nasce la pubblicità secondo l'ottica moderna e in quale paese? Cosa vuol dire la parola "slogan" e qual è la sua origine? Il candidato indichi un pubblicitario, non necessariamente italiano, che ha fatto la storia della comunicazione pubblicitaria, motivando la sua scelta.

Durata massima della prova: 8 ore.

La prova può essere eseguita con qualsiasi tecnica (collage, disegno, digitale, ecc.).

È consentito l'uso degli strumenti da disegno e la consultazione di cataloghi e riviste per l'eventuale utilizzo di immagini (in forma sia cartacea, sia digitale: stampe, libri, font, CD, USB con raccolte immagini).

È consentito l'utilizzo della strumentazione informatica e non (computer, scanner, macchina fotografica digitale, fotocopiatrice, stampante) e, se disponibili nell'istituto sede d'esame, dei programmi dedicati (disegno vettoriale, impaginazione, fotoritocco) per la rielaborazione delle immagini, la composizione del testo e la realizzazione dell'impaginato. Durante la prova non è consentito l'accesso ad Internet.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana. Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.