

SIMULAZIONE SECONDA PROVA

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

COMUNICAZIONE PER LA MOSTRA IMMERSIVA DEDICATA AL REGISTA

TIM BURTON

Si chiede al candidato di studiare, progettare e realizzare la grafica della comunicazione per la mostra dedicata al regista Tim Burton, facendo riferimento alle indicazioni fornite dal *brief* allegato.

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

- A. stampa: manifesto (formato A3 da sviluppare in verticale);
- B. stampa: depliant (sono a scelta le pieghe e il formato che non deve superare un A4)
- C. web: una *home page* e una pagina interna (Formato 1024x780 pixel).
- D. video: presentazione della mostra, durata 25/30 secondi (formato 640x480 pixel).

CONSEGNA

In funzione della scelta, il candidato dovrà:

1. fornire tutte le fasi del percorso di progetto che mostri il processo creativo.
2. redigere una breve presentazione scritta che spieghi il *concept* del progetto (massimo 15 righe).
3. realizzare il *layout* finale (la scelta della tecnica è libera).

BRIEF DEL PROGETTO

Lasciati stregare dalla straordinaria mostra immersiva e parti per un viaggio nella mente di Tim Burton. Un'opportunità unica per scavare nel suo mondo interiore e nel suo processo creativo, alla scoperta di centinaia di opere del genio del cinema.

Attraversa l'oscurità e le foreste magiche di *La Sposa Cadavere*, riscopri gli straordinari protagonisti di *Edward Mani di Forbice*, *La Fabbrica di Cioccolato* e *Beetlejuice*.

Perditi negli incredibili mondi di *Alice nel Paese delle Meraviglie* e *The Nightmare Before Christmas*.

Ogni stanza ti porterà nel cuore di un'esperienza unica e solo tu avrai la chiave per scegliere il tuo percorso... **Quindi scegli con prudenza le porte che vorrai aprire!**

Dopo Madrid, Parigi, Bruxelles, Barcellona e Berlino, raggiungendo oltre 650.000 visitatori, *la mostra* arriva per la prima volta in Italia, precisamente a Milano.

La mostra è un'esperienza immersiva che guida i visitatori attraverso l'universo creativo e fantastico di Tim Burton, mettendo in risalto l'opera cinematografica del regista e dando vita ai suoi personaggi, disegni, dipinti.

I visitatori di tutte le età sono invitati ad esplorare centinaia di opere create in oltre 40 anni di folgorante carriera, dal poliedrico Tim Burton, una delle menti creative più originali del nostro tempo.

Il percorso della mostra

Si inizia aprendo una tenda rossa e da lì si arriva in una stanza con quattro porte e un pulsante al centro.

Un piccolo assistente variopinto e a righe è lì ad attendere e dare le direttive.

Il visitatore preme il pulsante, starà al destino scegliere la porta da cui entrare e quello sarà l'inizio del viaggio nel fantastico mondo di Tim Burton.

Un vero e proprio labirinto permetterà ai suoi esploratori di scegliere un itinerario unico tra oltre trecento possibilità che ognuno potrà personalizzare aprendo gli usci che desidera.

Alcune porte ti condurranno negli stessi punti di altre, ma alcune riveleranno angoli segreti poco visitati. L'intero labirinto racchiude però la magia.

Opere d'arte originali di Tim Burton, come scenografie ambientali e disegni originali che spaziano dalle prime bozze alle sequenze animate realizzate durante la sua carriera, incredibili effetti speciali e di *videomapping*.

I personaggi prendono vita nello spazio espositivo con oltre 150 tra dipinti e bozzetti originali, 55 opere d'arte animate, 21 figure a grandezza naturale provenienti dai set dei film e straordinarie ricostruzioni scenografiche.

Ogni stanza si riferisce a un film e troviamo i personaggi più iconici, come Edward Mani di Forbice, La Sposa Cadavere, Beetlejuice, Frankenweenie, Batman, Jack di The Nightmare Before Christmas, Mars Attacks! e Sweeny Todd.

La mostra trasporta il visitatore in quell'universo caleidoscopico di personaggi, mondi e atmosfere immaginarie, incubi, visioni oniriche e prospettive ironiche che caratterizzano il mondo del grande regista di Burbank, California.

Ambientazioni fiabesche e sognanti fanno da sfondo alle vicende esistenziali di personaggi strambi ed emarginati che cercano di trovare un nuovo posto all'interno della società.

Questo dualismo vincente è la chiave della grande popolarità di Tim Burton, che è considerato uno dei registi con maggior successo commerciale della storia del cinema.

La mostra è una creazione originale di Alveare Produzioni e Letsgo Company.

Obiettivo: Descrizione del progetto

Realizzare una comunicazione che ponga l'attenzione sulle peculiarità della mostra.

Si richiede una comunicazione che ne sottolinei l'aspetto provocatorio, fuori dagli schemi e folle.

Target

Appassionati di cinema e fan di Tim Burton:

- **Fan dei suoi film:** persone che amano i suoi film iconici come *Edward Mani di Forbice*, *Beetlejuice*, *Nightmare Before Christmas* e *Batman*. Questi appassionati sono attratti dalla sua estetica unica e dal suo stile visivo.
- **Cinefili:** spettatori interessati all'analisi del suo approccio alla regia, alla narrazione e alla cinematografia, compreso l'aspetto tecnico delle sue opere.

Giovani adulti e adolescenti:

- La sua estetica gotica e surrealista, unita a un humor dark, spesso attrae un pubblico giovane, in particolare tra i 18 e i 35 anni, che apprezza la sua originalità e le sue visioni fuori dagli schemi.
- **Appassionati di cultura pop e cosplay:** i fan che amano il mondo del cosplay e delle subculture gotiche o alternative possono essere particolarmente attratti dalle figure e dai personaggi creati da Burton.

Amanti dell'arte e della grafica:

- Molti appassionati di arte contemporanea e grafica potrebbero essere attratti dalle illustrazioni, bozzetti e scenografie di Burton. La sua capacità di mescolare la pittura, l'animazione stop-motion e il design visivo è un grande richiamo per chi apprezza l'arte visiva.

Famiglie con bambini:

- Nonostante il suo stile spesso oscuro, Burton ha anche una produzione che include film adatti ai più giovani, come *The Nightmare Before Christmas* e *Corpse Bride*. La combinazione di temi fantastici e visivi affascinanti può attrarre famiglie che cercano qualcosa di diverso per una visita.

Collezionisti e curiosi:

- I collezionisti di memorabilia cinematografica o quelli che sono interessati agli aspetti meno conosciuti della carriera di Burton, come i suoi primi lavori o le sue collaborazioni con artisti, potrebbero trovare interessante la mostra.

Educatori e studenti di cinema:

- Una mostra su Tim Burton potrebbe anche attrarre studenti di cinema, design e arti visive, che potrebbero essere interessati a comprendere come Burton ha influenzato il mondo del cinema e delle arti visive contemporanee.

In generale, una mostra dedicata a Tim Burton potrebbe attrarre chiunque sia interessato alla sua visione unica, alla fusione di horror, umorismo e fantasia, e alla sua capacità di raccontare storie emozionanti attraverso un'estetica indimenticabile.

Obiettivi di comunicazione

Il target deve capire che Tim Burton:

- è un autore fondamentale per lo sviluppo del cinema contemporaneo
- ha messo in discussione e stravolto le convenzioni dell'industria cinematografica
- è un autore che ha coinvolto tutte le forme artistiche (illustrazione, pittura, design)

Scopo rivolto al target

- creare curiosità ed interesse alle provocazioni del regista.
- aumentare la conoscenza nei confronti di questo stile dell'industria cinematografica.

Il tono di voce

- IRONICO
- STRAVAGANTE
- INTERNAZIONALE

Valori da comunicare

Rottura delle regole, creatività, sperimentazione, dimensione ludica, fusione di più linguaggi artistici e culturali.

Testi da inserire

Titolo: trovare un titolo

sottotitolo: Trovare un sottotitolo

date: 13 dicembre / 9 marzo 2025

luogo: Milano / La Fabbrica del Vapore (Via Giulio Cesare Procaccini, 4)

info: <https://timburtonexhibition.com/it/milan>

Loghi da inserire

logo: **La Fabbrica del Vapore**

logo: **Comune di Milano**

logo: **Alveare Produzioni**

logo: **Letsgo Company**

Allegati

- Foto delle opere (si possono utilizzare se il formato è compatibile) [ALLEGATO 1]

- Loghi positivi [ALLEGATO 2]

ALLEGATO 1 - FOTO DELLE OPERE

ALLEGATO 2 - LOGHI POSITIVI

SIMULAZIONE SECONDA PROVA

Indirizzo: IT15 – GRAFICA E COMUNICAZIONE

Tema di: PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

SECONDA PARTE

Il candidato risponda a due delle seguenti domande:

1. Si chiede, al candidato, di dare una definizione Marketing Mix.
2. Quali sono le caratteristiche principali di un brand?
3. Che cosa e quali sono gli indicatori di sostenibilità?
4. Cosa si intende per comunicazione Below The Line e Above the line?

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.