



**Approfondimento:  
ANALISI DI UNA CAMPAGNA  
DI COMUNICAZIONE**

**Nuovo Liceo Artistico Serale**  
FIGURATIVO                      GRAFICA                      MULTIMEDIALE



**il nostro lavoro  
è la tua passione...**

 Liceo Artistico di Monza

## **La commessa**

Nel 2013, a seguito dell'approvazione dei corsi Figurativo, Grafica e Audiovisivo multimediale del Liceo Artistico Serale di Monza, è stata coinvolta la classe 4<sup>a</sup>F per la realizzazione di una campagna di comunicazione dell'avvio dei corsi. Il manifesto pubblicitario scelto è stato realizzato da Mattia Castiglia.

## **Il target**

Giovani che non hanno concluso il percorso di studi, interessati ad ottenere il diploma artistico (target primario).

Adulti che vogliono approfondire le abilità artistiche a prescindere dal titolo di studio ottenuto (target secondario).

## **Analisi dei competitors**

Il Liceo Artistico Serale di Monza è l'unico nella provincia di Monza e Brianza, e in quelle limitrofe, a offrire corsi serali. Esistono altre scuole serali, ma non a indirizzo artistico.

Gli studenti che hanno lavorato alla campagna non hanno potuto quindi confrontarsi con altre realtà esistenti per definire al meglio l'oggetto della comunicazione, ma hanno dovuto cercare di immaginarsi come potrebbe essere una scuola serale e cosa potrebbe significare frequentarne una.

Per definire il tema da cui partire hanno analizzato quindi l'offerta formativa del liceo diurno, una realtà che conoscevano direttamente, e focalizzato, per differenziazione, due aspetti: la particolare collocazione oraria e la presenza anche di studenti adulti.

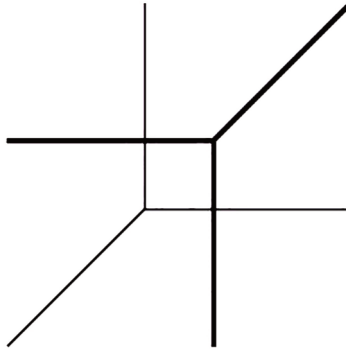
## **La proposta**

L'idea prende spunto dal simbolo del Liceo Artistico Nanni Valentini, ex istituto d'arte, che identifica la scuola da 50 anni.

Il simbolo, progettato da A.G. Fronzoni, storico docente della scuola e designer di fama internazionale, si basa su un quadrato nero all'interno del quale è collocato un quadrato più piccolo.



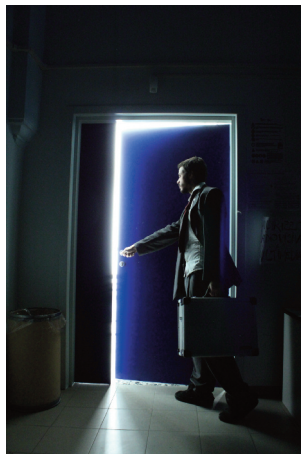
La figura è la riduzione bidimensionale di un cubo, come si evince anche dal simbolo precedente (realizzato anch'esso da Fronzoni).



La scelta di partire da questo simbolo è stata dettata dalla volontà di sottolineare il legame tra i percorsi didattici serali e quelli tradizionali della scuola. Per chi conosce la scuola diurna questo richiamo è rassicurante e conferma la qualità dell'offerta formativa.

### **Descrizione dell'immagine**

È sostanzialmente un'immagine in **controluce** realizzata a partire da uno scatto fotografico di una porta realmente aperta che da una stanza buia apre su un ambiente illuminato.



Vi è un personaggio protagonista al centro che apre una porta appoggiando una mano su una maniglia. La fenditura coincide con lo spazio tra il quadrato piccolo e quello grande che lo contiene nel simbolo originale di Fronzoni.

La parte testuale si articola su tre livelli.

- 1) **Intestazione:** l'oggetto del discorso, ovvero la segnalazione dell'apertura del liceo serale indicato come *nuovo*. Al di sotto del testo principale sono indicati con un corpo di testo molto più piccolo i 3 indirizzi attivati.
- 2) **Headline:** "il nostro lavoro è la tua passione". Il testo in bianco risalta nettamente sul nero del pavimento in ombra. La parola "passione", in colore rosso, risulta ancora più in evidenza rispetto al resto della frase. Questo testo è interpretabile in maniera ambivalente:
  - noi facciamo per lavoro quello che a te interessa o fai per passione, quindi in noi puoi trovare una guida per sviluppare le tue inclinazioni creative. Svolgiamo con professionalità quello che per te è magari soltanto un hobby;
  - per noi è una missione riuscire a suscitare in te la passione, la voglia di fare. Scegliendo il liceo artistico serale potrai ritrovare la passione nel fare le cose. Implicando che si sia persa la passione durante un percorso scolastico accidentato (target primario del messaggio).
- 3) **Informazioni:** nella parte inferiore del manifesto troviamo le informazioni essenziali di contatto, ovvero il sito scolastico dove reperire ulteriori informazioni e l'ubicazione della scuola (Villa Reale di Monza).

### Le funzioni linguistiche

Rispetto a quanto illustrato nel capitolo sesto del libro prevale la **funzione poetica**, in quanto è il messaggio per come è costruito, per gli aspetti formali, a focalizzare l'attenzione, al di là del significato che è comunque importante.

Emerge innanzitutto l'aspetto tonale, il colore nero dominante, sul quale la luce bianca disegna geometrie semplici, suddivisioni regolari attraverso le mediane del rettangolo verticale che costituisce il formato del manifesto. La figura geometrica di cui sopra diventa nell'immagine di Castiglia un muro con una porta, un'apertura che dal buio porta verso la luce.

Tutto il manifesto è incentrato sul **colore nero** (la sera/la notte) cui si contrappone la luce che trapela dalla porta che sta aprendo la figura umana.

Anche la **funzione referenziale** (di cosa si parla) e la **funzione conativa** (esortazione a conoscere) con l'enfasi dell'*headline* sono allo stesso modo importanti.

### **Percorso di senso**

Il protagonista indossa un abito elegante ma *casual*, è vestito da impiegato con un completo giacca e pantaloni, ha una cravatta, ma la camicia è portata fuori dai pantaloni, a indicare un atteggiamento anticonformista e quindi, secondo il senso comune, “creativo”. Il personaggio ha in mano una vistosa valigetta di metallo tipo “ventiquattrore” che lo caratterizza come lavoratore. Anche i tratti somatici e la barba incolta lo connotano come lavoratore o studente lavoratore. Tutta la composizione si basa formalmente su una rigida geometria centrale con il quadrato perfettamente collocato in corrispondenza delle mediane del rettangolo del manifesto. Due fasce orizzontali in alto e in basso, di dimensioni quasi equivalenti, raccolgono le altre informazioni sotto forma di testi.

Il trattamento grafico è funzionale sia alla lettura del simbolo quadrato che del personaggio con funzione di identificazione.

### **La retorica del messaggio**

La metafora buio/luce è la traduzione della condizione di trasformazione cui il processo educativo e formativo conduce.

La luce rappresenta la conoscenza, il futuro “luminoso” verso il quale ci si avvia aprendo simbolicamente la porta della scuola. Frequentando il corso serale si può raggiungere un obiettivo (il titolo di studio) che apre le porte al mondo del lavoro. Aumentando le proprie competenze, si riprende in mano la propria preparazione umana e professionale.

### **Realizzazione tecnica**

A partire dallo scatto fotografico originale è stato impostato un documento in formato A3 su Photoshop nel quale sono stati inseriti gli altri elementi grafici e testuali. Lo sfondo è stato ampiamente ritoccato con pennellate di colore nero e le ombre già presenti nella fotografia di partenza coerentemente scurite per adattarsi e uniformarsi nell’insieme. È stato anche necessario ricorrere agli strumenti di deformazione dei livelli di Photoshop per correggere le distorsioni provocate dall’utilizzo del grandangolo per lo scatto fotografico iniziale, molto evidenti nell’inquadratura della porta. Il tutto è stato ulteriormente inscritto nel quadrato del simbolo originale realizzato direttamente con gli strumenti di selezione di Photoshop. I bagliori all’esterno del quadrato sono stati realizzati con gli strumenti relativi agli stili di livello di Photoshop e accordati con il bagliore originale della fotografia. Anche la parte inferiore dell’immagine è stata opportunamente scurita.

Dal documento di lavoro in alta risoluzione (300 DPI) è stato realizzato un file PDF per la stampa di manifesti in formato 100 x 140 cm che sono stati utilizzati per la campagna di affissione dell’a.s. 2016/17.

Differenti formati sono stati in seguito estrapolati dall’impostazione originale per i canali ufficiali di comunicazione della scuola: sito scolastico e pagina Facebook.

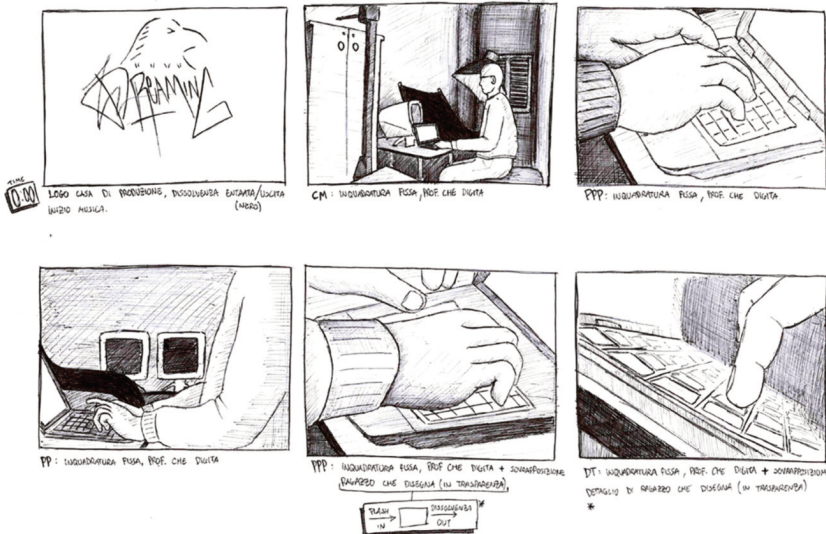
## Declinazioni e sviluppi

Mattia Castiglia ha realizzato anche uno spot pubblicitario sotto forma di video per YouTube per rafforzare la campagna di comunicazione. È possibile vederlo a questo link:

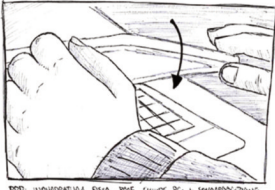
<https://www.youtube.com/watch?v=EhkK0mGiGyG>

Il video si presenta come un videoclip e non rispetta il format tipico dello spot televisivo. Non c'è una presentazione del prodotto o del servizio né una dimostrazione. Il linguaggio è poetico e suggestivo: a seguito dell'alternarsi di gesti dettagli e scorci c'è un crescendo di immagini che nel finale mostra un uomo che apre una porta, richiamando così l'immagine del manifesto e il simbolo su cui si basa.

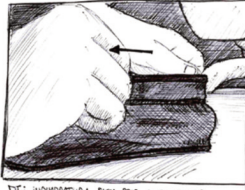
La sceneggiatura è stata sviluppata sull'idea di fondo del manifesto ma declinata attraverso due protagonisti: un adulto e un ragazzo i cui destini sembrano andare in parallelo e incontrarsi nel finale.



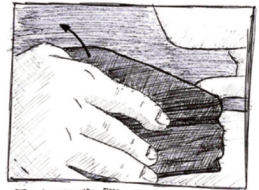
# Analisi di una campagna di comunicazione



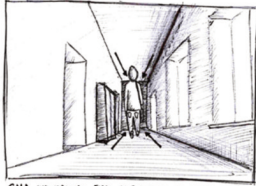
FPF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CHIUSO TC + SOSPENSIONE QUADRO CHE CHIUSO CARATTERE (IN VOCE) \*



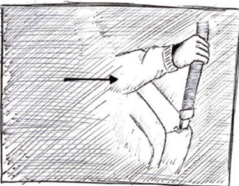
DT: INQUADRATURA FISSA, PROF. CHIUSO VALIGIA



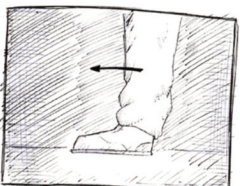
DT: INQUADRATURA FISSA, PROF. GRANDE VALIGIA



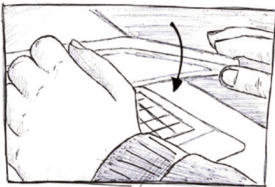
CM: INQUADRATURA FISSA, PROF. PERCORRE IL CORRIDOIO ALLUNGANDOSI DALLA VIDEOCAMERA + SOSPENSIONE QUADRO PERCORRE IL CORRIDOIO \*



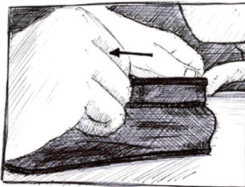
PF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CAMMINA NEL BUIO



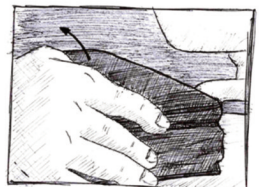
PF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CAMMINA NEL BUIO



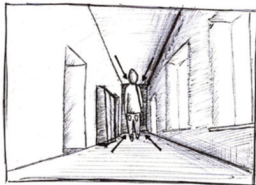
FPF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CHIUSO TC + SOSPENSIONE QUADRO CHE CHIUSO CARATTERE (IN VOCE) \*



DT: INQUADRATURA FISSA, PROF. CHIUSO VALIGIA



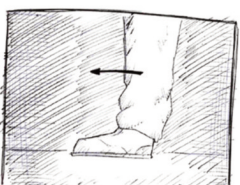
DT: INQUADRATURA FISSA, PROF. GRANDE VALIGIA



CM: INQUADRATURA FISSA, PROF. PERCORRE IL CORRIDOIO ALLUNGANDOSI DALLA VIDEOCAMERA + SOSPENSIONE QUADRO PERCORRE IL CORRIDOIO \*



PF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CAMMINA NEL BUIO



PF: INQUADRATURA FISSA, PROF. CAMMINA NEL BUIO

Lo storyboard del video promozionale di Mattia Castiglia.

Un ulteriore sviluppo dell'idea del video – far incontrare nello stesso luogo, come compagni di banco un adulto e un ragazzo – è stata inserita in uno spot radiofonico registrato dalla classe 4<sup>a</sup>F e messo in onda negli anni 2014/15 e 2015/16 sull'emittente locale Radio Popolare di Milano. Si può ascoltare lo spot radiofonico a questo il link:

<https://www.youtube.com/watch?v=aut1ottUDQM>

Questa campagna di comunicazione ha dimostrato come sia possibile realizzare un progetto articolato, veicolato su differenti canali, ognuno con sue caratteristiche specifiche. In sintesi, una campagna di comunicazione multimediale completa.