



Spiegazioni per l'insegnante

| | |
|------------------------------------|--|
| Tema | «freelance-contest» |
| Tempo necessario | dalle 5 alle 10 lezioni (dipende dal tempo dedicato alle varie attività e dalle unità facoltative usate) |
| Materie | possibili collegamenti interdisciplinari › educazione figurativa › italiano › basi dell'informatica › scienza delle religioni ed etica › uomo e ambiente |
| Metodo | › attività in piccoli gruppi |
| Impiego | › insegnamento di materia e interdisciplinare › attività per giornate a progetto › insegnamento con allieve e allievi di diverse età |
| Materiale e mezzi ausiliari | › PowerPoint per l'introduzione (da scaricare) › Sviluppo delle idee (PDF da scaricare) FC ID › Realizzazione della fotografia (PDF da scaricare) FC Foto › Realizzazione di un disegno (PDF da scaricare) FC Illu › Talloncino di partecipazione (PDF da scaricare) FC TT › Materiale per il disegno e apparecchi fotografici › ev. computer o computer portatili per l'elaborazione della fotografia |
| Opzione | › Consigli per l'arte della parola (PDF da scaricare) FC Testo › Struttura e impatto di un manifesto, concetto (PDF da scaricare) FC A › Struttura e impatto di un manifesto, forma (PDF da scaricare) FC B › Criteri di qualità di un manifesto (PDF da scaricare) FC C |



Introduzione

› I giovani come moltiplicatori o ambasciatori

Nell'ambito del concorso «freelance-contest», gli adolescenti creano dei **messaggi di prevenzione per i loro coetanei**, veicolati da immagini e testi. In una prima fase danno forma alle loro idee che in un secondo tempo vengono ulteriormente perfezionate e trasformate in realtà da grafiche e grafici in formazione.

› Messaggi forti grazie alle competenze tematiche

È necessario occuparsi in **maniera approfondita di un tema** per ideare e sviluppare dei messaggi. Le unità d'apprendimento riguardanti le aree tematiche «tabacco/alcol/cannabis» e «media digitali» offrono la possibilità alle scolare e agli scolari di occuparsi di vari temi e di sviluppare un messaggio visivo e verbale dalla grande forza espressiva. La **creazione di un testo o di un'immagine** senza aver trattato in precedenza e in modo appropriato l'argomento ha, di regola, poco successo poiché il risultato è piuttosto «piatto» e le idee si concentrano solo sul problema. Ne consegue che le possibilità di vincere e di partecipare allo sviluppo del proprio manifesto da parte di alcuni giovani grafici professionisti sono assai ridotte.

› L'idea vale oro

Siamo a caccia di abbinamenti sorprendenti e non «scontati» tra **testo e immagine**. Si possono inoltrare schizzi realizzati a mano libera sotto forma di disegni, collage o disegni che combinano fotografia e testo e che sono stati creati con l'ausilio del computer. Non tutti gli istituti scolastici sono dotati di un programma che dà la possibilità di sviluppare il manifesto con il computer. Le idee possono essere trasformate in realtà anche a mano libera. **La giuria giudica soprattutto l'idea** e non il risultato finale. La realizzazione definitiva delle opere premiate è affidata a delle grafiche e a dei grafici in formazione.

Obiettivi

- › Le scolare e gli scolari sono in grado di sviluppare dei messaggi e rappresentarli con i mezzi a disposizione (competenza comunicativa)
- › Le scolare e gli scolari sanno analizzare criticamente le idee e perfezionarle (competenza di riflessione)
- › Le scolare e gli scolari sanno distinguere fra comunicazione orientata ai problemi o alla loro soluzione (competenza comunicativa)
- › Le scolare e gli scolari approfondiscono il loro sapere su un tema specifico (competenza tematica)

Preparazione

- › leggere attentamente questa spiegazione, visionare la presentazione PowerPoint
- › a dipendenza del tempo a disposizione e delle preconoscenze, studiare le unità didattiche e preparare le copie necessarie



Chi

Che cosa

Facoltativo

preparare



FC | AL

Spiegazione
(per gli insegnanti)

introdurre



FC | PP

Powerpoint
(Introduzione)
ca. 20 min

formare i gruppi



Formare i gruppi
ca. 5-10 min

sviluppare



FC | ID

Sviluppo delle idee
ca. 1-2 lezioni



FC | Testo

Consigli per ideare slogan o headline (titolo di un manifesto pubblicitario)

realizzare



FC | Foto

Realizzazione fotografia
ca. 2-4 lezioni

FC | Illu

Realizzazione illustrazione
ca. 2-4 lezioni

presentare



FC | IT

Talloncino di partecipazione
ca. 5-10 min

- vincolante per la partecipazione
- come breve manuale
- come approfondimento



Senso e utilità del concorso

- Lo sviluppo di idee per dei manifesti permette di **consolidare gli obiettivi** e di **rafforzare l'apprendimento** sul lungo termine: I giovani si dedicano in maniera approfondita al tema e creano dei messaggi per i loro coetanei. E così, oltre a favorire l'acquisizione di sapere, l'attività produce l'effetto sperato proprio sul gruppo target a cui è indirizzata. Gli adolescenti non vogliono sentirsi dire ciò che è giusto o sbagliato, bensì vogliono esprimere la loro opinione al riguardo. Grazie a questo concorso i giovani vestono i panni degli ambasciatori.
- Questa esperienza permette alle allieve e agli allievi di conoscere come viene creata la pubblicità, li sensibilizza sul suo funzionamento e insegna loro come va decifrata. È un fattore di prevenzione essenziale; infatti la pubblicità commerciale ha un grande influsso sui giovani. Inoltre, l'incitamento al consumismo promuove i comportamenti che inducono alla dipendenza. La pubblicità di sostanze che provocano dipendenza (tabacco/alcol), ma anche quella relativa ai videogiochi o ai giochi d'azzardo online, suscita bisogni indotti e lascia intendere che grazie al consumo di alcuni prodotti specifici sia possibile saziare questi desideri o che sia possibile far parte di un gruppo particolare o assomigliare a un'immagine veicolata dalla réclame. Questi elementi sono direttamente **connessi con il tema «dipendenza»**. Le esperienze didattiche descritte sopra possono essere vissute in classe svolgendo le unità d'apprendimento facoltative «Struttura e impatto di un manifesto, dal punto di vista concettuale e formale» e «Criteri qualitativi di un manifesto» (FC | A, B, C).

Sfida

- Durante lo sviluppo delle idee, gli adolescenti tendono a volte a **drammatizzare**, a esagerare, dando vita a scene dal forte impatto emotivo: la vittima di cybermobbing mentre si suicida, scene con tombe o bare, parenti di persone tossicodipendenti in lutto, persona ubriaca stesa mezza morta vicino a un bagno pubblico, polmoni di un fumatore appesi a un gancio per carne dopo l'autopsia...
Messaggi utili e orientati alla soluzione sono più efficaci di quelli che mettono in risalto solo il problema. È facile riconoscere un problema – ma poi? È una domanda a cui dobbiamo dare una risposta, così come dobbiamo **suggerire come prevenire** una dipendenza (esperienze sensoriali vere, attenzione, riconoscenza, avere la sensazione di valer qualcosa e di essere accettato ecc.). Quali sono i vantaggi di un uso consapevole dei nuovi media per i giovani? Che vita possono condurre i giovani e gli adulti se non sono dipendenti da media, tabacco, alcol e canapa? È possibile essere «figo» senza fumare e sbronzarsi?
Motivi le sue allieve e i suoi allievi a sviluppare dei messaggi utili e orientati alle soluzioni.