



Tema	Composizione ed effetto di un messaggio veicolato da immagini e parole su un manifesto	
Tempo necessario	1/2 fino a 1 lezione (a seconda della grandezza della classe, dell'impegno e della durata della discussione)	
Materie	Possibile riferimento a materie: Possibile riferimento a materie: › Italiano › Educazione figurativa / - visiva / - artistica › Progetti	
Metodi	› Discussione in piccoli gruppi › Consegna individuale valutazione › Trasmissione del sapere › Discussione in classe	
Impiego	Idoneo per: › Insegnamento specializzato › Parte di giornate progetto › Apprendimento per varie età	
Materiale	› Pianificazione	foglio FC B 2
	› Informazioni sulle parti dell'insegnamento	foglio FC B 3
	› Lucido: manifesto pubblicità di sigarette	foglio FC B 4
	› Lucido: elementi formali	foglio FC B 5
	› Fogli illustrativi: elementi formali	foglio FC B 6 - 8
	› Foglio di lavoro: valutazione	foglio FC B 9



Introduzione

- Ogni elemento formale di un portatore d'informazione è contemporaneamente anche un elemento di comunicazione. Se si vuole creare un messaggio in modo efficiente ed effettivo è necessaria la conoscenza dell'impiego mirato di questi elementi formali. Nella presente unità didattica lo stesso manifesto che era già stato esaminato dal punto di vista del contenuto viene ora scomposto nelle sue parti formali. In tal modo vengono illustrate la struttura e le possibilità creative. Ciò aiuta gli allievi a sviluppare le proprie idee di manifesti in modo più mirato e allo stesso tempo li abilita a decifrare meglio un messaggio pubblicitario: non dunque alla percezione passiva per cercare un'elaborazione attiva delle informazioni.

Obiettivi

- Riconoscere la struttura di un messaggio veicolato da parole e immagini e i suoi elementi
- Gli allievi sono in grado di creare in modo più mirato un proprio messaggio
- Imparano a decifrare un messaggio pubblicitario in modo ancora più differenziato
- Riconoscono che ogni singolo elemento contiene un'informazione
- Rafforzamento della propria competenza: promuovere la propria istanza valutativa e orientativa (meno manipolazione)

Preparazione

- Studiare le informazioni supplementari
- Stampare a colore lucidi **AC_PC | B | 4 e 5**
- Copiare per la classe fogli illustrativi **FC | B | 6-8** nonché scheda di lav. **FC | B | 9**

Procedimento

Input/informazione
 Lavori individuali
 Nel plenum/conversazione didattica

Tempo	Temi/consegne	Metodo/forma	Materiale/indicazione
2'	Breve introduzione: tema, svolgimento, obiettivi di studio	Informazione	
5'	Giro di domande: che elementi formali contiene il manifesto?	Raccogliere	Lucido FC B 4
5' - 10'	Illustrazione e spiegazione degli elementi formali	Conversazione didattica	Lucido FC B 5
10' - 20'	Consegna indiv: leggere i fogli illustrativi e valutare il manifesto	Orientare e valutare	Fogli FC B 6 - 9
5' - 15'	Raccogliere i risultati e discussione finale	Valutazione	Foglio FC B 3



In generale

Si continua a lavorare intenzionalmente con lo stesso manifesto delle sigarette che era stato tematizzato nella prima unità didattica (**FC | A**). In questa seconda unità didattica gli elementi contenutistici vengono esaminati come elementi formali. Altri motivi per occuparsi di questo manifesto modello:

- ▶ Dal punto di vista del contenuto: è basato su un raffinato concetto di comunicazione in grado di raggiungere i giovani.
- ▶ Dal punto di vista formale: Anche il disegno formale di questo manifesto può essere definito esemplare. I singoli elementi formali sono scelti in modo ottimale e sono armonizzati tra di loro.
- ▶ Gli elementi contenutistici nonché quelli puramente formali sul manifesto si concentrano sull'essenziale secondo il motto «di meno è di più». In tal modo la funzione del manifesto quale mezzo di comunicazione (rapidamente percepibile, facile da ricordare, durevole) è pienamente soddisfatta.
- ▶ Dal punto di vista della tecnica pubblicitaria è un esempio ben riuscito, dal quale gli allievi possono imparare molto riguardo allo sviluppo di un'idea di comunicazione nonché del disegno di un messaggio con l'ausilio di queste due prime unità didattiche.

Giro di domande

Prima di mostrare il lucido (**FC | B | 5**), sul quale sono riportati i vari elementi formali, presentate il lucido del manifesto (**FC | B | 4**). auf. Gli allievi devono dapprima riconoscere da soli il maggior numero possibile di elementi formali.

Illustrazione degli elementi formali

Ora mostrate il lucido **FC | B | 5** e completate gli elementi formali non ancora menzionati. Spiegate sommariamente la funzione dei singoli elementi (vedi fogli illustrativi **FC | B | 6 - 8**). È sorprendente constatare quanti elementi formali, che concorrono al disegno di un messaggio, sono contenuti in un manifesto apparentemente «semplice».

Consegna individuale

Lasciate il lucido **FC | B | 5** sul proiettore e distribuite i fogli illustrativi **FC | B | 6 - 8** nonché il foglio per la valutazione **FC | B | 9**. Prima della valutazione di ogni singolo elemento formale va letta la relativa descrizione sul foglio illustrativo. Alla fine della lista con i criteri di disegno viene valutata l'impressione generale.

La presente consegna individuale serve alla verifica del conseguimento dell'obiettivo e contemporaneamente al controllo dello studio.

Raccogliere i risultati e discussione finale

Alzando la mano gli allievi comunicano in che zona si muove il totale dei punti sulla scala di valutazione (pessimo, male fino a eccellente). Chiedete ai singoli come sono arrivati alla loro valutazione e che cosa in particolare ha catturato la loro attenzione.



freelance-Contest

Struttura formale

Manifesto per sigarette



FC | B | 4

SMOKY

free for ever



Art. 10 0Tab/TabV

Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit. Fumare mette in pericolo la salute.



Elementi formali



Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit. Fumare mette in pericolo la salute.

Art. 10 0 Tab/TabV



Manifesti, volantini, schermi pubblicitari, spot televisivo, ogni medium d'informazione può essere scomposto in vari elementi formali. Nella pubblicità tali elementi vengono scelti e impiegati consapevolmente. Sono portatori di un messaggio, vale a dire non sono «solo» elementi che servono per il disegno, ma trasmettono anche sempre qualcosa. A seconda di come vengono impiegati tali elementi formali, il messaggio principale può essere rafforzato. Gli elementi formali descritti aiutano inoltre ad analizzare un manifesto o un'altra opera grafica, nonché a realizzare in modo ottimale un messaggio dal punto di vista del disegno.

Elementi formali

Formato

La definizione del formato è importante per la realizzazione di un mezzo d'informazione (manifesto, volantino, schermo pubblicitario, annuncio ecc.). Il formato viene determinato dalle misure (larghezza x altezza) e dal posizionamento (formato verticale o orizzontale).

Se la pubblicità viene presentata con un formato verticale oppure orizzontale dipende dal mezzo di comunicazione o dallo strumento elettronico sul quale appare. Sarà così anche per i manifesti del concorso di disegno «freelance». Questa sarà una sfida del tutto particolare.

Colori

Il colore è uno dei principali mezzi creativi. Appare negli elementi scrittura, oggetti, persone, ambiente nonché simboli e contribuisce in modo significativo a rafforzare un messaggio. La scelta del colore ha un influsso diretto sull'atmosfera generale di un'immagine. In tale ambito è importante il gioco dei vari colori e quali elementi contengono quali colori.

Scritture

Con la scelta di determinati caratteri si può ancora rafforzare il messaggio contenutistico del testo. A tale scopo abbiamo a disposizione una scelta enorme dei più svariati stili di scrittura. L'arte sta nel trovare la scrittura con il carattere giusto. Tuttavia i caratteri devono armonizzare con gli altri elementi formali e non concorrentiarli. Soprattutto nel caso dei manifesti la leggibilità (funzionalità) è il primo criterio nella scelta dei caratteri. Soprattutto per la scelta della scrittura vale dunque il principio: il disegno deve servire la comunicazione e non viceversa.

Prospettiva, angolo visuale

L'angolo visuale determina la prospettiva. Se qualcosa viene rappresentato ad altezza d'occhi, ci si sente in un contatto più diretto con l'immagine (alla stessa altezza). Naturalmente la stessa cosa ripresa dall'alto (vista aerea) o da sotto assume un messaggio diverso. Anche qui con un angolo visuale scelto consapevolmente si sostiene in modo mirato un determinato messaggio.



Contrasto

La suspense di un'immagine aumenta quando si lavora con i contrasti. Questo elemento creativo viene impiegato nel modo più vistoso e variato nell'arte dei graffiti. Ma anche la pittura, la fotografia e il film senza l'impiego dei contrasti sono piuttosto noiosi e non destano attenzione. Le seguenti forme di contrasto sono a disposizione per la rappresentazione visuale:

- › **Contrasti di colore:** freddo – caldo, chiaro – scuro, puro (limpido) – piatto (torbido), variopinto – monocolori, trasparente – opaco
- › **Contrasti di forma:** rotondo – angolato, smussato – appuntito, morbido – duro, stretto – largo, alto – basso, pesante – leggero
- › **Contrasti di quantità:** molto – poco, grande – piccolo, compatto – lento
- › **Contrasti di movimento:** rigido – mobile, lento – rapido, orizzontale – verticale, rotondo – rettilineo, contiguo – separato

Estratto d'immagine

Per principio le riprese da vicino (estratti zoom) attirano l'attenzione, specialmente quando qualcosa viene rappresentato molto più grande di quanto sia in realtà. Attraverso le riprese con lo zoom come osservatori si viene letteralmente portati davanti all'immagine. La totale invece mette tutto un po' in lontananza, in cambio si guadagna la visione d'insieme. Nel cinema il frequente alternarsi di questi due tipi di ripresa viene usato come metodo per creare suspense.

Lingua

Naturalmente anche la lingua è un mezzo di disegno (impostazione linguistica). A seconda dell'oggetto pubblicizzato o della persona da raggiungere viene impiegato lo stile linguistico corrispondente. Anche l'impiego mirato di parole o dichiarazioni da una lingua straniera è un mezzo per creare un messaggio.

Con i manifesti vale la regola: più corto è il testo, più facile è ricordarlo. Un titolo o uno «slogan» spesso consistono solo in una o due parole. Un buon testo è sempre complementare con l'immagine e rafforza il suo messaggio. Non ripete semplicemente ciò che già trasmette l'immagine (non è una leggenda).

Composizione (suddivisione spaziale e posizionamento)

Cosa sta in quale posto e perché? Un'immagine sulla quale tutto è distribuito in modo regolare è piuttosto noiosa. Una composizione interessante consiste in contrasti e in un piazzamento mirato dei singoli elementi. In definitiva l'essenziale è la relazione dei singoli elementi tra di loro e quale interazione risp. messaggio generano in tal modo.



Simboli

I simboli sono presenti in sostituzione di un prodotto, di una ditta, di una cerchia di persone, di una situazione o di un'azione. Ne fanno parte anche loghi, segnali stradali, pittogrammi. Possono tuttavia essere anche immagini di oggetti, che rappresentano qualcosa simbolicamente. I simboli devono essere facili da ricordare e in generale hanno un alto valore di riconoscimento. Essi creano associazioni (collegamenti) con determinate cose.

Oggetti

Gli oggetti raffigurati sono in primo luogo prodotti, per i quali viene fatta pubblicità. In secondo luogo vengono anche impiegati volutamente prodotti che devono sostenere un messaggio o una dichiarazione. Tali prodotti spesso hanno carattere simbolico. Può trattarsi di una casa, di un mobile, di un accessorio, di un oggetto d'uso comune o di un oggetto d'arte, ecc.

Persone (azioni, situazioni, scene)

Le persone sono naturalmente i principali portatori di un messaggio. A seconda del pubblico destinatario che deve essere raggiunto, vengono mostrati determinati tipi di determinate azioni o situazioni, dove una situazione può essere rappresentata anche senza persone. Il pubblico destinatario si deve identificare – oppure non si deve identificare – con la persona rappresentata. Ciò significa che si rappresenta qualcuno che si vorrebbe essere – o non si vorrebbe essere – e con il quale si avrebbe – o non si avrebbe – volentieri a che fare. I fotomodelli, rispettivamente le persone rappresentate, vengono «preparati»: capelli, trucco, abbigliamento, accessori e atteggiamento.

Ambiente, sfondo

L'ambiente e lo sfondo agiscono piuttosto sul subconscio dell'osservatore di un messaggio pubblicitario. Anche se le persone o i prodotti stanno in primo piano e vengono percepiti prima, l'ambiente e lo sfondo contribuiscono notevolmente al «consolidamento» di un messaggio.

Tecnica

Per tecnica si intende il metodo di realizzazione. Il manifesto può essere realizzato come fotografia combinando l'immagine con il testo con l'ausilio di un programma computerizzato o come illustrazione (cartone, fumetto, disegno). Anche in questo ambito ci sono molteplici possibilità stilistiche. Una fotografia può essere volutamente realistica. Con particolari effetti luminosi c'è inoltre la possibilità di evidenziare determinati elementi. I programmi per la manipolazione delle immagini al computer forniscono inoltre possibilità quasi illimitate per l'elaborazione. Nell'illustrazione è importante trovare lo stile adeguato al messaggio che si vuole lanciare. Anche in questo caso l'illustrazione può essere manipolata al computer ed eventualmente abbinata al medium fotografia.



Valutazione degli elementi formali



Per poter percepire consapevolmente e analizzare una pubblicità e il messaggio che sta dietro è utile riconoscere i singoli elementi formali e interpretarli nella relazione tra di loro: quale elemento ha quale significato? *In tal modo allo stesso tempo diventa riconoscibile anche la qualità della creazione. In quale misura è stato creato in modo consapevole – messo in scena qualcosa? Tale qualità va definita con il presente questionario.* In base alla descrizione dei singoli elementi formali alle pagine FC | B | 6-8 qui puoi rilasciare la tua valutazione personale (segnare con una crocetta ciò che corrisponde).

formato	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	composizione	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
colori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	simboli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
scritture	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	oggetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
prospettiva, angolo visuale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	persona/persone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
contrast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ambiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
estratto dell'immagine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tecnica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lingua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	impressione generale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ora calcola quale punteggio ha raggiunto la tua valutazione:

= meno 3 punti, = più 1 punto, = più 3 punti

La mia valutazione raggiunge _____ punti in totale.

- Scala di valutazione:
- 42 fino - 10 punti > *pessimo*
 - 11 fino + 13 punti > *male*
 - + 14 fino + 22 punti > *mediocre*
 - + 23 fino + 32 punti > *bene*
 - + 33 fino + 42 punti > *eccellente*