

## ***FORMAT SULL'ALIMENTAZIONE***

Possiamo mangiare le immagini? Parrebbe proprio di sì guardando le produzioni video dei ragazzi che hanno partecipato al progetto “Seconda stella a destra...” Sono 150 gli studenti di Riccione, Rimini e Verucchio che si sono cimentati nella realizzazione di un format televisivo interamente dedicato all'alimentazione: dal telegiornale agli spot sino ai corti e al talk show.

Il format ha indagato il rapporto dei ragazzi con il cibo valorizzando le conoscenze che gli studenti hanno acquisito grazie al Progetto speciale di Riccione. I contenuti hanno spaziato dalle caratteristiche dei cibi alla fame nel mondo, dalle cucine tipiche di vari Paesi e nazioni ai contesti di consumo: quando si mangia, con chi, che cosa... Ecco che i corti hanno messo in scena la ricca famiglia nella quale una bimba capricciosa rifiuta continuamente le verdure sino a diventare un extra-terrestre, la merenda a scuola diventa spunto per fare inchieste per il tg o per inventare simpatiche storie. Senza dimenticare di spiegare come ingrassiamo e come possiamo dimagrire, cos'è un cibo biologico o perché ci fa impazzire un hamburger...

Il format è stato costruito realizzando un telegiornale “Special Food Tg”, un talk show, sei corti e vari spot pubblicitari. Sono stati poi inseriti momenti di documentazione video del lavoro svolto dalle insegnanti e dagli esperti del centro Zaffiria per completare anche con le immagini quello che è stato il lavoro di riflessione sul cibo e l'alimentazione.

Il progetto si è concentrato sul rapporto tra mass media e cibo prendendo in analisi la pubblicità, il cinema, i cartoni animati, la stampa quotidiana, l'informazione televisiva. Utilizzando, in una seconda fase, gli stessi linguaggi dei media per raccontare le esperienze che gli studenti avevano vissuto durante l'intero anno scolastico. I ragazzi hanno ideato i corti da girare, realizzato uno story board, riflettuto insieme su come concretizzare idee tenendo conto di limiti oggettivi (ad esempio il setting). Realizzare un telegiornale sul cibo ha portato invece gli studenti a riflettere su come funziona un tg, come vengono raccontate le notizie, come vengono selezionate, quali caratteristiche devono avere per andare in onda. Nel talk show, invece, i ragazzi hanno commentato scene di vari film nei quali il cibo rivestiva un significato importante, ben al di là del bisogno fisiologico di nutrirsi. E se Sordi prova a mangiare la mostarda per fare l'americano, Braccio di Ferro non può fare a meno degli spinaci: come mangiano i personaggi dei cartoon? Quando mangiano e che cosa? Ci accorgiamo che alcuni piatti della cucina giapponese sono già noti grazie a Mila e Shiro e ai vari teleroi nipponici salvo poi scoprire che Sailor Moon non ha mai tempo per mangiare e nemmeno lo stimolo della fame... Ma se gli eroi della fantasia dei più piccoli non mangiano, i telespettatori sembrano non poter fare a meno della merendina. E degli spot.

Le pubblicità televisive hanno caratteristiche specifiche finalizzate al raggiungimento del loro obiettivo. L'elemento più importante è la loro durata: lo spettatore ha solo pochi secondi per riconoscere una situazione, una storia o un sentimento. Perciò lo spot deve avere un impatto immediato. L'implicazione è che i creatori di pubblicità fanno uso d'idee generali ed immagini facilmente riconoscibili: usare stereotipi in pubblicità è pertanto molto comune, quasi scontato.

Nelle pubblicità per alimenti è spesso fatto riferimento a nazionalità. Il risultato è un'immagine stereotipata di un'intera popolazione. Noi, Italiani, ad esempio associamo la birra ai tedeschi, il whisky agli scozzesi, il vino ai francesi, così come gli altri al solo nominare Italia, dicono: “Pizza, pasta, spaghetti!!!”.

Gianni Canova, regista, afferma che:

“Io sono ciò che mangio...”

Io mangio se credo a ciò che ho visto

Io sono ciò che vedo”.

Il desiderio di mangiare, visto e scelto con l'occhio, ci fa ripensare a detti come: “Riempi prima gli occhi della bocca!”.

Quando mangiamo prodotti pubblicizzati, vediamo quello che mangiamo, ma non sappiamo ciò che mangiamo e mentre gli attori rimangono belli e snelli, noi diventiamo “tutta ciccia e brufoli”!

Mimi Nichter, antropologa e ricercatrice americana, si è occupata a lungo del rapporto tra mass media e cibo per cercare di capire come l'alimentazione dei più giovani sia influenzata da meccanismi che poco hanno a che fare con una scelta sana e corretta dei cibi da ingerire quanto piuttosto con meccanismi economici che attribuiscono alla pubblicità un ruolo strategico. Anche a danno della salute dei più giovani. Dalle sue ricerche sul rapporto cibo/corpo tra le minorenni di una scuola americana, la Nichter ha scoperto che: "Negli Stati Uniti, è difficile per i ragazzi fare delle scelte sane a scuola, perché sono disponibili solo cibi grassi. Bevande con caffeina, caramelle, fast-food di marca come Mc Donalds, sono sempre più disponibili nelle scuole. Fuori da scuola, i programmi televisivi e le riviste per ragazzi sono pieni di pubblicità di cibi calorici, grassi e pieni di zucchero. Addirittura alcune pubblicità suggeriscono che è possibile lasciarsi andare mantenendo allo stesso momento una sensazione di sano vivere".

La pubblicità viene accusata di inviare messaggi contraddittori, *come mangiare ai fast-food cibi grassissimi ed essere magrissimi*.

Non solo, *la pubblicità* :

- incita al "PESTER POWER", ovvero, il potere di affliggere i genitori.

"Compramelo, compramelo, compramelo...!",

- invita al "Mangia...Bevi....Adesso!",

- cerca di convincere il genitore che è un buon genitore se compra quel prodotto..

- illude che si possa fare tutto, mangiare tanto e restare magri, ci incoraggiano a non negarci nulla.

Ai ragazzi è stato chiesto di riflettere sul percorso fatto raccontando le proprie impressioni, emozioni e valutazioni sull'esperienza del format. Ecco alcune opinioni:

Vito: "il nostro cortometraggio mi è piaciuto perché siamo riusciti ad esprimere le nostre opinioni. Questo progetto è stato fantastico e, se potessi farne un altro, lo farei con tutto il cuore"

Fabio: "... però le riprese durano un attimo e io mi sono convinto che in quell'attimo dovevo dare il massimo, per me e per i miei compagni"

Glauco: "secondo me questo progetto è stato molto utile e ben studiato.."

Francesca: "E' bellissimo essere protagonisti... Non sapevo che per girare un cortometraggio bisognasse rifarlo tante volte finché non veniva bene. E' stata una giornata indimenticabile.."

Alessandro: "Prima di affrontare questa esperienza pensavo che fosse più semplice recitare e meno difficile da realizzare..."

Eleonora: "... da casa ho portato tante cose per allestire un piccolo set insieme al mio gruppo con il quale ho collaborato.. Una volta mi piace uscire dagli schemi e fare qualcosa di diverso. Spero che venga fuori un bel lavoro visto che ci siamo impegnati per far venire bene questo cortometraggio."

Alessandro: "mi sono divertito dei miei errori..."

Nico: "i film non sono altro che scene messe insieme"

Jessica: "il format è stata un'esperienza divertente ed educativa. Spero di rifarla, magari anche su un altro argomento".

Federica: "... mettendo assieme tutte le nostre idee e dando sfogo alla nostra fantasia abbiamo realizzato il cortometraggio. E' stata un'attività molto divertente e piacevole in cui ognuno di noi si è sentito protagonista".

Marco: "Ho imparato a non avere paura nel dire quello che penso"

Andrea: "Ho cominciato a non avere più paura nel parlare davanti agli altri"

Jessica: "Alla fine penso che questa esperienza mi sia servita sia per affrontare la scuola con qualcosa di divertente sia ad essere sicura di me".

Alessandro: "... è stata una delle più belle esperienze che ho vissuto fino ad oggi negli anni scolastici"

Fabrizio: "mi è piaciuto anche perché ci hanno fatto dire le nostre impressioni"

Chiara: "... mi ha aiutato a capire che bisogna imparare ad esprimersi in pubblico senza vergognarsi e farlo educatamente cercando di rispettare le opinioni degli altri"

Elias: "E' stato bello trasformare le ore di scuola in cortometraggi divertenti e spiritosi"

Federica: “Ci ha aiutato a non vergognarci di noi stessi e dei compagni, a non avere paura della telecamera e delle nostre idee”.