



Scuola Primaria “M. Della Pasqua” – Santarcangelo

Per l'anno scolastico 2011 la scuola primaria Marino Della Pasqua di S.Arcangelo di Romagna ha scelto per le classi prime, seconde e terze il laboratorio “Arte a fumetti” e per la quinta il laboratorio “A scuola di pubblicità”. Il primo laboratorio è suddiviso in due incontri da due ore ciascuno mentre il secondo in tre incontri da due ore.

Presentazione laboratorio e obiettivi

Il laboratorio “Arte a fumetti” nasce con l'intento di mostrare ai bimbi in modo semplice e coinvolgente la tecnica per realizzare i fumetti, con questa si realizzano poi disegni, storie e collage.

Il laboratorio “A scuola di pubblicità” ha lo scopo di fornire ai ragazzi strumenti di analisi e critica del messaggio persuasivo pubblicitario veicolato dai mass media. L'intento è quello di sensibilizzare i ragazzi ad una fruizione critica e consapevole dei sistemi di valori impliciti nella pubblicità. In questo caso l'insegnante aveva richiesto un approfondimento sulla relazione del linguaggio pubblicitario con la costruzione del genere.

Note metodologiche

I bimbi hanno lavorato singolarmente nelle classi prime, seconde e terze e divisi in piccoli gruppi in quinta. Per realizzare i lavori previsti dai laboratori è stata utilizzata la tecnica a strappo, il collage, il disegno con i colori a spirito e il disegno con i pastelli. La tecnica a strappo aveva la funzione di svincolare i bambini da un'immagine preimpostata utilizzando pezzi di cartoncino colorato strappati per realizzare personaggi fantastici.

Le fasi del lavoro

1° incontro

Nel primo incontro i bimbi, dopo una introduzione ai fumetti e alla loro realizzazione, hanno avuto la consegna di disegnarsi come se fossero loro stessi dei fumetti.

Questi i risultati:



Zaffiria

CENTRO PERMANENTE PER L'EDUCAZIONE AI MASS MEDIA

bellaria
igea marina
Provincia di Rimini



“Se io fossi un fumetto”



“Se io fossi un fumetto”



“Se io fossi un fumetto”

A seguire con un numero determinato di pezzi di cartoncino colorato dovevano realizzare dei personaggi di fantasia attribuendogli anche un nome. Questi i personaggi creati:



“Personaggi a strappo”

Nel laboratorio “A scuola di pubblicità” i bimbi, dopo una introduzione dell’educatore e un dibattito in classe, hanno analizzato alcune pubblicità cartacee individuandone gli elementi salienti e i molteplici significati.

II° incontro

Nel secondo incontro i bimbi del laboratorio “Arte a fumetti”, dopo aver ascoltato la storia di “Ping-bambino coraggioso” senza vederne le immagini, hanno realizzato il protagonista del racconto ricorrendo solo alla loro immaginazione.

Questi i disegni di Ping:



“Come mi immagino Ping”



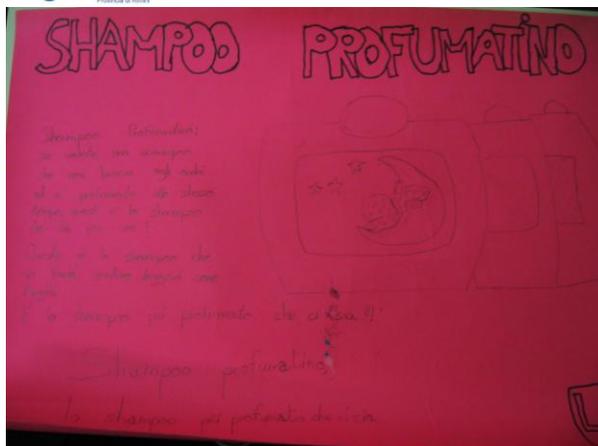
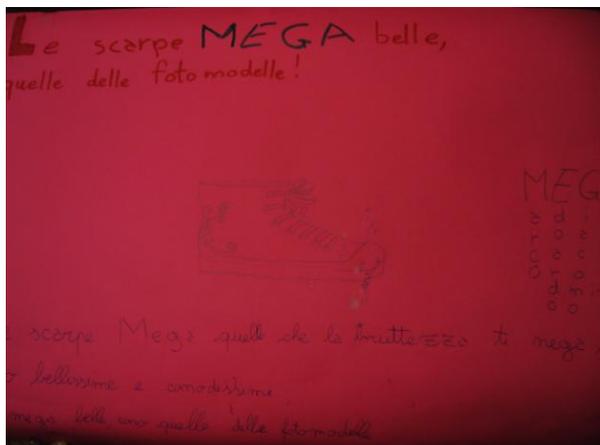
“Come mi immagino Ping”

Nel laboratorio “A scuola di pubblicità” i bambini, divisi in gruppi, hanno realizzato un piccolo spot scegliendo tra una rosa di prodotti adatti alla loro età. Il compito era quella di creare la confezione del prodotto, la marca e uno slogan da recitare alla classe. Nella seconda ora si è affrontato l’argomento di come la pubblicità influenza la costruzione del genere sessuale mostrando alla classe un breve dvd sull’argomento, poi è stato creato uno schema alla lavagna nel quale la classe doveva inserire gli stereotipi di genere che conosceva. Dopo un dibattito particolarmente animato si è arrivati alla conclusione che tutti gli attributi di genere potevano in realtà essere validi anche per il genere opposto e che la maggior parte degli stereotipi che si conoscono sono veicolati dalla tv, dalla pubblicità e dal cinema.

III° incontro

Nel terzo incontro i bambini di “A scuola di pubblicità”, divisi in maschi e femmine, hanno realizzato alcuni cartelloni pubblicitari che avevano come scopo quello di convincere e persuadere i bimbi del genere opposto. Il compito era quello di inventarsi uno slogan, un’immagine e un breve testo esplicativo che si adattasse al genere considerato come target. L’obiettivo del lavoro era quello di riflettere e consolidare quanto discusso in classe nel corso dei tre incontri.

Questi i cartelloni realizzati dai bambini rivolti alle bambine:



I due cartelloni con target femminile

Cosa hanno imparato i bambini

Nel primo laboratorio è stata sollecitata al massimo la fantasia, i bimbi hanno imparato a lavorare con cura, a uscire dagli schemi, ad apprezzare il loro lavoro e quello dei compagni. Nel secondo laboratorio i bimbi hanno imparato a decodificare meglio il linguaggio persuasivo della pubblicità, a lavorare in gruppo e ad organizzarsi trovando un accordo per ottenere un risultato migliore e a comprendere come i mass media influenzano e condizionano la costruzione delle idee e degli stereotipi legati al genere sessuale.

Il commento delle insegnanti

Mara Dell'Aquila, V°: "Sono stata pienamente soddisfatta del laboratorio sul linguaggio persuasivo della pubblicità: i bambini hanno ascoltato con molta attenzione e hanno messo in pratica gli apprendimenti attraverso attività espressive, sarebbe veramente utile approfondire aumentando il numero di incontri e di ore."