



AZIENDA
ULSS 9
TREVISO

MAPPATURA DEI PROGETTI SULLA PUBBLICITÀ

gestiti dai partecipanti al corso di formazione “Cibinonda – usiamo bene la pubblicità”
realizzato nell'a.s. 2009/2010 dalla Provincia di Treviso in collaborazione con l'Azienda Ulss 9
e con la partecipazione delle Aziende Ulss 7 e 8

(Compilare una scheda per ogni progetto realizzato)

Titolo/argomento del progetto realizzato con gli studenti:

“PICCOLI CONSUMATORI CRESCONO”

IMPARIAMO A CONOSCERE E RICONOSCERE LA PUBBLICITÀ PER UN SANO COMPORTAMENTO ALIMENTARE

Considerato che per me la pubblicità è:

IL MIGLIOR MODO PER PROMUOVERE E VENDERE UN PRODOTTO O UN SERVIZIO

Obiettivo/i del progetto:

Premessa: Ogni bambino è un “ vorace” CONSUMATORE, al punto di condizionare le scelte familiari soprattutto in materia di alimentazione. Fortunatamente a 7/8 anni entra in un'età “consapevole”, cioè è capace di capire ed interpretare cosa gli succede intorno, è in grado di cogliere la differenza tra le proprie finalità e quelle della pubblicità, è in grado di discernere il linguaggio persuasorio della pubblicità da quello reale.

Obiettivi:

- **Educare i bambini di 7/8 anni al consumo, fornendo loro strumenti per decodificare il messaggio pubblicitario, così da renderli più consapevoli delle loro scelte**
- **Saper costruire dei cartelloni che abbiano lo scopo di aumentare il consumo di frutta durante le merenda di mezza mattina da parte degli alunni della scuola**

Descrizione delle **attività**:

Il progetto si collega con quello di educazione alimentare, in particolare al consumo della merenda di mezza mattina che quest'anno vede l'adesione della scuola al progetto europeo “ Frutta nelle scuole” che ha come obiettivi:

OBIETTIVI GENERALI: Consolidare corretti comportamenti alimentari
Acquisire conoscenze sugli alimenti e sulle loro funzioni nutritive

Le attività riguardano in particolare “**La merenda di mezza mattina**” per migliorare le abitudini alimentari nel consumo delle merende

- Indagine conoscitiva
- Formulata scaletta settimanale (come contratto tra alunni, insegnanti e genitori)

LUNEDI	TORTA, BISCOTTI (POSSIBILMENTE FATTI IN CASA)
MARTEDI	FRUTTA, VERDURA
MERCOLEDI	LATTICINI
GIOVEDI	VERDURA, FRUTTA
VENERDI	PANINO (POSSIBILMENTE FATTO IN CASA)

- Introdotto nella merenda di mezza mattina anche il programma comunitario “**Frutta nelle scuole**” con 20 forniture di frutta per la merenda (occasione per parlare dei vari tipi di frutta, della stagionalità, dell’importanza nella dieta di assumerne abbastanza)



- Laboratori sensoriali con la frutta e la verdura
- Costruzione di cartelloni pubblicitari per persuadere gli alunni della scuola a mangiare la frutta, evitando così lo spreco

LINEE GENERALI DEL LAVORO SU PUBBLICITA', BAMBINI E COMPORTAMENTI D'ACQUISTO

Le attività rivolte agli alunni delle classi 2^A A e B della scuola primaria G. Mazzini hanno avuto come indagine la pubblicità e le scelte alimentari dei alunni.

Ci si è avvalsi anche della collaborazione della Dott.ssa Valeria Micheletto, laureanda in Relazioni pubbliche e pubblicità presso l'IULM di Feltre che ha organizzato la sua tesi di laurea sul rapporto pubblicità e bambini.

La finalità di questo lavoro è stata quella di indagare se e come dei bambini di un'età di 7/8 anni, una volta comprese le regole che sottintendono la costruzione dei messaggi pubblicitari, siano in grado di mettere in atto delle difese cognitive che permettano loro di controllare le pressioni tipiche della pubblicità stessa, in particolare quella alimentare.

A tal fine si sono organizzate diverse attività e si proceduto come segue:

1. Una indagine conoscitiva delle competenze di base dei bambini svolta attraverso:

- Un **QUESTIONARIO** costituito di 3 parti
 - Rapporto con la televisione (quando la guardo, come, con chi, perché)
 - Conoscenze sulla pubblicità (cosa è, a cosa serve, a cosa mira)
 - Relazione tra pubblicità e cibo (effetti della pubblicità alimentare sui comportamenti alimentari dei bambini)
- Un **FOCUS GROUP** con bambini divisi in gruppi di 10 con i quali sono state approfondite le tematiche
 - Televisione, programmi e pubblicità
 - Atteggiamenti verso la pubblicità (mi piace, ci credo)
 - Finalità della pubblicità (chi la fa, per quale motivo, come la fa, quali scopi)
 - Riferimenti alla pubblicità alimentare

1. Indagine conoscitiva delle competenze dei genitori in quanto costantemente coinvolti nel processo educativo svolta attraverso:

- Un **QUESTIONARIO** con una quindicina di domande per conoscere anche il loro punto di vista riguardo la pubblicità e le abitudini alimentari

2. Degli approfondimenti per dare ai bambini degli strumenti e mezzi per interpretare fino in fondo la pubblicità e il prodotto da pubblicizzare (la frutta mangiata a merenda) svolto attraverso:

- Una **LEZIONE TEORICA** durante la quale è stato spiegato cosa è la pubblicità, come funziona, quali sono i protagonisti e quali strategie mettere in atto per difendersi da essa. Questa lezione si è svolta in aula con l'aiuto di

supporto video per visualizzazione di diapositive e video di alcuni spot pubblicitari alimentari

- Un **LABORATORIO SENSORIALE** per la conoscenza dei tipi di frutta mangiati a merenda, delle proprietà della frutta e verdura in generale, della divisione della frutta nei 5 colori che caratterizzano la presenza di particolari fitonutrienti
 - Una **LEZIONE TEORICA** di tecnica della pubblicità finalizzata alla creazione di un manifesto pubblicitario che rinforzi il progetto Frutta nelle Scuole. Gli alunni hanno appreso che i cartelloni pubblicitari hanno:
 - Una forma caratteristica con una disposizione precisa dei vari testi (slogan, titolo, testo di accompagnamento) e delle immagini (immagine del prodotto pronto e immagine della confezione)
 - Dei contenuti che vengono comunicati focalizzando:
 - Il tipo di prodotto (Frutta)
 - A chi è indirizzato
 - I suoi punti di forza
 - I suoi punti di debolezza
 - Qual è la concorrenza del prodotto frutta
 - Quali strategie bisogna mettere in atto
 - Quali reazioni si vogliono suscitare
 - Quali obiettivi si vogliono ottenere
 - Che organizzazione all'interno del gruppo (un'agenzia pubblicitaria in fieri)
 - Un **LAVORO PER GRUPPI** (6/7 alunni per gruppo, con ruoli precisi) per la costruzione di cartelloni pubblicitari sulla frutta da consumarsi durante la merenda di mezza mattina, destinati agli alunni di tutta la scuola e affissi dove viene distribuita la merenda
3. **Una indagine di chiusura** per verificare se i bambini abbiano in qualche modo effettivamente compreso le finalità della pubblicità e abbiano attivato delle difese. Questa indagine è svolta attraverso un questionario simile a quello proposto all'inizio.

Prodotti realizzati (slogan, cartelloni, filmati, ...):

- Questionari introduttivi e riepilogativi rivolti agli alunni ed ai loro genitori.
- Slide per il supporto delle lezioni teoriche/pratiche
- Schede di lavoro su pubblicità ed alimentazione
- Cartelloni pubblicitari
- Foto delle varie attività

Principali **difficoltà** incontrate e **strategie** con cui sono state superate:

Difficoltà incontrata	Strategia
Rendere concreti aspetti troppo teorici	Creare uno sfondo integratore, la costruzione di una storia, per catturare l'attenzione dei bambini
Poco tempo	Coinvolgere insegnanti del team

Principali punti di forza del progetto (elementi/eventi che hanno favorito la riuscita del progetto):

- Collaborazione e condivisione durante tutte le fasi del progetto con una “esperta” del settore

Informazioni:

- **Scuola** (specificare il nome) Scuola primaria “G. MAZZINI”
- (specificare il grado di scuola e la tipologia) Scuola primaria, 2° Circolo Didattico del **comune** di (specificare) CONEGLIANO (TV)
- **n° classi** coinvolte 2 (due)
- **n° alunni** coinvolti 40 (quaranta) della classe (specificare quale, es. III elementare, I media, IV grafici pubblicitari)seconda della scuola primaria
- **Insegnanti** coinvolti (specificare Cognome e Nome) – **Materia** insegnata (specificare)

Cognome e Nome	Materia
LOVAT GABRIELLA	ED. SCIENTIFICA/ ARTE ED IMMAGINE
PESCA ALBERTA	ARTE ED IMMAGINE
DA ROS ANTONIO	LINGUA ITALIANA
MASET SANTA	MATEMATICA

Ho deciso di realizzare questo progetto perché:

- Ritengo importante, in generale nel mio lavoro, fornire agli alunni tutti gli strumenti possibili per essere in grado di esprimere opinioni personali e critiche in merito alle diverse tematiche che tutti i giorni incontrano; in particolare ho ritenuto di indagare i diversi aspetti del mondo della pubblicità perché sono consapevole che essa condiziona inevitabilmente molte nostre scelte e che la sua conoscenza, invece, migliora senz'altro l'influenza che ne deriva.

Altre note:

Scheda compilata da LOVAT GABRIELLA (specificare Cognome e Nome)