

Life Skills Training

UNITÀ 3 PUBBLICITÀ E PENSIERO CRITICO: SARÀ VERO?

Il principale compito di chi fa pubblicità è convincere le persone ad agire in un certo modo, ad esempio a comprare un determinato prodotto. Con il passare del tempo i pubblicitari hanno rafforzato le proprie strategie di marketing, comprendendo che le persone sviluppano fin da bambini le proprie preferenze relativamente ai vari prodotti.

Aiutare i bambini fin da piccoli a saper cogliere, leggere e decodificare i messaggi pubblicitari in modo critico permette loro di essere meno sensibili all'influenza esercitata dalla pubblicità, che talvolta li induce all'acquisto di prodotti non necessari o potenzialmente dannosi per la salute.

Questa Unità, attraverso l'analisi critica di alcuni messaggi pubblicitari, aiuta gli alunni a riconoscerne gli obiettivi e le tecniche con cui questi sono perseguiti.



by Danilo Cozzoli

FINALITÀ E OBIETTIVI DELL'UNITÀ



Finalità

Favorire la consapevolezza di come la pubblicità condiziona scelte e opinioni



Obiettivi Principali

Identificare cos'è la pubblicità
Comprendere lo scopo della pubblicità
Analizzare le pubblicità e le tecniche promozionali che incoraggiano i consumi

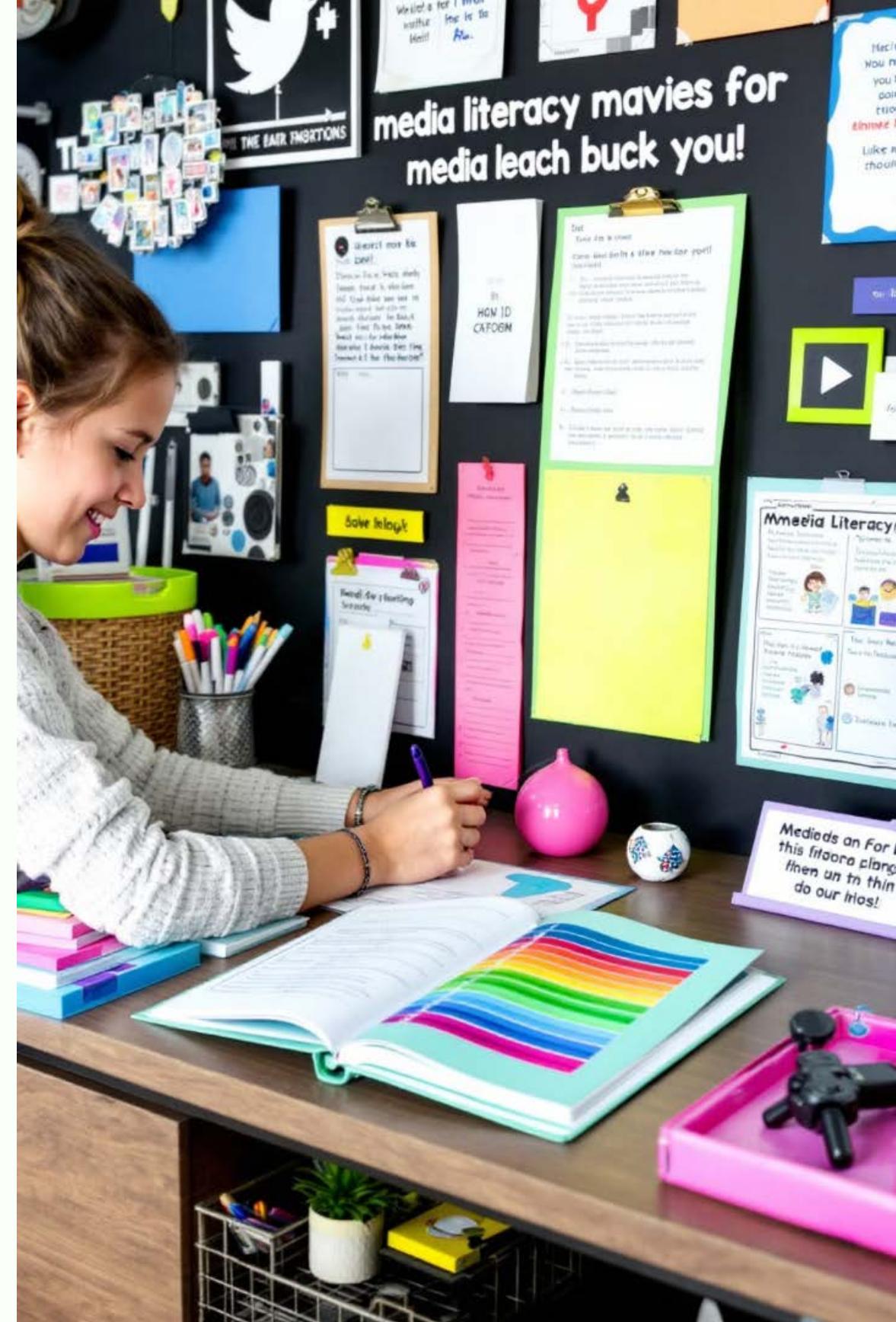


Materiale Necessario

Guida dello Studente

Pubblicità selezionate dal docente, provenienti da diversi media: internet, riviste, televisione, cartelloni pubblicitari

L'unità è strutturata per essere completata in 3 ore di lezione. È importante utilizzare in classe pubblicità conosciute dagli alunni che mostrino una varietà di prodotti e differenti metodi per influenzare i consumatori ad acquistarli.



INTRODUZIONE ALL'UNITÀ

Cos'è la pubblicità

Esploreremo la natura e lo scopo dei messaggi pubblicitari che incontriamo quotidianamente

Come funziona

Analizzeremo come i messaggi pubblicitari sono costruiti per convincere le persone ad acquistare determinati prodotti

Pensiero critico

Impareremo insieme a valutare quali sono gli elementi di una pubblicità a cui possiamo credere e quali possono essere messi in discussione

Oggi parleremo di cos'è e a cosa serve la pubblicità, esaminando come i messaggi pubblicitari vengono strategicamente costruiti per influenzare le nostre decisioni d'acquisto. Attraverso diverse attività, svilupperemo strumenti di analisi critica che ci permetteranno di distinguere tra informazioni affidabili e tecniche persuasive.





ATTIVITÀ 1: LA PUBBLICITÀ PIÙ BELLA

Presentazione

Mostrare agli alunni una selezione di video e/o pubblicità cartacee di vario genere

È importante sottolineare come le opinioni di ciascuno possono essere influenzate dalle diverse caratteristiche della pubblicità. Questa attività permette agli studenti di iniziare a riconoscere gli elementi che rendono una pubblicità attraente e come questi elementi possano variare da persona a persona.

Votazione

Chiedere agli alunni di votare "la pubblicità più bella" tra quelle presentate

Motivazione

Invitare gli alunni a specificare il perché della loro scelta ed elencare i criteri su un cartellone o alla lavagna

Riflessione

Focalizzarsi sugli elementi che hanno catturato l'attenzione degli studenti e sulle fantasie e desideri evocati dai messaggi pubblicitari

ATTIVITÀ 2: ANALISI DELLA PUBBLICITÀ



Formazione dei gruppi

Dividere gli alunni in piccoli gruppi di lavoro



Analisi dettagliata

Ripresentare lo spot scelto come "il più bello" e chiedere ai gruppi di analizzarlo utilizzando la Scheda 8 della Guida dello Studente



Confronto collettivo

Avviare un confronto sui risultati emersi nei piccoli gruppi



Sintesi finale

Sintetizzare gli esiti su un unico cartellone condiviso

Gli elementi da analizzare includono: nome del prodotto, aggettivi utilizzati, cosa viene mostrato del prodotto, personaggi presenti, ambientazione, tipo di musica utilizzata, funzione del prodotto e come questa viene comunicata. Questa analisi strutturata aiuta gli studenti a scomporre il messaggio pubblicitario nei suoi elementi costitutivi.



ANALISI DELLA PUBBLICITÀ

Dopo aver osservato con attenzione le pubblicità proposte in classe, compila questa scheda.

Nome del prodotto

Aggettivi utilizzati nello spot

Cosa viene mostrato del prodotto?

Quali sono i personaggi presenti?

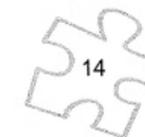
Dove si svolge la scena?

Che musica è utilizzata?

A cosa serve questo prodotto?

Da cosa lo hai capito?

Traduzione e adattamento di Bolina, G.J.,
Lifeskills Training, Promoting Health and Personal Development, Primary School Program, Level One, Student's Guide,
Copyright 2011 by Gilbert J. Steffen, All Rights Reserved.



PUNTI DA EVIDENZIARE



Molte pubblicità non descrivono semplicemente i prodotti, ma ne esaltano le qualità, con l'obiettivo di persuadere le persone a comprarli. Lo scopo della pubblicità è di orientare i comportamenti delle persone e in particolare di favorire la vendita di certi prodotti.

Le pubblicità sono costruite in modo da attirare la nostra attenzione e provocare emozioni attraverso diverse strategie, come utilizzare personaggi familiari, immagini particolarmente accattivanti o musiche coinvolgenti. Riconoscere queste strategie è il primo passo verso un consumo più consapevole.

ATTIVITÀ 3: TECNICHE PUBBLICITARIE



Presentazione delle tecniche

Illustrare le principali tecniche pubblicitarie presenti nella Scheda 9 della Guida dello Studente



Visione di esempi

Mostrare una serie di pubblicità, preferibilmente video, che utilizzano diverse tecniche



Identificazione

Chiedere agli alunni di indicare quali tecniche vengono utilizzate in ciascuna pubblicità



Discussione collettiva

Confrontare le osservazioni in sottogruppi o in plenaria

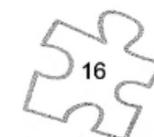
Le tecniche pubblicitarie includono: seguire la moda, piacere di più agli altri, sentirsi più grande, divertirsi, diventare più popolare, essere in salute, ascoltare l'esperto, essere come un personaggio famoso, promettere un premio, usare frasi divertenti e ripetute, e utilizzare musica conosciuta e coinvolgente.



Pensa alle pubblicità che hai appena visto in classe. Scrivi da un lato la pubblicità in questione, dall'altro quali tecniche sono utilizzate, scegliendo tra quelle elencate sopra.

PUBBLICITÀ	TECNICHE

Traduzione e adattamento di Bowen, G.L.
Lifeskills Training: Promoting Health and Personal Development Primary School Program, Level One: Student's Guide.
Copyright 2021 Dr. Gilbert J. Botvin. All Rights Reserved.



PUNTI DA EVIDENZIARE SULLE TECNICHE

Illusione

Le pubblicità non sempre presentano il prodotto per quello che realmente è



Manipolazione

Usano tecniche per convincerti che possedere quel prodotto ti rende migliore o più felice



Consapevolezza

Sviluppare un pensiero critico permette di fare scelte più consapevoli



Difesa

Imparare a riconoscere queste tecniche ti aiuta a non farti ingannare dalla pubblicità



Le pubblicità utilizzano strategie sofisticate per creare bisogni e desideri nei consumatori. Riconoscere queste tecniche è fondamentale per sviluppare un approccio critico ai messaggi pubblicitari e per fare scelte di consumo più consapevoli, basate sui reali bisogni piuttosto che sulle suggestioni create dalla pubblicità.

DIARIO DI VIAGGIO: COSTRUISCI LA PUBBLICITÀ



Ideazione

Pensare a un concetto creativo per la campagna



Strategia

Scegliere le tecniche pubblicitarie da utilizzare



Creazione

Sviluppare lo spot pubblicitario completo

Chiedete a ciascun alunno di provare a applicare quanto imparato oggi nella situazione proposta dalla Scheda 10 - Diario di viaggio, nella Guida dello Studente: "Un'agenzia deve creare una campagna pubblicitaria per una nuova linea di zaini, cartelle e astucci per la scuola. Inventate uno spot che li aiuti ad aumentare le vendite".

Se lo ritenete opportuno, potete chiedere agli alunni di condividere ciò che hanno scritto con la classe e, se qualcuno lo desidera, anche con i propri genitori. Questa attività permette di mettere in pratica le conoscenze acquisite, passando da un ruolo passivo di consumatori a un ruolo attivo di creatori.



PER RIASSUMERE...



Ripasso

Di cosa abbiamo parlato in questa Unità? Quali attività abbiamo fatto insieme?



Riflessione

Cosa è stato facile e cosa difficile?
Perché?



Apprendimento

Cosa hai imparato da questa Unità? In che modo potrà esserti utile nella vita quotidiana?

La pubblicità è uno strumento molto potente, può creare suggestioni a cui è difficile resistere, fin da quando si è giovani. Per questo è importante saper guardare con attenzione tutte le pubblicità e comprendere che i loro messaggi sono pensati per spingerci a fare determinate cose, in particolare a consumare e ad acquistare i prodotti presentati.

Sviluppare un pensiero critico nei confronti dei messaggi pubblicitari è una competenza fondamentale che aiuterà gli studenti a diventare consumatori consapevoli, capaci di fare scelte basate sui propri reali bisogni e valori.

LETTERA ALLA FAMIGLIA

Cosa abbiamo fatto

La nostra classe ha affrontato in questi giorni il tema della pubblicità e come si costruiscono messaggi pubblicitari per convincere le persone ad agire in un certo modo e ad acquistare determinati prodotti.

Abbiamo osservato come i messaggi attraenti delle pubblicità influenzano le nostre opinioni e le nostre scelte. Abbiamo imparato a valutare quali sono gli elementi credibili di una pubblicità e quali sono, invece, quelli che possono essere messi in discussione.

Come potete aiutare

Come genitori potete rinforzare questo apprendimento confrontandovi con i vostri figli in merito agli spot che vi sono proposti in televisione, sui giornali e online, mettendone in luce gli aspetti che secondo voi li rendono attraenti.

È importante anche evidenziare quando il prodotto pubblicizzato si mostra differente da quello che poi realmente è, aiutando così i bambini a sviluppare ulteriormente il loro pensiero critico.

IDEE PER L'INTEGRAZIONE NEL CURRICOLO



Italiano

Creare spot pubblicitari permette di lavorare sull'analisi e decodifica dei messaggi, sul testo descrittivo, argomentativo e poetico (metafore, antitesi, rime, suoni onomatopeici...).



Arte e immagine

Analizzare le immagini ed i colori impiegati negli spot pubblicitari. Personalizzare opere d'arte famose come se fossero utilizzate per pubblicizzare un prodotto (es. disegnare i denti alla Gioconda e metterle un dentifricio in mano).



Musica

Individuare e analizzare i brani musicali che accompagnano le pubblicità. Quali caratteristiche hanno? Perché sono stati scelti? Come influenzano la percezione del messaggio pubblicitario?

L'integrazione di questi temi nelle diverse discipline permette di approfondire l'analisi critica della pubblicità da molteplici prospettive, rafforzando le competenze trasversali degli studenti e la loro capacità di interpretare i messaggi multimediali che li circondano quotidianamente.