

PROF. ROBERTO GRECO

# PUBBLI ...CITTÀ

*Relazione finale del II anno  
a cura degli studenti della III B  
dell'istituto Comprensivo di Gaggiano*

---

## Indice generale

1.Descrizione.....	3
1.1.Le motivazioni e le fasi di realizzazione.....	3
1.2.I luoghi e i tempi della realizzazione.....	4
1.3.Gli strumenti.....	5
2.I protagonisti.....	6
2.1.I destinatari.....	6
2.2.I conduttori.....	6
3.I contenuti.....	6
3.1.Il Cartellone pubblicitario.....	6
3.2.La pubblicità radiofonica.....	6
3.3.Lo spot.....	7
3.4.I siti internet: la pubblicità sul web.....	7
4.Le competenze messe in campo.....	7
4.1.Abilità acquisite.....	7
4.2.Aspetti relazionali.....	8
4.2.1.Relazioni tra studenti e fra studenti e docenti.....	8
4.2.2.Relazione tra docenti.....	9
5.Punti di debolezza e di forza del progetto.....	9
6.Valutazione dell'esperienza e arricchimento personale.....	10
7.Valutazione delle tecnologie e del materiale usato.....	10
8.Il DOL e la ricaduta sul progetto Pubbli...Città.....	11
9.Conclusioni e sviluppi futuri.....	11

### 1. Descrizione

---

#### *1.1. Le motivazioni e le fasi di realizzazione*

L'idea del progetto “Pubbli...Citta” è nata dalla consapevolezza che il linguaggio pubblicitario si insinua nelle debolezze dell'uomo, nei suoi bisogni insoddisfatti, nel desiderio di ciascuno di essere vincente, di dominare le ansie, i timori e le incertezze della vita: attraverso la pubblicità un oggetto comune diventa strumento irrinunciabile della propria felicità. L'obiettivo generale che si vuole conseguire è di stimolare gli studenti verso un approccio consapevole e critico nei confronti del messaggio pubblicitario e del linguaggio specifico che viene utilizzato in tale ambito comunicativo. La realizzazione del progetto ha previsto diverse fasi:

- a) presentazione del progetto alla classe;
- b) creazione di un account di posta elettronica e documenti condivisi (gmail e google docs);
- c) studio degli aspetti strutturali della comunicazione pubblicitaria;
- d) ricerca e analisi di alcuni spot pubblicitari;
- e) incontro con un professionista di settore;
- f) suddivisione della classe in ipotetiche “agenzie pubblicitarie”;
- g) realizzazione di campagne pubblicitarie di diversa natura, a cura di ciascuna agenzia:
  - I. lo spot;
  - II. il cartellone;
  - III. il messaggio radiofonico;
  - IV. la pubblicità progresso;
  - V. la comunicazione attraverso internet;
- h) assemblaggio del materiale prodotto nel formato del sito web, che intende rappresentare su internet una ipotetica “associazione di categoria”;
- i) visione d'insieme del materiale prodotto.

---

## ***1.2. I luoghi e i tempi della realizzazione***

Il progetto ha previsto l'uso di diversi spazi dell'edificio scolastico, in funzione dell'attività prevista:

- a. Aula della classe partecipante al progetto
  - I. presentazione del progetto;
  - II. analisi del linguaggio pubblicitario;
  - III. formazione delle agenzie pubblicitarie;
  - IV. creazione dell'idea pubblicitaria e progettazione delle fasi di lavoro di ciascuna agenzia.
- b. Aula LIM
  - I. visione e analisi di alcuni spot;
  - II. incontro con il professionista;
  - III. visione d'insieme del prodotto finale.
- c. Aula musica
  - I. registrazione dei dialoghi;
  - II. scelta delle musiche;
  - III. doppiaggio di alcuni dialoghi;
  - IV. elaborazione e montaggio della pubblicità radiofonica.
- d. Aula informatica
  - I. creazione dell'account di posta elettronica
  - II. realizzazione delle schede di presentazione di ciascuna agenzia;
  - III. realizzazione delle parti grafiche;
  - IV. ricerca e download di materiale utile alla realizzazione delle campagne pubblicitarie;
  - V. montaggio dello spot;
  - VI. realizzazione del sito internet dell'associazione di categoria

La realizzazione del progetto è iniziata la prima settimana di ottobre e si è protratta per 12 settimane. Il lavoro a scuola ha richiesto circa 2 ore settimanali mentre a casa è stato necessario dedicare circa un'ora alla settimana per studiare il materiale proposto, cercare nuovo materiale, portare avanti, individualmente o in gruppo, le fasi di progettazione e realizzazione del lavoro. È stato realizzato un incontro con un professionista pubblicitario, della durata di 2 ore.

### ***1.3. Gli strumenti***

Per realizzare il progetto è stato necessario utilizzare i seguenti strumenti:

- a) internet;
- b) personal computer;
- c) stampante e scanner;
- d) videocamera digitale;
- e) fotocamera digitale;
- f) microfono;
- g) applicativi per PC:
  - I. Applicazioni di Google;
  - II. Youtube;
  - III. Openoffice.org 3.1;
  - IV. Gimp per windows 2.6;
  - V. Incomedia Website X5 evolution 7;
  - VI. Magix video deluxe 2006;
  - VII. Super (audio video converter)
  - VIII. Audacity.

## 2. I PROTAGONISTI

---

### 2. I protagonisti

---

#### 2.1. *I destinatari*

Il progetto ha coinvolto 20 alunni della classe III B dell'Istituto Comprensivo di Gaggiano

#### 2.2. *I conduttori*

La conduzione è stata affidata a due docenti: il primo, di lettere, ha curato la parte relativa alla struttura del linguaggio pubblicitario e le fasi iniziali della produzione; il secondo, lo scrivente, docente di musica – corsista del DOL – che ha seguito tutte le fasi del progetto che hanno richiesto l'uso delle ICT.

Inoltre, è stato invitato un professionista (un free lance con ruolo di creativo) che ha illustrato le fasi e i diversi ruoli necessari nel processo di realizzazione di una campagna pubblicitaria.

### 3. I contenuti

---

#### 3.1. *Il Cartellone pubblicitario*

È una forma di pubblicità nella quale le immagini statiche e i testi rappresentano l'unica forma di comunicazione, essendo completamente privo di audio e immagini in movimento. Dopo aver analizzato alcuni cartelloni pubblicitari e gli elementi strutturali tipici di questa forma di comunicazione, gli studenti hanno avviato una campagna di promozione sociale (pubblicità progresso) allo scopo di sensibilizzare i giovani sul tema della droga. La creazione di un cartellone pubblicitario è utile per imparare ad usare gli strumenti tipici del desktop publishing: editor di testi, di immagini, fotoritocco.

#### 3.2. *La pubblicità radiofonica*

Al contrario del cartellone pubblicitario la pubblicità radiofonica deve catturare l'attenzione dell'ascoltatore esclusivamente attraverso l'udito. L'attenta scelta dei testi, delle voci e delle musiche offre la possibilità di ottenere un messaggio incisivo e convincente. È stata utile per insegnare l'uso del computer quale strumento di cattura ed editing audio.

#### **3.3. *Lo spot***

È certamente la forma più complessa poiché richiede la capacità di trattare tutti gli ambiti comunicazionali sopra citati e, inoltre, la capacità di organizzare le immagini in movimento. Oltre a quanto detto nel paragrafo relativo al cartellone e alla radio, si deve sottolineare che gli studenti impegnati in questa attività devono saper utilizzare un programma di editing e montaggio video.

#### **3.4. *I siti internet: la pubblicità sul web***

Gli studenti impegnati in questa attività hanno dovuto progettare un sito appartenente ad una associazione di categoria, che riunisce importanti agenzie e aziende che operano nel settore della pubblicità. È importante essere dotati della capacità di organizzare gli elementi grafici e i testi in modo da catturare il web surfer e offrirgli l'impressione di essere “capitati nel posto giusto”. Generalmente chi naviga in rete non è disposto a leggere testi interminabili e stazionare su una pagina per più di 30 secondi. Chi progetta il web deve avere una comunicazione sintetica ed efficace. Il sito internet riunisce e contiene tutti i lavori eseguiti dagli altri gruppi di studenti.

## **4. Le competenze messe in campo**

---

### **4.1. *Abilità acquisite***

Per la caratteristica sperimentale che ha avuto questo progetto oso mettere sullo stesso piano docenti e studenti. Non è un atto di falsa modestia, quanto l'aver constatato che il desiderio di sperimentare e la voglia di “far bene” sono stati gli elementi che hanno accomunato docenti e studenti.

L'acquisizione di competenze specifiche rappresenta un valore aggiunto alla didattica tradizionale:

- capacità di utilizzare le ICT in modo strutturato per produrre materiale complesso;
- capacità di progettare in autonomia un percorso produttivo basato su numerosi step;
- capacità di operare scelte e formulare ipotesi;
- Capacità di lavorare in gruppo;
- capacità di creare relazioni che mettano al centro il rispetto delle persone con cui si collabora e il raggiungimento di un obiettivo comune;

- Capacità di utilizzare la rete internet in modo “professionale” e non come fonte di divertimento disinibito (questo soprattutto per i ragazzi)

### 4.2. *Aspetti relazionali*

Il progetto ha fornito l'occasione di scoprire abilità e caratteristiche di studenti e docenti che, nel corso delle attività didattiche tradizionali, spesso faticano ad emergere.

#### 4.2.1. Relazioni tra studenti e fra studenti e docenti

Gli studenti, suddivisi in piccoli gruppi, hanno potuto sperimentare l'apprendimento cooperativo in una dimensione di grande autonomia. Quasi tutti hanno accolto con entusiasmo le novità introdotte: in un sistema poco strutturato, nel quale ciascuno era tenuto a fornire liberamente il proprio contributo, praticamente tutti hanno profuso impegno e grande senso di responsabilità.

Gli studenti impegnati nella strutturazione delle ipotetiche agenzie pubblicitarie hanno saputo farsi carico delle richieste dei docenti, quasi come una vera agenzia pubblicitaria accoglie le istanze di un cliente importante. Gli studenti deputati alla creazione del sito internet, inevitabilmente legati al lavoro degli altri, hanno saputo organizzare le fasi operative senza sprechi di tempo, mettendo in luce grandi capacità di comunicazione e mediazione con gli altri compagni di classe. Ciascuno ha portato a casa il lavoro, chiedendo al docente di poter trasferire sul proprio PC domestico il materiale che necessitava ulteriori aggiustamenti. Spesso i ragazzi hanno fatto uso dell'email quale veicolo di comunicazione tra loro e con i docenti. Alcune idee sono state condivise anche con le applicazioni di Google (Google docs). Pertanto, i ragazzi hanno saputo gestire le relazioni tipiche della rete, in una dimensione diversa dalla “solita” messaggistica istantanea, disimpegnata e pressoché libera da ogni vincolo.

Alcuni studenti, generalmente refrattari allo studio e impegnati a mantenere attivi ruoli e posizioni poco collaborative, hanno saputo riscattarsi in questa circostanza, poiché è stata data loro l'opportunità di sperimentarsi in ambiti diversi da quelli offerti dalla didattica tradizionale. E' stata l'occasione per instaurare rapporti fattivi e per avvicinare l'adulto allo studente, e viceversa. Anche i docenti hanno potuto fornire aspetti diversi del proprio modo di vivere la scuola: fantasia, umorismo e posizioni originali (e talvolta trasgressive) sono state necessarie per lo svolgimento del progetto. Inoltre la trasmissione del sapere è stata circolare, dal momento che molto spesso le intuizioni e le abilità degli studenti sono state preziose tanto quanto quelle dei docenti.

##### 4.2.2. *Relazione tra docenti*

È stata l'occasione di confrontarsi con modalità operative diverse, di mettere in campo le proprie inclinazioni all'ascolto e al cambiamento, necessarie per condurre un progetto nel quale si mettono in gioco personalità e competenze differenti. La relazione tra colleghi, generalmente limitata ai momenti di incontro durante le attività collegiali, si è arricchita di contenuti personali in un processo di condivisione degli obiettivi. È stata anche l'occasione di inquadrare diversamente le relazioni che si instaurano tra i diversi docenti e gli studenti di una stessa classe... e sorprendersi a riconoscere nel collega una originalità e una adeguatezza mai notate prima, sebbene accomunati da anni di vita vissuta insieme come “colleghi della classe accanto”.

## **5. Punti di debolezza e di forza del progetto**

Il progetto “Pubbli...Città” ha un bilancio assolutamente positivo. L'impatto emotivo, la spinta motivazionale, le competenze acquisite, le relazioni sviluppate, il prodotto finale, ne fanno un progetto davvero ben riuscito. Tuttavia non sono mancati imprevisti tecnici e organizzativi che hanno osteggiato o rallentato alcune fasi del progetto:

1. Mancanza di compresenza nell'orario scolastico: ciò ha determinato qualche problema, risolto con ore di “volontariato”. Per chi – come me – aveva l'interesse a concludere un percorso di studi ciò non si è rivelato un problema. Tuttavia va considerata la presenza di almeno due docenti per realizzare il percorso.
2. Sorveglianza degli alunni durante le fasi della produzione: il procedere dei lavori è differente e prevede l'uso di spazi diversi (es. aula di classe, aula informatica, aula musica, ambiente idoneo alle riprese video, ecc. ); la sorveglianza degli studenti può rappresentare un problema se si è da soli.
3. **Ottenere la liberatoria per la diffusione delle immagini degli studenti: per noi è stato assicurato il permesso di pubblicare i volti degli studenti sul sito della scuola, ma con modalità che non ledano i diritti alla riservatezza dei ragazzi. Per questo motivo il progetto, che inizialmente prevedeva la creazione di più spot, ha preso strade differenti, che permettessero di salvaguardare l'efficacia del percorso e il diritto di tutela della privacy dei ragazzi.**

## 5. PUNTI DI DEBOLEZZA E DI FORZA DEL PROGETTO

---

4. Mancanza di software gratuito adeguato per l'editing video.
5. Sarebbe stata opportuna una dilatazione dei tempi di realizzazione, dal momento che le assenze dovute all'influenza stagionale e le condizioni meteorologiche avverse hanno penalizzato lo svolgersi delle attività in alcune settimane, nelle quali la classe risultava decimata.

Tra i punti di forza, oltre a quanto già citato rispetto alle competenze acquisite, troviamo certamente la riscoperta del software open source per realizzare la maggior parte dei lavori.

## 6. Valutazione dell'esperienza e arricchimento personale

---

Sia i docenti che gli studenti hanno espresso una valutazione positiva. Tutte le componenti hanno raggiunto una grande consapevolezza rispetto alle possibilità formative che questo progetto ha offerto a ciascuno. Le abilità acquisite in ambito tecnico, relazionale, comunicativo, didattico, del sapere in genere, sono spendibili in molti altri momenti della propria vita, sia scolastica/professionale che privata. Alcuni alunni, generalmente poco disponibili verso le proposte provenienti dal mondo scolastico, hanno espresso parere molto positivo nei confronti del progetto, perché hanno capito di aver acquisito nuove competenze in modo divertente e *«diverso dalle solite cose che si fanno a scuola»*.

## 7. Valutazione delle tecnologie e del materiale usato

---

La nostra scuola può contare su apparecchiature modeste, ma tenute in ottimo stato di manutenzione. I PC sono risultati adeguati e hanno permesso la realizzazione di quanto prefissato.

Per quanto riguarda il sito internet abbiamo optato per un software proprietario Incomedia (website X5 evolution) del quale la scuola aveva acquistato alcune licenze in passato. L'alternativa valida risulta quella di un CMS open source, come Drupal, Joomla, Wordpress o altri, capaci di realizzare un sito dinamico e, come auspicabile, accessibile ai diversamente abili. La realizzazione dei video ha visto una scelta – quasi obbligata – verso software proprietario, dal momento che le alternative gratuite o open source non sono ancora all'altezza del software a pagamento.

## 7. VALUTAZIONE DELLE TECNOLOGIE E DEL MATERIALE USATO

---

Consigliamo di utilizzare il software Magix video deluxe. La versione di prova può essere scaricata e utilizzata gratuitamente per 30 giorni: quanto basta per apprendere l'uso ed effettuare il montaggio degli spot.

Tutti le altre applicazioni utilizzate sono open source o gratuite. La soddisfazione più grande è stata scoprire che i miei alunni, da sempre fedeli al mondo Microsoft e Adobe, hanno optato per Openoffice, GIMP, e Audacity.

## 8. Il DOL e la ricaduta sul progetto Pubbli...Città

---

L'input che il DOL ha offerto ai corsisti nell'uso di Audacity, di GIMP, del trattamento dei video e della comunicazione collaborativa e sul web sono stati fondamentali per condurre con sicurezza il percorso proposto.

## 9. Conclusioni e sviluppi futuri

---

Il progetto avrà degli sviluppi nella seconda parte dell'anno, visto il successo che ha riscosso dagli alunni della classe campione. Agli alunni che hanno partecipato al progetto verrà proposto di formare un team che seguirà gli aspetti della comunicazione del nostro istituto. Avrà il compito di creare volantini, manifesti e spot che pubblicizzeranno gli eventi e le iniziative della scuola. Potranno anche fornire supporto alle uscite didattiche, sia nella fase che precede l'uscita stessa – attraverso la preparazione di materiale illustrativo – sia attraverso la narrazione dell'evento sui canali di comunicazione della scuola (giornalino, sito scolastico, manifesti in bacheca).