

**LA CLASSE 3^A C DELLA SCUOLA SECONDARIA DI VILLA D'ALME' HA
PARTECIPATO AL CONCORSO CARTOLANDIA: E ADESSO PUBBLICITA',
REALIZZANDO DUE MANIFESTI PUBBLICITA' PROGRESSO SULLA BIRMANIA
E VINCENDO UN RADIOREGISTRATORE CON CD!!!**

CARTOLANDIA 2008/2009 “E adesso...pubblicità”

Scuola secondaria di primo grado di Villa D'Almè- Classe 3^C

PUBBLICITÀ PROGRESSO: “BIRMANIA LIBERA”

Docenti coinvolte: Luana Amodeo (Lettere); Chiara Bertuletti (Arte e immagine).

Obiettivi formativi

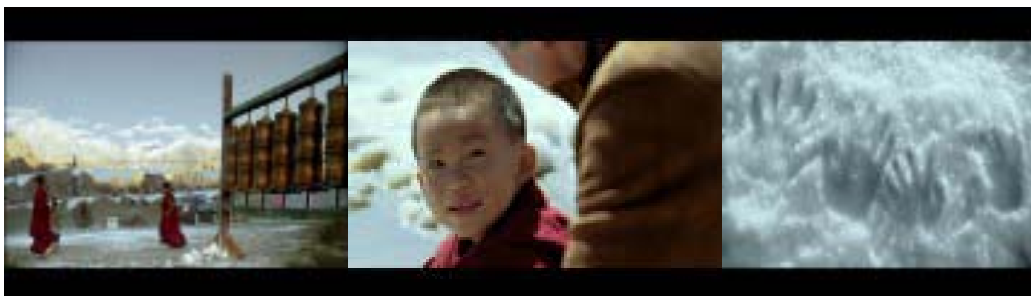
- Saper individuare i principali generi della comunicazione pubblicitaria;
- Saper analizzare il messaggio pubblicitario;
- Saper produrre messaggi pubblicitari;
- Comprendere il linguaggio ed il messaggio della *Pubblicità progresso*;
- Realizzare un manifesto di *Pubblicità progresso*, facendo riferimento alla drammatica situazione di un Paese, privo di ogni libertà, la Birmania di Aung San Suu Kyi.

Prima Fase

Dopo la trattazione della comunicazione pubblicitaria nei suoi aspetti tecnici e l'analisi di alcuni *slogan* noti, gli studenti della classe 3^C si sono confrontati con la lettura dei diversi livelli interpretativi, presenti nello *spot* pubblicitario della *New Lancia Delta*: Richard Gere guida da Hollywood fino al Tibet per lasciare lo stesso segno che ha impresso nella *Walk of Fame*, l'impronta delle mani, sulla neve tibetana.

Chiaramente simbolica è la strada che l'attore si lascia alle spalle e che lo porta, attraverso un viaggio immaginario e spirituale, a Lhasa, la capitale del Tibet. Gere viene accolto da un gruppo di piccoli monaci tibetani che insieme a lui posano le mani sulla neve.

Dopo avere analizzato le sequenze dello *spot*, gli studenti si sono documentati sulla situazione del Tibet, rendendosi conto dell'importanza evocativa di alcune immagini (Lhasa, i piccoli monaci). Non è un caso, infatti, che il *Gruppo Fiat* per evitare ritorsioni da parte della Cina abbia inviato delle scuse al governo di Pechino per la pubblicità della *Nuova Lancia Delta* che ha per *testimonial* proprio Richard Gere, attore noto per essere da tempo grande sostenitore - anche in termini economici, attraverso la *Gere Foundation*, alla quale ha deciso di devolvere il compenso della sua partecipazione alla campagna pubblicitaria - della causa tibetana.



Seconda fase

Avendo affrontato in classe la "questione birmana", gli studenti sono stati invitati ad approfondire la situazione del "Paese delle centomila pagode". Si è passati poi all'ideazione e realizzazione di due manifesti essenziali, minimalisti, privi di effetti ricercati, ma in grado di comunicare un messaggio in maniera diretta ed efficace, un messaggio che è la stessa Aung San Suu Kyi a veicolare con immagini e parole: "Usate la vostra libertà per promuovere la nostra!".

