



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

(Si torna) Tutti a iscola 2021-22

Linea Laboratori

Scheda progettuale

TITOLO PROGETTO
A SCUOLA DI VIDEO: Dal soggetto allo spot

SOGGETTO PROPONENTE
Associazione Fainas

e-mail
lara.melis81@gmail.com



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

Titolo	A SCUOLA DI VIDEO: Dal soggetto allo spot
Ambito territoriale di riferimento	Laboratorio 3 – Area Arte e Creatività
Grado di scuola a cui è rivolto	primaria;secondaria primo grado
Distretti territoriali	OR;CA
Giorni della settimana di disponibilità	Mercoledì;Sabato;Venerdì;Martedì;Giovedì
Numero studenti a cui è rivolto (minimo 15)	20
Ore per laboratorio	30

Descrizione sintetica Operatore economico

Fainas è un'associazione culturale che si occupa di progettazione culturale e sociale, di formazione e svolge attività di consulenza nei settori del marketing, comunicazione, progettazione e gestione eventi. Promuove un approccio moderno alla diffusione della cultura, orientato all'inclusione, basato sul coinvolgimento dei pubblici e sulle nuove tecnologie. Progetta e pianifica attività nell'ambito dell'audiovisivo, dal cinema ai videogiochi alle strategie di gamification in ambito turistico.

Descrizione ambito

Laboratorio 3 – Area Arte e Creatività. Sono previsti laboratori di musica, fotografia, cinema, teatro, danza, storia dell'arte, approfondimenti letterari, poesia e arti visive, pittura, scultura, lettura e scrittura creativa, artigianato tipico e non, sartoria, enogastronomia, falegnameria e meccanica. L'obiettivo è quello di ampliare le conoscenze e le competenze in questo ambito, incoraggiando la creatività, la manualità, il gioco.

Descrizione sintetica del progetto

Il laboratorio di Spot e Video Advertising è un percorso teorico e pratico dedicato agli studenti della Scuola Primaria e Secondaria di I grado che intende fornire una finestra sul mondo della comunicazione in particolare sulla produzione di spot e campagne video.

Le attività svolte saranno modulate in funzione dell'età dell'ordinamento scolastico.

La campagna di comunicazione video che si creerà avrà come tema principale la promozione turistica del territorio in cui è ubicata la scuola e sarà pubblicizzata nei canali social ufficiali della Scuola e del Comune.



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

Perché nasce il laboratorio?

Il laboratorio nasce con l'idea di trasmettere agli allievi alcuni elementi essenziali per la promozione turistica del proprio territorio così da renderli consapevoli sulle potenzialità degli strumenti di comunicazione video e di come questi possano essere utilizzati a scopo culturale e di promozione turistica.

Come si svolgerà il laboratorio?

Il corso si svolgerà in fasi e per ciascuna di esse saranno dedicate un numero di ore congruo anche in funzione dell'età degli studenti e del livello di difficoltà che potrà essere innalzato o semplificato di volta in volta. La prima fase sarà introduttiva e sarà utile per far interiorizzare agli studenti il concetto di comunicazione pubblicitaria generale, lo strumento video e gli elementi base della comunicazione turistica. A seguire si darà il via alla fase operativa in cui si realizzerà un 2 video di promozione turistica del paese. La fase finale prevede il lancio degli spot nei canali istituzionali della Scuola e del Comune.

Quali benefici per gli studenti?

Il laboratorio consentirà agli studenti di lavorare su un'attività progettuale divisa in fasi e in gruppi di lavoro, stimolando in questo modo le capacità di problem solving, risoluzione conflitti e gestione manageriale. Sarà un'ottima occasione per sviluppare la creatività applicandola ad attività manuali e tecniche che richiederanno l'utilizzo di strumenti e materiali specifici.

Obiettivi, risultati attesi, numero e tipo di prodotti da realizzare, strumenti utilizzati

L'**obiettivo** del Laboratorio è quello di far vivere ai bambini e ragazzi una prima esperienza come piccoli creativi digitali, in questo caso piccoli videomaker, attraverso la quale comprendere i concetti base della comunicazione pubblicitaria in particolare legata al turismo.

Nella scuola primaria le tematiche saranno adattate al livello cognitivo coerente con l'età degli alunni e i messaggi semplificati mentre nella scuola secondaria si approfondiranno i concetti generali del marketing territoriale.

Grazie a questa fase iniziale teorica i bambini/ragazzi saranno in grado di individuare gli elementi distintivi del contesto/territorio in cui abitano e individuare strategie efficaci e anche innovative per valorizzarli, inoltre apprenderanno un approccio manageriale allo sviluppo del progetto poiché lavoreranno in fasi e in gruppi di lavoro. Infatti tra gli obiettivi del Laboratorio c'è anche l'intenzione di incrementare le competenze trasversali degli studenti, principalmente quelle relative al lavoro di gruppo e alla comunicazione, sviluppare la creatività e manualità nell'utilizzo di strumenti tecnici digitali (videocamera, editing video, etc).

I bambini della primaria impareranno a individuare i destinatari di un messaggio e definirlo in base alle loro caratteristiche, mentre i ragazzi della secondaria di 1 grado oltre a definire il target progetteranno lo spot in funzione di esso.



**REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA**

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

Lo spot che sarà prodotto attraverso il Laboratorio sarà incentrato sulla promozione turistica del paese in cui è ubicata la Scuola e gli alunni potranno simulare un vero e proprio lancio pubblicitario sui canali social/web del Comune e della Scuola. Ciò consentirà loro di valutare il lavoro svolto e monitorare l'efficacia del loro messaggio.

Risultati attesi

- Acquisizione dei concetti alla base del marketing turistico e della comunicazione pubblicitaria in generale, introduzione all'utilizzo di strumenti digitali specifici e tecniche di ripresa video. Riconoscere le varie figure professionali coinvolte nel lavoro di pianificazione e realizzazione di uno spot e imparare a scrivere semplici soggetti da cui trarre una sceneggiatura per uno spot pubblicitario.
- Rinnovato interesse verso il proprio paese e aumentata capacità di individuare elementi culturali importanti del proprio contesto territoriale.
- Migliorata efficacia anche nel lavoro di gruppo grazie all'attività divisa in fasi e mansioni (troupe televisiva/cinematografica).
- Incremento della capacità di problem solving e della creatività in generale.

Numero e tipo di prodotti da realizzare

- ✓ soggetto e sceneggiatura dello spot;
- ✓ 1 storyboard;
- ✓ 1 spot pubblicitario orientato al turismo che promuova il paese;
- ✓ lancio pubblicitario dello spot.

Strumenti utilizzati

- uno o più smartphone/tablet;
- una videocamera digitale;
- un microfono esterno;
- materiale di cancelleria;
- vestiti di scena;
- -make up.

Articolazione in fasi/attività

Il laboratorio si divide in 4 fasi.

La prima fase è introduttiva e ha lo scopo di fissare alcuni concetti fondamentali per comprendere le logiche di comunicazione e promozione turistica. Durante questa fase verranno visionati vari spot pubblicitari per comprenderne i meccanismi, capire che cosa promuovono e a



REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

ASSESSORADU DE S'ISTRUZIONE PÙBLICA, BENES CULTURALES, INFORMATZIONE, ISPETÀCULU E ISPORT
ASSESSORATO DELLA PUBBLICA ISTRUZIONE, BENI CULTURALI, INFORMAZIONE, SPETTACOLO E SPORT

Direzione Generale della Pubblica Istruzione
Servizio Politiche Scolastiche

chi sono indirizzati. In questa prima fase introduttiva il lavoro laboratoriale sarà orientato a far riconoscere ai bambini/ragazzi gli elementi base della promozione turistica attraverso gli spot video.

Nella seconda fase il lavoro si concentrerà sulla pianificazione di uno spot di 1 minuto che sarà il prodotto principale del laboratorio. Per la pianificazione sarà necessario in primis analizzare l'offerta turistica del paese in cui si trova la scuola, per scegliere che cosa valorizzare attraverso lo spot.

Una volta fatta questa scelta sarà possibile concentrarsi sugli aspetti più tecnici come la creazione di un soggetto (l'idea embrionale dello spot), la stesura di uno storyboard (un documento in cui viene rappresentato con i disegni quello che si realizzerà con lo spot), la scrittura dei testi e di eventuali elementi grafici, la scelta della musica più adatta per il video. In questa seconda fase verranno gettate le basi per le riprese vere e proprie.

Nella terza fase il laboratorio si concentrerà sulla realizzazione del video e il suo montaggio. Durante le riprese il gruppo di lavoro verrà diviso per unità come una vera e propria troupe cinematografica: alcuni bambini (sempre con la guida del docente) si occuperanno delle riprese video e della regia, altri lavoreranno alla fotografia per gestire la corretta illuminazione delle scene, altri si occuperanno dei costumi e abiti di scena, altri ancora del trucco, altri si occuperanno di preparare il set con gli elementi scenografici decisi precedentemente.

In questo modo, dividendo il lavoro tra i bambini/ragazzi, sarà possibile vedere le varie professionalità che compongono una troupe e rendersi conto della complessità che sta dietro ogni spot o film girato.

Una volta terminate le riprese il lavoro si concentrerà sul montaggio dello spot, il taglio delle scene e la sincronizzazione della musica con il ritmo del video. In questa fase il docente illustrerà ai bambini/ragazzi le funzionalità del programma utilizzato e insieme a loro procederà con il montaggio e la finalizzazione del video.

Nella quarta e ultima fase ci si occuperà del lancio dello spot. Dopo averlo realizzato e confezionato è necessario creare una piccola campagna lancio per farlo conoscere ai suoi potenziali destinatari.

In questa fase i bambini/ragazzi verranno divisi in gruppi e il laboratorio verterà sull'ideazione, pianificazione e scrittura di una campagna lancio (per i social) dello spot di promozione turistica. Ci si concentrerà sul modo e le parole migliori per promuovere il video, si ragionerà in funzione del target che si vuole raggiungere e della piattaforma social che si deciderà di utilizzare.

Al termine del laboratorio si vedrà tutti insieme lo spot e le proposte per la campagna lancio. Insieme ai bambini/ragazzi si farà una critica costruttiva del video e delle proposte per la campagna lancio, in modo da individuare punti di forza e di debolezza e pensare eventuali modifiche.