

UNITÀ 5:

Il sovratelo.

Un aiuto adeguato. LA MORALE



2° anno Scuola Superiore

Per cercare la verità devo essere critico.

Il mondo non mi offre la felicità.

La verità è scritta nel mio cuore.

La morale è un bastone nel mio cammino.

La vita, un DONO.

1. Cosa mi offre il mondo?

“Non conformatevi alla
mentalità di questo
secolo”
Rom 12,2



Mostrare la visione deformata della società sulla sessualità e accompagnare i giovani a scoprire che possono essere manipolati per interessi sociali. Pertanto siano critici e comincino a cercare i fondamenti della verità.

ATTIVITA' 1: Si inizia la sessione invitando i giovani a fare una sosta nelle loro vita. Non vadano di fretta, aprano gli occhi e guardino attentamente attorno a loro.

ATTIVITA' 2-3-4: Con queste attività si vuole mostrare ai giovani che la dimensione sessuale della persona è utilizzata come réclame pubblicitaria nella società consumistica in cui viviamo.

Si mostrano le immagini di tre annunci pubblicitari di prodotti tanto differenti come la frutta, un gioco e un deodorante. Si possono proiettare.



I tre prodotti non hanno niente in comune, tuttavia hanno una chiara componente erotica:

- La frutta è rappresentata da seni femminili. Anche l’imballaggio della frutta rappresenta biancheria intima femminile.
- Il deodorante provoca nel protagonista una rottura “fisica” del corpo tra l’amore e il desiderio sessuale.
- Il “game boy” è utilizzata nel contesto di una relazione sessuale, paragonandolo al gioco sessuale.

Il docente invita i giovani a scomporre gli annunci con l'ausilio di parole come: SESSUALITA', DESIDERIO, OGGETTO, CONSUMO, CORPO, UNITA', POTERE, UOMO, DONNA E RELAZIONE. Mediante il dibattito tra compagni, il docente condurrà le idee verso la visione deformata della sessualità che ci mostra la società, e come una dimensione costitutiva della persona sia utilizzata e ridotta a PRODOTTO DI CONSUMO.

Li si invita ad essere critici con altri annunci e, se possibile, a portare in un'altra sessione alcuni esempi per metterli in comune.

Attività' 5 : Quindi si mostrano quattro immagini che rappresentano la società in cui viviamo e li si invitano a descrivere ciò che vedono nei disegni. Si possono dividere le immagini per gruppi:



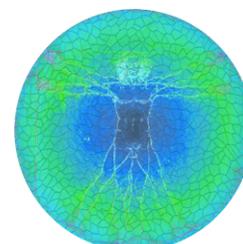
CONSUMISTICA



COMPETITIVA



UTILITARISTICA



DUALISTICA

Poi si chiede loro di descrivere questi concetti, cercando di farlo nella prospettiva della persona e della visione sulla sessualità.

Così il docente, dopo aver ascoltato le esposizioni dei giovani, centrerà le idee sui concetti:

- **CONSUMISTICA**: L'obiettivo della società è la produzione massiva di beni di consumo, trasformando semplici oggetti in beni necessari. La PERSONA finisce per essere OGGETTO DI CONSUMO, OGGETTO DEL DESIDERIO.
- **COMPETITIVA**: Si impone la legge del più forte. Entriamo in una vertigine di potere, egoismo, dell'avere e del volere sempre di più. Alla fine vediamo chi ci sta accanto come un nemico, come qualcuno da eliminare. Questo TU, che mi costruisce come persona, che mi aiuta a crescere, non è più un'OPPORTUNITA' per me.
- **UTILITARISTICA**: La società incorpora la persona per quel che vale e che serve. La persona non ha valore in sé, bensì per quel che mi offre. Se è un peso economico o sociale, l'elimino. Per questo mettiamo i nostri anziani da parte nella società. Eliminiamo i bambini con malformazioni o perché in questo momento non ci possiamo pensare. La persona è trasformata in una cosa che ci serve o meno.
- **DUALISTICA**: La visione dualistica dell'uomo divide la persona in due: in anima e corpo. Si produce una rottura nella persona. La mia anima da un lato e il mio corpo (che non sono IO), dall'altro. Di qui la preoccupazione che abbiamo per il corpo, per il suo culto. E il corpo diventa oggetto del desiderio.

ATTIVITA' 6-7-8-9: La sessione continua con la proiezione di tre spot pubblicitari di una macchina. Nei primi due si presenta lo stesso modello mentre il terzo è differente.

- IL PRIMO ANNUNCIO: è diretto a un pubblico di età matura. I colori sono una gamma di grigi e neri che danno sobrietà ed eleganza. La musica scelta è classica e in perfetta armonia con il movimento delle parti dell'auto mostrate. Si vede l'interno del motore che funziona alla perfezione e che assomiglia al battito cardiaco. Trasmette sicurezza.
- IL SECONDO ANNUNCIO: è diretto ad un pubblico giovane. Lo spot è pieno di colori. La carrozzeria è di un rosso intenso. La musica è trascinante e a gran volume. Le immagini sono di forte impatto e la macchina percorre la strada a grande velocità. Si trasmette ebbrezza, divertimento e avventura.
- IL TERZO ANNUNCIO: è una vettura familiare e pertanto il suo pubblico sono i padri di famiglia. Viene utilizzato per attrarre i bambini giacché si concentra sulla rivalità che si produce tra due bimbi seduti sul sedile posteriore delle due macchine. Uno sta in una macchina sportiva e ha in mano una macchinetta che mostra all'altro bambino con tono canzonatorio, finché il suo volto cambia nel vedere come il padre dell'altro bambino stia mettendo nel grande portabagagli della familiare una macchina sportiva a grandezza naturale.

Si pongono ai giovani una serie di domande sugli annunci e li si invitano a riconoscere le differenze esplicitate precedentemente. Il docente deve condurre le domande per arrivare alle conclusioni.



<http://www.youtube.com/watch?v=7H-K2Mu9 Ys>



<http://www.youtube.com/watch?v=EA-mgkM-Uo>

L'obiettivo di queste attività è che i giovani riescano a riconoscersi oggetti di consumo e si rendano conto di essere manipolati da interessi sociali. È importante, a questo riguardo, che il docente li incoraggi ad essere critici verso tutto ciò che la società offre loro: la moda, la televisione, la musica, la pubblicità, il valore della persona e la sessualità; a non lasciarsi manipolare da nessuno e a cercare la verità.

ATTIVITA' 10: Si continua sulla stessa linea delle attività precedenti con la presentazione di un annuncio in cui appare un messaggio molto chiaro che afferma:

Anche tu cadrai!



Questo annuncio ha un chiaro contenuto erotico. Il corpo dell'uomo è utilizzato come qualcosa che deve essere "provato", perché irresistibile, come se fosse un gelato. Si vede una mano femminile che non resiste a prenderne un pezzo. Con questo chiarissimo messaggio invitiamo i giovani a riflettere sui sentimenti che produce in loro il sapersi manipolati.

Il docente si riferirà alla favola di Pinocchio, sviluppata nell'unità 3, ricordando agli alunni le conseguenze che ebbe Pinocchio per aver seguito i suoi supposti amici e li farà riflettere sul fatto che spesso ciò che attrae non sempre è ciò che porta alla felicità.

ATTIVITA' 11: Si conclude la sessione facendo una pausa e promuovendo un ambiente di tranquillità e riflessione. Si invitano i giovani a guardare dentro di sé, a ripensare al modo con cui la società li influenza, a considerare se sono consapevoli delle parole delle canzoni che cantano, dei vestiti che hanno addosso, del mondo dei tatuaggi e dei *piercing*, del modo di rapportarsi agli amici, della velocità della vita, delle cose che comprano, di quello che buttano, dell'uso che fanno delle cose, ecc.

Viviamo in una società consumistica in cui la persona finisce per essere OGGETTO del DESIDERIO.

La persona non ha valore in sé se non per quel che mi offre o mi porta. È una società utilitaristica.

Viviamo in un mondo competitivo e anche i rapporti umani si vivono in questa prospettiva. Sembra che chi ho accanto sia il mio nemico.

**LA PERSONA VIENE SVALUTATA,
RIDOTTA A OGGETTO DEL DESIDERIO.**

NON LASCIATEVI MANIPOLARE!!



Esos dedos que señalan. Disegno a matita e gessetto di Natalia Núñez

ANDATE SEMPRE IN CERCA DELLA VERITA'!!



TEMPO E MATERIALE

Questa scheda è destinata agli alunni del 2° anno della scuola superiore.

È opportuno realizzarla in due sessioni. Si possono invitare i giovani a portare annunci pubblicitari e serie televisive da cui si capisca l'influenza della società per quanto riguarda il valore della persona e della sessualità.

ATTIVITA'	TEMPO (minuti)	MATERIALE
Attività 1: Presentazione.	5	Scheda.
Att. 2-3-4 : Riflessione personale e lavoro di gruppo.	20	Annunci.
Att. 5: Riflessione personale.	10	Immagini dal mondo. Carta e penna.
Att. 6-7-8-9: Osservare e riflettere. Condivisione.	30	Proiettore. Scheda e annunci pubblicitari delle autovetture.
Materiale portato dai giovani.		
Att. 10: Riflessione personale.	10	Immagine di annuncio: anche tu cadrai!
Att. 11: Riflessione e conclusione.	10	Foglio e matita. Scheda.