



EDUCAZIONE AI MEDIA

Orientarsi e comportarsi in una società mediatizzata

Sempre più di frequente, i grandi produttori di contenuti digitali utilizzano la pubblicità per dare accesso a servizi apparentemente gratuiti. Come fruitori, non siamo sempre consapevoli di come essa ci influenzi, veicoli e diriga i nostri acquisti.

Per questo motivo, analizzare i linguaggi della pubblicità diventa fondamentale per comprendere come essa agisca sul nostro inconscio.

L'EAS si colloca all'interno della *dimensione critica* descritta da Pier Cesare Rivoltella: in essa “trovano posto, quindi, non solo le istanze analitiche che si servono degli usuali approcci semiotici, ma anche tutto quanto attiene all'accesso e alla comprensione delle forme culturali” (*Nuovi Alfabeti* 2020, p.195).

Si analizzeranno le forme e i linguaggi mediali dello spot pubblicitario per definirne gli elementi costitutivi, i codici di linguaggio (sonoro, verbale, iconico...) e le regole di composizione in un percorso che guiderà gli alunni e gli studenti a pensare in maniera differente dietro ad uno schermo:

Think different. Behind the Mac.

Discipline coinvolte
Italiano, Musica, Arte e Immagine, Educazione Civica





EDUCAZIONE AI MEDIA

Orientarsi e comportarsi in una società mediatizzata

Discipline coinvolte
Italiano, Musica, Arte e Immagine, Educazione Civica



Creazione di
contenuti digitali



Risolvere problemi

Livello DigComp 2.2	Aspetto (dimensione 1)	Descrittore (dimensione 2)
3_Intermedio Da solo e risolvendo problemi diretti	Creazione di contenuti digitali	3.1. Sviluppare contenuti digitali
	Risolvere problemi	5.4. Individuare i divari di competenze digitali





EDUCAZIONE AI MEDIA

Orientarsi e comportarsi in una società mediatizzata

Descrizione attività

Costruire brevi video (massimo 1 minuto) per far riflettere sui meccanismi generati dagli spot pubblicitari.

Setting

L'attività può essere svolta sia in classe sia nel laboratorio di informatica. Per favorire l'interdipendenza positiva e l'interazione faccia a faccia, si consiglia l'utilizzo di banchi disposti ad isola.

Per la formazione dei gruppi di lavoro è consigliato il criterio dell'eterogeneità per valorizzare le competenze dei singoli alunni e favorire il Peer Tutoring.

Se gli alunni/studenti neofiti al Cooperative Learning, si consiglia di strutturare i ruoli all'interno dei gruppi per favorire la partecipazione di tutti.

Discipline coinvolte

Italiano, Musica, Arte e Immagine, Educazione Civica



Materiali e Risorse



- Digital Board;
- Pc;
- Smartphone/Tablet;
- Padlet;
- 123 Apps;
- Video su come costruire uno spot pubblicitario

<https://www.youtube.com/watch?v=0ZepFoYGlhE> .



Anticipare

L'insegnante mostra il video- stimolo sulla Digital Board
"Greatness" (spot serie Behind Mac):

<https://www.youtube.com/watch?v=cYk-D6QTkOE>



Agli alunni viene chiesto quale canale tra visivo (immagini), uditivo (musica), verbale (parole) ha colpito maggiormente il loro interesse e perché. L'insegnante provvederà a raccogliere le informazioni mediante uno strumento di lavoro condiviso (Padlet, Google Moduli...).

Partendo da quanto emerso dalle risposte degli alunni/studenti, si identificano sinteticamente gli elementi salienti su cui si focalizza la pubblicità:

- Il prodotto è sempre in primo piano;
- Le emozioni trasmesse dai volti sono associati a stati d'animo positivi;
- I soggetti scelti sono persone che hanno raggiunto il successo (l'attore Tom Hanks, il regista Spike Lee, i cantanti RuPaul e, Billie Eilish, la giornalista e attivista Gloria Steinem, l'artista Billie Eilish, il comico e conduttore di programmi televisivi Stephen Colbert, il rapper Kendrick Lamar, l'artista contemporaneo Takashi Murakami);
- Funzione del messaggio verbale;
- Funzione della musica (*Take Back the Power* di Raury);
- Collegamento tra messaggio verbale, uditivo e visivo.

Agli studenti viene chiesto di raccogliere le idee per spiegare, tramite brevi video, quali strategie vengono utilizzate per incrementare le vendite di un prodotto.



EDUCAZIONE AI MEDIA

Orientarsi e comportarsi in una società mediatizzata

Discipline coinvolte
Italiano, Musica, Arte e Immagine, Educazione Civica

Produrre

1. Analisi guidata della seguente pubblicità

<https://www.youtube.com/watch?v=quppef3bH-s>

2. Gli alunni, in piccoli gruppi, progettano un breve video (1 minuto) per condividere e porre l'attenzione su come la pubblicità veicola i contenuti al fine di aumentare le vendite (esempio di video: Avete mai notato che nelle pubblicità il prodotto da vendere è in primo piano? Questo accade perché.....).

Per Approfondire

TESTA ANNAMARIA, *La pubblicità*, Il Mulino, Bologna, 2007.

ISBN 978-8815118622

Riflettere

Il gruppo:

- Ripercorre le fasi della progettazione e dell'attuazione del prodotto;



Quali strumenti ho utilizzato nella mia attività?
Ripercorro le fasi del mio lavoro

- Evidenzia punti di forza;



In cosa sono stato bravo?
Ho scoperto di saper fare.....

- Evidenzia le criticità sul lavoro e sulla cooperazione all'interno del gruppo;

In cosa posso migliorare?
Ho scoperto di non saper fare.....



Ho partecipato attivamente al prodotto?
Forse avrei potuto esprimermi diversamente.....

- Guarda insieme i video prodotti e riflette sull'efficacia rispetto alle caratteristiche individuate in partenza.

Obiettivo	ICF-CY	Descrizione	Adattamenti
Conoscere le principali funzioni dei programmi di progettazione grafica	b1301 Motivazione	Capacità di rivolgere particolare attenzione a qualcosa in base curiosità e desiderio di conoscere.	<ul style="list-style-type: none"> • Con l'aiuto di un compagno, l'alunno cerca in rete le pubblicità note che gli sono piaciute e quelle che non gli sono piaciute. • Il docente mostra la procedura per copiare immagini dalla Rete e incollarle in un programma di progettazione grafica e modella sfumando il prompt la sequenza per farla acquisire all'alunno. • Il docente mostra la procedura per salvare immagini/musiche dalla Rete e importarle in un programma di progettazione grafica e modella sfumando il prompt la sequenza per farla acquisire all'alunno. • Peer tutoring: con due dispositivi, un compagno esperto nella produzione e nel montaggio video, indica la sequenza procedurale che l'alunno deve compiere per aggiungere immagini/musiche al video.

DIMENSIONE DELLA COMUNICAZIONE e DEL LINGUAGGIO

Obiettivo	ICF-CY	Descrizione	Adattamenti
Ipotizzare lo stato emotivo e le intenzioni comunicative dopo aver guardato una pubblicità	b16700 Recepire il linguaggio verbale	Comprensione pragmatica	<ul style="list-style-type: none"> • Con l'aiuto di emoji, chiedere all'alunno l'emozione provata esempio (Le persone che vedi nel video sono contente/scontente)? <p>Utilizzare delle domande guida (all'occorrenza aiutarsi con una scheda con domande a risposta multipla):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qual è il brand sponsorizzato? C'è un colore che è più presente di altri? Quale emozione ti trasmette la musica ti trasmette? Quale emozione ti trasmettono le immagini? Quale emozione ti trasmettono le parole? Scegli almeno tre parole che descrivono quello che provi.
Scrivere un breve testo per descrivere il proprio stato d'animo dopo aver visto il video	b16710 Espressione del linguaggio verbale	Capacità di produrre attraverso un linguaggio che abbia significato, sia al livello più semplice delle parole sia a quello più complesso delle frasi e dei periodi.	<p>Lavoro cooperativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzando le domande di analisi viste in precedenza, con l'aiuto dei compagni, l'alunno scrive un breve testo. (qualora si voglia semplificare ulteriormente l'attività, il docente può preparare una scheda a completamento in cui l'alunno inserisce solo i propri stati emozionali. Tale semplificazione può essere adattata con la CAA o con gli emoji); • Utilizzando le suddette domande, l'alunno annota le risposte date da un compagno mediante una scheda preimpostata dall'insegnante.