

SUONI CHE (RAC)CONTANO

Questa attività propone di analizzare il ruolo che hanno le sonorità nella pubblicità. L'attività proposta è stata elaborata in aggiunta alla sequenza didattica proposta dalla piattaforma E-Media (in F) che prevede l'analisi della composizione di una colonna sonora e la registrazione di musiche collegate a delle sequenze video definite.



Ciclo 2 e 3 Educazione musicale

Profilo di competenza

Individuare e esplicitare i rapporti tra la musica e gli altri linguaggi espressivi, con lo scopo di riconoscere e esplicitare metafore, analogie, simbolismi, ecc. (pag. 236)

Utilizzare strumenti multimediali, software specifici e apparecchi per la registrazione, l'elaborazione e la trasformazione sonora, per creare effetti, sonorizzazioni, brevi colonne sonore o composizioni originali. (pag. 237)

Situazione-problema

In che modo ci influenza la sonorità dei film e della pubblicità?
In che maniera la musica di una pubblicità mi stimola ad acquistare un prodotto?

Traguardo di apprendimento

Gli allievi sono in grado di:
– analizzare criticamente l'influenza di una sonorità di un film e delle pubblicità in relazione al messaggio che si vuole trasmettere

Contributo all'ESS

Questa attività consente di evidenziare l'influenza del suono e della musica sulle nostre emozioni e le nostre azioni. Essa può concretizzarsi in una riflessione sulla colonna sonora della pubblicità che influenza la nostra attitudine di consumatore.

Attività orientate all'ESS

Analisi dei suoni/della musica utilizzata nella pubblicità e della sua influenza sul nostro comportamento

Competenze trasversali del PdS mobilitate dalle attività ESS

Pensiero riflessivo e critico