ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico – *Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: PAROLE IN LIBERTA'? OLTRE LA BABELE



- ## Tematica e motivazione della scelta

Il percorso proposto attraversa l'"intricata rete del linguaggio figurale e tiene conto soprattutto delle nuove forme di comunicazione, cui ha dato facile e rapido accesso la tecnologia. Il tasso di figuralità, nei testi, si è accresciuto sensibilmente e spesso le figure retoriche tradizionali hanno subìto alterazioni consistenti. Attraverso la lettura, l'analisi e la produzione di slogan pubblicitari, si esaminano, perciò, gli effetti figurali più diffusi e innovativi, con particolare attenzione alla funzione espressiva, persuasiva e referenziale e ai modelli retorici e allo stile di scrittura (figure della rapidità, dell'analogia, mescolanze di idiomi, brevità, caratteristiche del linguaggio parlato) introdotti dai linguaggi giovanili, dai blog, dagli sms, dai messaggi Facebook e twitter, dal mondo pubblicitario, fermo restando il paragone e l'esempio dei grandi della letteratura in versi e in prosa. Tale focus, si inserisce bene nella progettazione didattica

annuale prevista per il biennio, conforme alle indicazioni nazionali e le competenze –chiave di cittadinanza. Comunicare nella lingua madre e padroneggiare la lingua italiana, i suoi strumenti espressivi e argomentativi per comunicare efficacemente nei vari contesti, infatti, è proprio la prima competenza individuata in sede di raccomandazione europea nel 2006 e base fondante di una maggiore consapevolezza di sé, del rapporto con la natura e con gli altri. Il tutto, ben legato all'uso degli strumenti multimediali che favoriscono la responsabilità, la cooperazione e l'inclusione di tutti gli alunni. Proponendo spunti di scrittura quotidiana, infatti, molti ragazzi, anche quelli più deboli, possono sperimentare concretamente alcuni vantaggi; così ché un'attività, solitamente ostica e difficoltosa come quella della produzione scritta, viene facilitata da strumenti moderni e di supporto e da una motivazione forte data dalla funzione comunicativa della scrittura stessa. Essa può essere, perciò, non solo ben accetta e poco faticosa per i ragazzi tutti, ma motivo di orgoglio e di autostima.

Tale aspetto si intreccia con il dibattito che ha animato i linguisti negli anni settanta/ottanta, soprattutto dopo la pubblicazione delle famose Dieci Tesi, su quale italiano insegnare e, quindi, come elaborare le grammatiche. La diatriba si è concentrata su quale lingua dovesse essere veicolata e quale insegnare per le tante varietà affermatesi (forestierismi, locuzioni parlate, principi alterati) e che caratterizzano il cosiddetto neostandard che i nostri studenti normalmente utilizzano a causa proprio dei nuovi mass media invadenti e con cui anche noi insegnanti dobbiamo fare i conti. Si tratta di considerarli non come ostacoli, pregiudizialmente errori, ma opportunità che ci aiutano a capire la versatilità, multidimensionalità e l'efficacia del nostro patrimonio linguistico vecchio e nuovo. Una teoria dei non addetti ai lavori considera standard una lingua che è all'origine diversa (dalle altre) o dotata di caratteristiche che le altre forme di lingua non hanno. Una di queste caratteristiche sarebbe la centralità o neutralità rispetto ad altre varietà. Inoltre, non sarebbe standard una lingua che di per sé sarebbe più logica, più adatta alla comunicazione scritta. In realtà, a ben vedere, le cose stanno diversamente. Invero, la definizione di lingua standard è di natura extralinguistica e si riferisce al suo ruolo all'interno della comunità linguistica; si tratta cioè di una definizione sociale. In questo senso, è quella varietà che viene presa come lingua franca per la comunicazione tra parlanti di regioni o gruppi sociali diversi. Le ragioni, dunque, che hanno reso una lingua standard, non sono quelle di neutralità e di adattabilità, ma piuttosto ragioni storiche, che hanno a che fare con le vicende di una comunità e del contesto in cui quella lingua nasce e si sviluppa. Fondamentale, dunque, il contesto di riferimento e non esclusivamente il buon scrivere letterario. In questo senso, la pubblicità, o comunque il linguaggio dei social network e di internet più in generale, è paradigmatico. Lo stesso **Nencioni,** linguista, già presidente della Accademia della Crusca, afferma coraggiosamente e provocatoriamente che il logicismo non è adeguato alla natura delle lingue naturali.[…]***l'importante non è che la nostra lingua***

risponda a regole interna di coerenza logica , ma che esprima e comunichi con efficacia e il nostro pensiero e il nostro stato d'animo."

L'attività descritta anzitutto vuole mettere a fuco come le parole siano lo strumento più potente a nostra disposizione e che quest'ultime, spesso,vengono usate in modo figurato e poetico. Da dove nasce questa attitudine? Neuro- scienziati e neuro- linguisti stanno analizzando il fenomeno, arrivando a conclusioni sorprendenti circa i processi. Ma, in ultima analisi, ogni volta che l'uomo si trova a essere colpito da qualcosa nel reale e vuole comunicarlo (fuori o dentro di lui) si accorge che le parole solite non bastano. La lingua "normale" non basta più. In questa messa a fuoco si sono accese le nostre parole, si sono spinte oltre la riva delle parole solite. E' un atto dell'intelletto proprio dell'uomo e non è ingannevole. Certamente l'uomo ne può fare cattivo uso. Ma questo sta alla sua libertà e onestà.

La presenza delle figure retoriche nel linguaggio, quindi, è uno dei suoi tratti più caratteristici e interessanti. Di qui la stretta correlazione, a cui dobbiamo abituare i ragazzi, tra la forma e il contenuto. Di questa capacità di "potenziare", si sono giovate la letteratura, la poesia e l'arte in genere, ma anche il parlare comune e popolare e alcuni linguaggi specifici o settoriali ed oggi la scrittura per il web e il linguaggio pubblicitario. In particolare, se pensiamo proprio al linguaggio pubblicitario e alle sue caratteristiche linguistiche, tale "creatività " appare evidente. Esso, infatti, si arricchisce di espressioni figurate per catturare prioritariamente l'interesse del pubblico. Alla base, comunque, c'è un vero e proprio processo creativo. E' soprattutto la funzione connotativa che permette al linguaggio pubblicitario a creare intorno all'oggetto le immagini espressive che nella fase di decodifica provocano la nascita delle associazioni narrative e soggettive. Le figure hanno una lunga storia e inizia con le riflessioni dei Greci sulla grammatica. La retorica come arte del dire e come consapevolezza della sua efficacia nasce nell' antica Grecia per una esigenza pratica: insegnare a parlare e ad esprimersi al meglio per essere più convincenti; in un secondo momento, a questa funzione pratica, si aggiunge un' altra teorica, cioè, una riflessione sul linguaggio, studiato nei suoi vari livelli (fonico, lessicale, sintattico figurale) e in funzione del commento esegetico dei testi. Più precisamente, l'arte della parola nacque nella Magna Grecia, in Sicilia, nel corso del sec. V a.C., quando per i Siracusani fu necessario saper parlare bene per difendere i propri interessi in una lunga e intensa stagione di processi intentati contro i soprusi del tiranno di Siracusa Trasibulo. Non può mancare, inoltre, il riferimento al padre dell'oratoria romana Catone che appunto sintetizza, con il famoso motto "*vir bonus dicendi peritus*" , tutta l'importanza del parlare e creare linguaggio, prevenendo anche il pericolo sotteso allo stesso uso del linguaggio quando se ne servono gli uomini improbi.

Lo studente verrà condotto progressivamente, dunque, a prendere coscienza del livello figurale del linguaggio con cui entra in contatto e che lui stesso produce. Obiettivo fondamentale di questo studio è acquistare consapevolezza e quindi imparare a governare, riconoscendola prima e utilizzandola

consapevolmente poi, la componente figurale del linguaggio e le funzioni ad esso legati, in un mix equilibrato e di buon senso anche di scritto e parlato. Si prende ad esempio, nell'attività di seguito descritta, lo slogan pubblicitario a cui tutti noi e, gli studenti in particolare, sono esposti. Si accerterà, infine, attraverso un compito in situazione in gruppo, le competenze di scrittura di uno slogan pubblicitario sul proprio liceo in formato digitale.

Domanda-problema :

Parole in libertà? Esplorare e interpretare il linguaggio figurato nel linguaggio pubblicitario

Destinatari: classe II A liceo scientifico, II A ipsia servizi socio-sanitari (odontotecnico

- **Finalità:**

- **Potenziare e sensibilizzare l'uso figurato, espressivo e creativo della lingua per comunicare e veicolare un messaggio di senso nei vari contesti di riferimento e in particolare nella scrittura pubblicitaria**

- **Obiettivi specifici di apprendimento in termini di competenze, abilità e conoscenze**

Competenze Relativi all'asse dei linguaggi	Abilità	Conoscenze
Padroneggiare gli strumenti espressivi per gestire l'interazione comunicativa verbale in vari contesti	▪ usare il lessico in modo consapevole ed appropriato alle diverse situazioni comunicative e nello slogan pubblicitario. ▪ riflettere su funzioni e significati di tutte le parti del discorso, saperle riconoscere , classificare e usarle correttamente ▪ comprendere la struttura della frase così come costruita nei testi in questione.	***Prerequisiti di conoscenza e conoscenze relative alla riflessione sulla lingua*** **Prerequisiti** ▪ le fondamentali regole ortografiche e la punteggiatura ▪ gli elementi della comunicazione e le funzioni linguistiche principali ▪ le principali caratteristiche della formazione delle parole (sinonimi, antinomi, campi semantici) ▪ le figure retoriche più diffuse ▪ denotazione e connotazione **Conoscenze** ▪ le strutture grammaticali "alternative" della lingua italiana scritta, parlata (dislocazione a sinistra, dislocazione a destra, elissi, anacoluto etc..) e settoriale. Comparazione con la lingua latina. ▪ Le figure retoriche anche quelle meno diffuse a livello morfologico, sintattico, semantico, fonologico ▪ Varietà lessicali e principi alternativi alla formazione delle parole in rapporto ad ambiti e contesti diversi (inventare nuove parole, trasferire i significati,

		trasformarle) ▪ caratteristiche del linguaggio pubblicitario
Leggere, comprendere e interpretare testi scritti di vario tipo	- Padroneggiare le strutture della lingua e individuare le informazioni implicite ed esplicite e saper comprenderne i nessi. Cogliere il senso del messaggio presente nei testi pubblicitari. Individuare il livello denotativo e connotativo specifico , il linguaggio figurato e gli elementi espressivi/retorici. Riflettere sulla forma del testo e i legami con lo scopo.	**Conoscenze** ▪ Natura, funzione e principali scopi comunicativi ed espressivi di un testo pubblicitario. Funzione referenziale, conativa ed emotiva della lingua.
Produrre testi di vario tipo in relazione ai differenti scopi comunicativi **Competenza: collaborare e partecipare**	- Ricercare, acquisire e selezionare informazioni generali e specifiche in funzione della progettazione e produzione di testi pubblicitari - Utilizzare e produrre uno slogan e una breve descrizione in formato digitale. - Gestire relazioni, comunicare con gli altri e lavorare in gruppo - Senso di iniziativa	**Prerequisiti** ▪ Tecniche di produzione del testo in questione ed uso del pacchetto Office **conoscenze** ▪ Principali componenti strutturali ed espressive –retoriche di un prodotto multimediale **Indicatori da valutare** - Comunicare idee, sentimenti, bisogni personali, sensazioni - Esprimere ed accettare feedback Partecipare al dibattito e ai compiti in situazione e lavorare coerentemente con il proprio ruolo all'interno del gruppo. - Prendere iniziativa nell'aiutare il gruppo, fornire idee e assistere gli altri compagni - Essere puntuali e completi nella consegna del compito

- **Competenze-chiave di cittadinanza implicate come previste dal D.M 139 del 22 Agosto 2007**

- ✓ Comunicare
- ✓ Acquisire ed interpretare l'informazione
- ✓ Collaborare e partecipare

- **Key-competences implicate**

- ✓ Comunicazione nella madrelingua e nella lingua straniera
- ✓ Competenze digitali
- ✓ Senso di iniziativa e imprenditorialità
- ✓ Competenze sociali e civiche

Fasi del percorso:

a) **Le risorse del linguaggio e Il linguaggio figurato nelle varie tipologie testuali.**

Le lezioni sono volte a far esercitare nella scrittura di testi brevi e creativi. Soprattutto, dopo una prima fase teorica sulla nascita del linguaggio e sulle forme di comunicazione, si focalizza l'attenzione su la definizione di denotazione e connotazione, il meccanismo base di formazione di parole, le alterazioni e i forestierismi e gli elementi utili ad un uso figurato e creativo del linguaggio. Inoltre, ci si è voluti soffermare anche sulle caratteristiche del testo descrittivo e predisporre alcuni esercizi presenti nel libro di testo in adozione. Più specificamente, si prevede un esercizio di descrizione a tre dimensioni: descrizione oggettiva, soggettiva ed espressiva. L'esercitazione ha previsto due fasi: la prima, ha trattato la descrizione di un argomento o più propriamente un luogo a loro scelta; la seconda, invece, a partire da un quadro d'autore. Si è trattato, per la descrizione espressiva, di dare spazio alle immagini e alla creatività. Inoltre, gli stessi studenti hanno poi elaborato una ricerca a casa sulle più diffuse figure retoriche, successivamente utilizzate negli esercizi assegnati. (durata dell'attività: 2 h)

b) **Il linguaggio figurato nelle canzoni e nei testi poetici:** Tale fase propone agli alunni due canzoni, da ascoltare e analizzare, per mettere in evidenza l' uso particolare della lingua al fine di dar risalto al significato e al messaggio che il cantautore vuole trasmettere. I testi considerati sono stati: "*voglio un vita spericolata* " di Vasco Rossi e "*Bella"* di Jovanotti. (durata 2 h)

c**) Il linguaggio pubblicitario: visione degli spot, discussione, esercizio di analisi individuale**:

La prima fase della lezione è dedicata ad una breve presentazione del docente dei nuclei essenziali dell'attività, degli obiettivi e delle finalità e saranno presentati due esempi. Subito dopo, visioneremo sulla lim i video di cinque noti spot pubblicitari della durata totale di circa 5 minuti a cui seguirà un discussione circa le caratteristiche linguistiche. Nella fase finale della

prima lezione, poi, sarà distribuita ai ragazzi una scheda di analisi di uno degli spot visionati che individualmente dovranno compilare. (durata 1 h)

La seconda fase prevede la fase di ricerca on line e di produzione come richiesto dal compito in situazione. Nel laboratorio informatico i ragazzi si disporranno in una postazione individuale o a coppia. Dovranno, in gruppo, creare un volantino pubblicitario –informativo. Durante la progettazione i ragazzi potranno navigare su Intenet alla ricerca di una qualche idea creativa da rielaborare e utilizzare per la consegna. La ricerca sul web sarà facilitata e orientata da una sitografia predisposta dal docente. I restanti minuti sono dedicati alla produzione vera e propria in una situazione reale. I ragazzi in gruppo, prepareranno, prima, una bozza dello slogan, , poi, definiti i ruoli all'interno dello stesso gruppo, porteranno a termine il prodotto di sponsorizzazione e informazione del proprio liceo. L'attività è accompagnata da domande-guida proiettate sulla Lim.

Descrizione del compito:

Attraverso il software *publisher o Canva* i ragazzi riproducono un volantino con uno slogan di un massimo di 140 caratteri creativo,espressivo ed efficace e corredato di una breve descrizione del proprio liceo, info e contatti utili. Il tutto dovrà poi essere salvato in formato immagine (Jpeg o png). All'interno dei gruppi (i gruppi sono in totale 4) saranno definiti i ruoli in coerenza con gli interessi e le attitudini di ciascuno. I ruoli dovranno essere così suddivisi:

a) capogruppo, individuato dal docente, responsabile e facilitatore di tutte le fasi del processo di lavoro
b) curatori immagini e template ed eventuale info-grafica
c) curatore delle descrizione e delle informazioni e dei contatti utili.

In questa fase, il ruolo del docente sarà tutoriale che tende, quindi, ad avere un ruolo indiretto, di supporto agli studenti sia sul piano cognitivo che su quello emotivo e motivazionale. (Durata 4 h)

- **Collegamenti interdisciplinari:**

- **Lingua latina** (lessico di base ed etimologia, prefissi e suffissi, derivazioni)
- **Lingua inglese (**lessico della pubblicità, forestierismi e calchi dalla lingua inglese – sarà sottoposto agli studenti anche un esempio di pubblicità in lingua inglese)

- **Tempi dell'attività**: 9 h
- **Metodologia e valutazione**

- Lavoro di gruppo
- Lezione e discussione
- Problem solving
- Compito in situazione e verifica formativa

- **Materiali e strumenti che si intendono utilizzare**

- Supporti audiovisivi
- Risorse dalla rete Internet
- Ppt e schede fornite dal docente
- Laboratorio informatico
- Lim
- Pacchetto Office

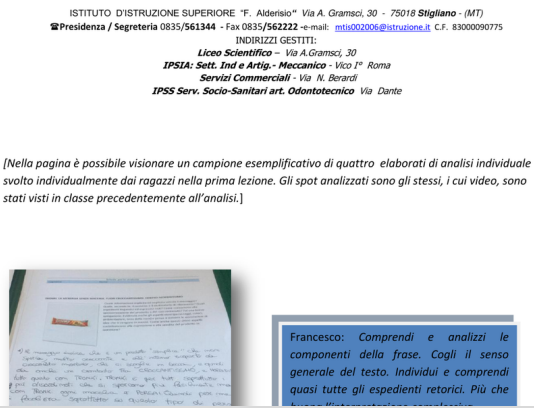
Il link alla piattaforma multimediale in cui è possibile visionare tutto il materiale e i video degli spot visionati in classe: **https://padlet.com/andreaborraccia80/fcaboc6x5cna**

la centralità della lingua italiana

Tra scrittura e oralità. Dentro il linguaggio pubblicitario; oltre la Babele. Il compito in situazione

ANDREA BORRACCIA 31 MAGGIO 2017 18:49

analisi individuale di alcuni spot. esempi


ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 8300090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig. - Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

[Nella pagina è possibile visionare un campione esemplificativo di quattro elaborati di analisi individuale svolto individualmente dai ragazzi nella prima lezione. Gli spot analizzati sono gli stessi, i cui video, sono stati visti in classe precedentemente all'analisi.]

Francesco: *Comprendi e analizzi le componenti della frase. Cogli il senso generale del testo. Individui e comprendi quasi tutte gli espedienti retorici. Più che*

campione analisi individuale
Documento PDF
PADLET DRIVE

la brochure realizzata dai gruppi di ragazzi del liceo

gruppo C liceo

GRUPPO C
File 1,01 MB pub
PADLET DRIVE

gruppo A liceo

GRUPPO A
File 1,05 MB pub
PADLET DRIVE

gruppo B liceo

GRUPPO B
File 837 KB pub
PADLET DRIVE

gruppo D liceo

GRUPPO D
File 5,36 MB pub
PADLET DRIVE

i volantini realizzati dai ragazzi dell'odontotecnico

volantino A odontotecnico

volantino A odontotecnico
File 432 KB pub
PADLET DRIVE

volantino B odontotecnico

Volantino B odontotecnico
File 637 KB pub
PADLET DRIVE

❋❋❋❋❋❋

LA CENTRALITà DELLA LINGUA ITALIANA

PAROLE IN LIBERTA': OLTRE LA BABELE. IL MATERIALE UTILIZZATO DAL DOCENTE

ANDREA BORRACCIA 12 APRILE 2016 06:29

schede per gli studenti analisi delle canzoni


IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLE CANZONI E DELLE PUBBLICITA'

Scheda per lo studente

Cognome Nome Data

Le canzoni raccontano storie, le raccontano secondo il punto di vista del cantautore, che guardandosi in giro o guardando dentro di sé scopre qualcosa e la mette in musica.

Leggi attentamente i versi che seguono, tratti da una famosissima canzone d'amore di Jovanotti e rispondi alle domande proposte

Bella come una mattina
d'acqua cristallina
come una finestra che mi illumina il cuscino

scheda per lo studente canzoni

Documento PDF

PADLET DRIVE

scheda per gli studenti analisi linguaggio pubblicitario


ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'
- Due esempi, la scheda studente e il compito-

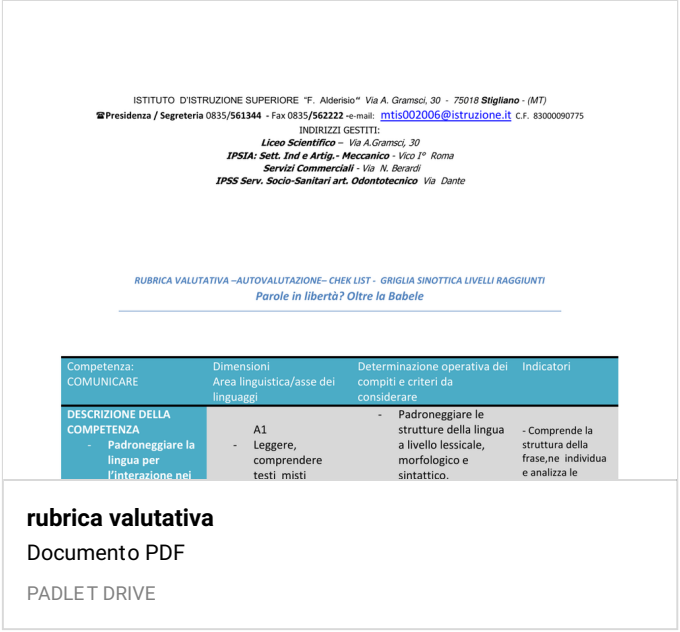
[Nelle pagine seguenti è possibile visionare: i due esempi proposti agli studenti e poi discussi , le schede di analisi degli spot e la traccia del compito svolto in gruppo. Le schede di analisi degli spot si riferiscono agli stessi spot i cui video sono stati visti in classe]

scheda per gli studenti linguaggio pubblicitario

Documento PDF

PADLET DRIVE

rubrica valutativa e check list


ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

RUBRICA VALUTATIVA –AUTOVALUTAZIONE– CHEK LIST - GRIGLIA SINOTTICA LIVELLI RAGGIUNTI
Parole in libertà? Oltre la Babele

Competenza: COMUNICARE	Dimensioni Area linguistica/asse dei linguaggi	Determinazione operativa dei compiti e criteri da considerare	Indicatori
DESCRIZIONE DELLA COMPETENZA - **Padroneggiare la lingua per l'interazione nei**	A1 - Leggere, comprendere testi misti	- Padroneggiare le strutture della lingua a livello lessicale, morfologico e sintattico.	- Comprende la struttura della frase,ne individua e analizza le

rubrica valutativa

Documento PDF

PADLET DRIVE

il ppt di presentazione



LE CARATTERISTIHCE DEL LINGUIAGGIO FIGURATO-PUBBLICTARI PARTE

Presentazione Powerpoint

PADLET DRIVE

non ci vuole un pennello grande, ma un grande pennello

Spot Pennelli Cinghiale
Video di 0:16
PADLET DRIVE

iPad Air 2 Change - Spot Tv- HD - ITA
Video di 1:00
PADLET DRIVE

bueno da rende cattivi

Kinder Bueno dark limited edition spot 2015
Video di 0:30
PADLET DRIVE

change is on the air

infine....i video degli spot visionati e commentati con i ragazzi

tronky, la merenda senza macchia



Tronky - Merenda senza macchia - Spot TV 40"
Scopri i protagonisti del nuovo e originale format del nuovo spot TV di Tronky: quattro giovani coinquilini e le loro divertenti vicissitudini domestiche.
YOUTUBE

altissima, purissima, levissima



[TV 90] Spot "Acqua Levissima" (Messner)

Pubblicità acqua levissima, con Reinhold Messner . "Altissima, Purissima, Levissima"

YOUTUBE

※※※※※

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-

[*Nelle pagine seguenti è possibile visionare: i due esempi proposti agli studenti e poi discussi , le schede di analisi degli spot e la traccia del compito svolto in gruppo. Le schede di analisi degli spot si riferiscono agli stessi spot i cui video sono stati visti in classe*]



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344 -** Fax 0835**/562222 -**e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-

Scheda per lo studente		
Cognome	Nome	Data

KINDER BUENO. BUONO DA DIVENTAR CATTIVI



Quale informazione esplicita e implicita veicola il messaggio? Quale secondo te il contesto e il destinatario di riferimento? Quali espedienti linguistici ed espressivi noti? (figure morfologiche, lessicali, sintattiche, associazioni di idee etc…) Cosa mi puoi dire della struttura della frase a livello morfologico, lessicale e sintattico?Come concorrono alla sponsorizzazione del prodotto? Fai una breve spiegazione. Evidenzia anche gli aspetti visivi (personaggi,colori, ambientazioni, tono della voce,) e prova a scrivere le associazioni di idee che ti vengono in mente. Come anche questi ultimi aspetti contribuiscono alla vendita del prodotto in questione?

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'
- Due esempi, la scheda studente e il compito-

Scheda per lo studente		
Cognome	Nome	Data

IPAD AIR 2 : CHANGE IN ON THE AIR

- Quale informazione esplicita e implicita veicola il messaggio? Quale secondo te il contesto e il destinatario di riferimento? Quali espedienti linguistici ed espressivi noti? Cosa mi puoi dire della struttura della frase a livello morfologico, lessicale e sintattico?Come concorrono alla sponsorizzazione del prodotto. Fai una breve spiegazione. Evidenzia anche gli aspetti visivi (personaggi, colori, ambientazioni, tono della voce , associazioni etc…) del video visionati e come contribuiscono alla espressione e alla vendita del prodotto in questione. Ragiona anche sul logo. Perché proprio una mela secondo te?



ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi e la scheda studente-

Scheda per lo studente		
Cognome	Nome	Data



ALTISSIMA.PURISSIMA.LEVISSIMA

Quale informazione esplicita e implicita veicola il messaggio? Quale secondo te il contesto e il destinatario di riferimento? Quali espedienti linguistici ed espressivi noti? Cosa mi puoi dire della struttura della frase a livello morfologico, lessicale e sintattico? Come concorrono alla sponsorizzazione del prodotto e del suo contenuto? Fai una breve spiegazione. Evidenzia anche gli aspetti visivi (personaggi, colori, ambientazioni, tono della voce,) ed prova a scrivere le associazioni di idee che ti vengono in mente . Come anche questi ultimi aspetti contribuiscono alla espressione e alla vendita del prodotto in questione?

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-

Scheda per lo studente		
Cognome	Nome	Data

PER DIPINGERE UNA PARETE GRANDE NON CI VUOLE UN PENNELLO GRANDE, MA UN GRANDE PENNELLO (PENNELLI CINGHIALE)



Quale informazione esplicita e implicita veicola il messaggio? Quale secondo te il contesto e il destinatario Quali espedienti linguistici ed espressivi noti? Cosa mi puoi dire della struttura della frase a livello morfologico, lessicale e sintattico? Come concorrono alla sponsorizzazione del prodotto e del suo contenuto? Fai una breve spiegazione. Evidenzia anche gli aspetti visivi (personaggi, colori, ambientazioni, tono della voce,) ed prova a scrivere le associazioni di idee che ti vengono in mente . Come anche questi ultimi aspetti contribuiscono alla espressione e alla vendita del prodotto in questione?

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'

- Due esempi, la scheda studente e il compito-

Scheda per lo studente		
Cognome	Nome	Data

TRONKI. LA MERENDA SENZA MACCHIA. FUORI CROCCANTISSIMO. DENTRO MORBIDISSIMO



Quale informazione esplicita e implicita veicola il messaggio? Quale secondo te il contesto e il destinatario di riferimento? Quali espedienti linguistici ed espressivi noti? Cosa mi puoi dire della struttura della frase a livello morfologico, lessicale e sintattico?Come concorrono alla sponsorizzazione del prodotto e del suo contenuto? Fai una breve spiegazione. Evidenzia anche gli aspetti visivi (personaggi, colori, ambientazioni, tono della voce) e prova a scrivere le associazioni di idee che ti vengono in mente. Come anche questi ultimi aspetti contribuiscono alla espressione e alla vendita del prodotto in questione?

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLA PUBBLICITA'
- Due esempi, la scheda studente e il compito-

COMPITO IN SITUAZIONE -

- **TRACCIA**

Immaginate di essere un *team working* specializzato in comunicazione. Vi è stato affidato l'elaborazione di un pamphlet pubblicitario-informativo. Il pamphlet deve essere creativo, possibilmente corredato di una info- grafica ed efficace. Lo scopo è quello di informare e soprattutto invogliare e persuadere gli studenti e i rispettivi genitori ad iscriversi al liceo della città in cui risiedi. (In questo caso prendi come riferimento il liceo Tito Livio di Martina Franca) individuandone i punti di forza e le qualità. Servitevi degli espedienti retorici e figurati e le tecniche di composizione appresi. Il lavoro si svolgerà in gruppo.

- **COMPOSIZIONE DEI GRUPPI**

Si formeranno 4 gruppi. I gruppi sono misti e predisposti dal docente. All'interno di ciascun gruppo, i componenti individuano insieme ciascun ruolo inerente le proprie attitudini e interessi. Il capogruppo, responsabile e facilitatore dell'intero lavoro, è incaricato dal docente.

Al link sottostante è possibile visionare alcuni prodotti degli studenti relativamente alla fase di analisi individuale di slogan pubblicitari e della produzione di una brochure e volantini:

https://padlet.com/andreaborraccia80/ld8f9y2q6p9h

IL LINGUAGGIO FIGURATO: ESPLORANDO IL MONDO DELLE CANZONI E DELLE PUBBLICITA'

Scheda per lo studente

Cognome	Nome	Data

Le canzoni raccontano storie, le raccontano secondo il punto di vista del cantautore, che guardandosi in giro o guardando dentro di sé scopre qualcosa e la mette in musica.

Leggi attentamente i versi che seguono, tratti da una famosissima canzone d'amore di Jovanotti e rispondi alle domande proposte

Bella come una mattina
d'acqua cristallina
come una finestra che mi illumina il cuscino
calda come il pane ombra sotto un pino
mentre t'allontani stai con me forever.

Lavoro tutto il giorno e tutto il giorno penso a te
e quando il pane sforno lo tengo caldo per te ...

Chiara come un ABC
come un lunedì
di vacanza dopo un anno di lavoro.
Bella, forte come un fiore
dolce di dolore
bella come il vento che t'ha fatto bella amore
gioia primitiva di saperti viva
[…]
Bella come una mattina
d'acqua cristallina
come una finestra che mi illumina il cuscino
calda come il pane ombra sotto un pino
come un passaporto con la foto di un bambino.
come l'allegria
come la mia nonna in una foto da ragazza
come una poesia
o madonna mia
come la realtà che incontra la mia fantasia.
Bella !!

1. Cosa puoi notare subito, a "colpo d'occhio" in merito al linguaggio e allo stile della canzone?

2. Alla fine della prima stanza compare una parola particolare. Di che si tratta?

3. Al verso 12 compare una figura retorica molto usata nella poesia. Quale? Cosa esprime secondo te?

4. Quali sono secondo te le similitudine o le metafore più efficaci e perché?

Vasco Rossi

Le canzoni raccontano storie, le raccontano secondo il punto di vista del cantautore, che guardandosi in giro o guardando dentro di sé scopre qualcosa e la mette in musica. Anzi, gli viene, come canta Vasco Rossi in *Una canzone per te*, del 2002:

Una canzone per te e non te l'aspettavi eh? e invece eccola qua come mi è venuta e chi lo sa le mie canzoni nascono da sole vengono fuori già con le parole.

(testo 1)

E cominciamo proprio con Vasco Rossi. Leggi attentamente i versi che seguono, estratti da una sua celebre canzone e rispondi alle domande proposte.

Voglio una vita
spericolata voglio
una vita come
quelle dei film
voglio una vita
esagerata voglio
una vita come
Steve Mc Queen
voglio una vita
che non è mai
tardi di quelle
che non dormi
mai voglio una
vita, la voglio
piena di guai!!!

(testo 2)

1. C"è un"espressione ripetuta tante volte, fino a diventare un"ossessione. Qual è l"espressione e quante volte compare?

……
…….

2. La vita è unita a due aggettivi; quali sono i due aggettivi e in quali versi compaiono?
……
…….
La canzone presenta l"ideale di vita di un uomo, che si esprime, cantando, in prima persona:

La figura più tipica di questa canzone è la *ripetizione*. La ripetizione serve a potenziare un"idea, a renderla talmente importante, da non poter fare a meno di ridirla in continuazione. Leggi, ad esempio, quest"altra canzone di Vasco Rossi, che si intitola *Io no* (Io no... io no... io no.... Non ti dimenticherò... Io no! io no!..... vedrai che.... io no! io no! Non ti dimenticherò... io no! io no! Vedrai che.... io non ti aspetto più! ..... Yeeeh! **(testo** 3). Quali espressioni vengono ripetute più volte e quante volte?

……
…….

La rima è una speciale forma di "ripetizione", molto usata nella poesia e nelle canzoni: non si ripetono parole o frasi, ma solo "parti" di una parola. La rima è l"uguaglianza completa, in due parole vicine, delle vocali e delle consonanti dall"accento tonico in poi: di***àvolo*** fa rima con t***àvolo***, non con pallav***ólo***; di***àlogo*** fa rima con an***àlogo***, ma non con capolu***ògo***.

4. Torniamo alla "vita spericolata". Quali sono, nella strofe sopra riportata, i versi in rima?

……
…….

Nel parlare comune, non sempre si rispettano le regole della lingua. Il parlare comune è più "libero". C"è una figura, che si chiama "anacoluto": consiste nell"usare le parole, in una frase, senza rispettare bene le regole della sintassi. Nella frase c"è qualcosa che non suona, qualcosa che manca; insomma la frase non rispetta le regole di una buona lingua.

5. Nel verso 5 puoi trovare questo tipo di figura, un anacoluto, appunto: *voglio una vita che non è mai tardi.* Riscrivi la frase, proponendo una revisione che rispetti le regole della sintassi, la combinazione e la concordanza tra le parole…….……..

……
……

6. Nel v. 4 si cita un attore americano: Steve Mc Queen (1930-1980), appassionato di corse motociclistiche e automobilistiche. Girava le scene pericolose personalmente, senza ricorrere alle controfigure (il "cascatore", *stuntman*). Anche qui si può rilevare un anacoluto. Riscrivi la frase in una forma più lineare e corretta:

……..
……
…….

.

ISTITUTO D'ISTRUZIONE SUPERIORE "F. Alderisio" *Via A. Gramsci, 30 - 75018* ***Stigliano*** *- (MT)*
☎**Presidenza / Segreteria** 0835/**561344** - Fax 0835/**562222** -e-mail: mtis002006@istruzione.it C.F. 83000090775
INDIRIZZI GESTITI:
Liceo Scientifico *– Via A.Gramsci, 30*
IPSIA: Sett. Ind e Artig.- Meccanico *- Vico I° Roma*
Servizi Commerciali *- Via N. Berardi*
IPSS Serv. Socio-Sanitari art. Odontotecnico *Via Dante*

RUBRICA VALUTATIVA –AUTOVALUTAZIONE– CHEK LIST - GRIGLIA SINOTTICA LIVELLI RAGGIUNTI

Parole in libertà? Oltre la Babele

Competenza: COMUNICARE	Dimensioni Area linguistica/asse dei linguaggi	Determinazione operativa dei compiti e criteri da considerare	Indicatori
DESCRIZIONE DELLA COMPETENZA - **Padroneggiare la lingua per l'interazione nei vari contesti; leggere comprendere e interpretare il testo.**	A1 - Leggere, comprendere testi misti	- Padroneggiare le strutture della lingua a livello lessicale, morfologico e sintattico, individuare le informazioni implicite ed esplicite e saper comprenderne i nessi	- Comprende la struttura della frase,ne individua e analizza le componenti (aggettivi, verbi, nomi, pronomi) .
	- Capacità di individuare i concetti e le informazioni presenti. Saperle interpretare	- Cogliere il senso del messaggio presente nel testo pubblicitario	-Ricostruisce il significato globale del testo e le singole parti anche facendo inferenze a livello morfologico, sintattico e lessicale
		- Individuare natura, funzioni e scopi principali	-Comprende il significato di parole ed espressioni usate in senso figurato o intertestuale e ne comprende lo scopo e la funzione. –

- **Produrre testi in relazione ai differenti scopi comunicativi**	- Capacità di osservare	- Individuare il livello denotativo e connotativo specifico, il linguaggio figurato e gli elementi espressivi/retorici. Riflettere sulla forma del testo	- Riconosce rapporti di sinonimia/antonimia tra parole o espressioni in senso figurato. - Riconosce gli espedienti retorici, le ambiguità semantiche, gli espedienti lessicali, morfologici e sintattici di testi pubblicitari. -Riconoscere le relazioni tra parole. Interpreta le immagini, l'audio, le icone e il senso che esse veicolano
	A2		
	- Rappresentare eventi, concetti, informazioni , atteggiamenti, stati d'animo mediante supporto multimediale	- Chiarezza ed accuratezza delle informazioni e uso di un linguaggio adeguato allo scopo e al contesto	-Idea e scrive un testo creativo pubblicitario .
		- Rappresentazione dell'informazione attraverso tecnologie multimediale	-sa adoperare le tecnologie per rendere più efficace la comunicazione e più attraente il prodotto. E' attento alla grafica, all'originalità, alle immagini e l'interdipendenza tra le varie componenti
Competenza: – **Collaborare e partecipare**	B1 - Gestire relazioni, comunicare con gli altri e lavorare	- Comunicare idee, sentimenti, bisogni personali e sensazioni	- Sa comunicare idee e

	in gruppo	- Esprimere ed accettare feedback Partecipa al dibattito e ai compiti in situazione e lavora coerentemente con il proprio ruolo all'interno del gruppo	proposte. Accetta consigli e correzioni
	- Senso di iniziativa	- Prendere iniziativa nell'aiutare il gruppo, fornire idee e assistere gli altri compagni	- Si affianca ai vari compone -nti del gruppo e aiuta
	- uso del tempo	- Essere puntuali e completi nella consegna del compito -	

DECLINAZIONE DELLA SCALA DI LIVELLO (1-2-3-4)

DIMENSIONE DELLA COMPETENZA	Livello non ragg. 1	Liv.base 2	l.inter 3	l. ava.4
LEGGERE, COMPRENDERE E INTERPRETARE IL TESTO – *Comprende la struttura della frase,ne individua e analizza le componenti (aggettivi, verbi, nomi, pronomi…)*	, .Non comprende la struttura della frase, non individua le componenti e non ne comprende i nessi	Comprende la struttura della frase semplice ma non sempre la analizza e ne comprende i nessi	Comprende e analizza la struttura della frase e ne comprende i nessi	Comprende, individua e analizza approfonditamente tutte le componenti frasali e a tutti i livelli (morfologico, lessicale, sintattico) e ne comprende i nessi
– *Ricostruisce il significato globale del testo anche facendo*	Non ricostruisce	Ricostruisce il	Ricostruisce il	Ricostruisce il significato

inferenze a livello morfologico, sintattico e lessicale – *Comprende il significato di parole ed espressioni usate in senso figurato o intertestuale e ne comprende lo scopo e la funzione*	completamente il significato del testo e non comprende le singole parti. Non comprende le espressioni figurate e quindi lo scopo e la funzione	significato globale e l'organizzazione del testo, ma non sempre comprende il significato di singole parti. Individua le informazioni esplicite. Riconosce alcuni espedienti figurati.	significato globale, l'organizzazione del testo e il significato di singole parti. Riconosce le espressioni figurate e ne comprende lo scopo e la funzione	globale; coglie in maniera completa l'organizzazione logica del testo e il significato di singole parti e le componenti figurate del linguaggio pubblicitario
- *Riconosce e comprende il significato di parole e espressioni usate Riconosce gli espedienti retorici, le relazioni tra le parole (sinomia, antinomia, neologismi, derivazioni etc…) e interpreta le immagini e il senso che esse veicolano*	Non riflette sulla forma del testo e non individua le figure retoriche più evidenti. Non riconosce le relazioni tra le parole e non interpreta il senso delle immagini.	Riflettere sulla forma del testo individuando le figure retoriche più evidenti e meno ambigue. Non sempre riconosce le relazioni tra le parole e non sempre interpreta le Immagini e il senso che veicolano	Riflette sulla forma del testo individuando a volte anche gli espedienti retorici non sempre evidenti e ne coglie la funzione. Spesso riconosce le relazioni tra le parole e interpreta abbastanza correttamente le immagini e il senso che veicolano	Riflettere sulla forma del testo, individuando le eventuali ambiguità semantiche, i principi alternativi e gli espedienti retorici anche più impliciti di un testo pubblicitario cogliendone pienamente lo scopo e la funzione. Ottima l'interpretazione delle immagini e il senso veicolato

DIMENSIONE DELLA COMPETENZA	Livello non raggiunto 1	Livello base 2	livello inter 3	l. avan.4
PRODURRE TESTI IN RELAZIONE AI DIFFERENTI SCOPI COMUNICATIVI - *Idea e scrive uno slogan-pamphlet pubblicitario creativo*	, Non riesce ad elaborare un testo, né a costruire un rapporto significativo e chiaro tra il senso e le immagini	Elabora un testo semplice e non del tutto originale. Il rapporto tra immagini e scrittura non adeguato. L'informazione non sempre chiara	Elabora un testo abbastanza articolato in cui il rapporto tra immagini e contenuto è adeguato. L'informazione abbastanza chiara	Elabora un testo articolato, creativo e originale. L'informazione chiara, incisiva, efficace e persuasiva
– *sa adoperare le tecnologie per rendere più efficace il prodotto. E' attento alla grafica, all'originalità, alle immagini e*	Non sa adoperare le tecnologie. Non è attento alla grafica, alla originalità e alle immagini.	. Sa adoperare le tecnologie solo con l'aiuto del docente. Spesso non è attenta alla grafica, alle immagini e all'originalità complessiva del prodotto.	Sa adoperare abbastanza bene le tecnologie e cura il prodotto in tutti i suoi aspetti.	Sa adoperare al meglio la tecnologia. Il prodotto è originale, creativo, efficace. Gli obiettivi sono chiari, soddisfano i bisogni e gli

l'interdipendenza tra le varie componenti		.		interessi degli utenti. Ottima la grafica e l'interdipendenza tra le varie componenti.

DIMENSIONE DELLA COMPETENZA: COLLABORARE E PARTECIPARE	Liv. Non raggiunto 1	Liv. Base 2	liv. Interm.3	liv. avan. 4
- *Sa comunicare idee e proposte. Accetta consigli e correzioni*	Si isola e quasi mai comunica e accetta consigli e tanto meno correzioni	Si isola e non sempre sa gestire relazioni appropriate. Se stimolato, a volte, interagisce e accetta consigli.	Spesso partecipa alla elaborazione del prodotto e a volte gestisce relazione proficue. E'coerente con il ruolo ricoperto nel gruppo	E' assai partecipativo, sa comunicare e diventa leader del gruppo. E' assai coerente e si immedesima con il ruolo assegnatoli all'interno del gruppo.
– *Si affianca ai vari componenti del gruppo e aiuta*	Per niente organico al gruppo. Quasi sempre disimpegnato.	Non sempre è organico al gruppo e non si impegna costantemente a proporre idee utili e creative. Non si concentra e vuole essere al centro dell'attenzione	Abbastanza organico al gruppo e piuttosto costante nel proporre idee e comunicarle.	Ha molte idee e le comunica. Si fa ascoltare, assiste i compagni ed è molto originale.
- *uso del tempo*	Non rispetta i tempi. Il lavoro quasi del tutto incompleto.	Non sempre rispetta i tempi richiesti. Il lavoro non è completo	Quasi sempre rispetta i tempi richiesti e consegna il lavoro completo	Rispetta i tempi richiesti. Il lavoro è completo e ricco in tutte le sue parti.

AUTOVALUTAZIONE PRODUZIONE FINALE IN GRUPPO- *Il linguaggio figurato*						
scarso	**1**	**sufficiente**	**2**	**buono**	**3**	**ottimo**
cooperazione con i compagni						
non ho lavorato mai con gli altri		ho lavorato raramente con gli altri		ho lavorato abbastanza con gli altri		ho lavorato sempre con gli altri
tua disponiblita' alla discussione						
ho considerato solo il mio punto di vista		non ho considerato solo il mio punto di vista ma anche quello dei miei amici		ho considerato tutti i punti di vista		ho apprezzato punti di vista diversi dal mio perche' mi permettevano di chiarirmi meglio le idee
tua partecipazione attiva alle discussioni						
ho preferito non dare il mio parere		ho dato il mio parere solo a volte		ho dato spesso il mio parere		ho dato sempre il mio parere
tua responsabilita' rispetto al lavoro						
ho preferito che gli altri facessero la maggior parte del lavoro		ho avuto bisogno di essere sollecitato per partecipare al lavoro		ho eseguito il lavoro e raramente ho avuto bisogno di sollecitazioni		ho eseguito sempre il lavoro senza bisogno di sollecitazioni
scelta del materiale						
non abbiamo selezionato ma solo copiato		non siamo stati capaci di valutare i materiali selezionati		la maggior parte delle volte siamo stati in grado di selezionare i materiali migliori		abbiamo sicuramente scelto i materiali migliori
chiarezza e correttezza del testo						
Il nostro volantino e' poco chiaro e poco corretto		la nostra rappresentazione e' sufficientemente chiara e corretta		La nostra rappresentazione e' abbastanza chiara e corretta		La nostra rappresentazione e' sicuramente chiara e corretta
grafica						
non abbiamo curato la grafica e impaginazione		abbiamo curato poco la grafica		abbiamo curato abbastanza la grafica		abbiamo curato molto la grafica

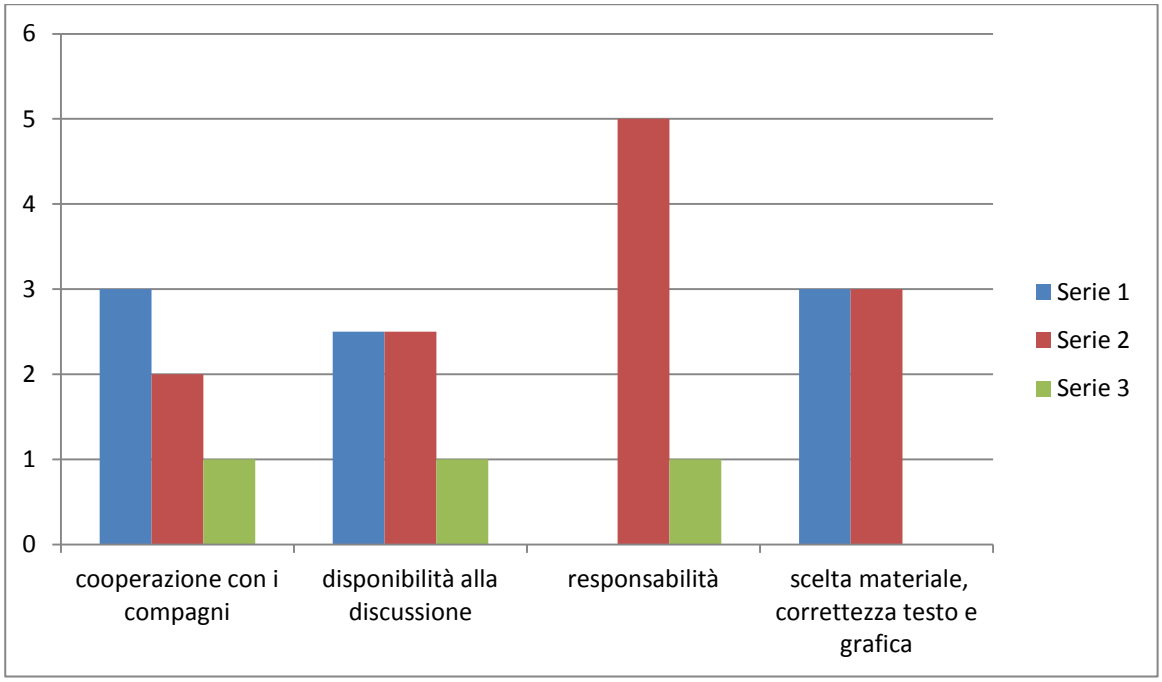
Prestazione " Realizzazione di pamphlet pubblicitario -informativo"

Check list di riferimento



Partecipare in modo attivo	Non riesce a partecipare, mostra disinteresse, crea disturbo	Riesce a partecipare in modo discontinuo, a volte è distratto e disturba	Riesce a partecipare in modo attivo e propositivo	Riesce a partecipare con vivo interesse ed entusiasmo
Learning together:	Non svolge nessun ruolo, è passivo assume atteggiamenti non propositivi e non rispetta impegni e tempi	Con fatica rispetta compiti, ruoli e tempi; poco attivo nel collaborare e nell'ascoltare	Rispetta compiti, ruoli e tempi, collabora e ascolta in modo attivo	Rispetta compiti, ruoli e tempi, sostiene il lavoro degli altri, promuove collaborazione ed ascolta tutti
Ideazione	Non partecipa alla ideazione e non interviene con proprie proposte nella formulazione di ipotesi di lavoro	Non partecipa al processo di ideazione, tende ad eseguire ciò che gli viene assegnato	Partecipa al processo di ideazione formulando proposte alternative, discute i possibili sviluppi del lavoro	Partecipa al processo di ideazione, propone idee, discute soluzioni e propone idee originali
Realizzazione del lavoro	Mostra di essere dispersivo nel lavoro assegnatogli e non segue le indicazioni date	Mostra di essere poco accurato nel lavoro assegnatogli e con fatica esegue e realizza il lavoro assegnatogli	Con cura e precisione svolge e porta a termine il lavoro assegnatogli	Con cura, precisione e senso critico e creativo porta a termine il lavoro assegnatogli
Impegno	Non assume nessun ruolo e non svolge nessun compito. Non si impegna nel lavoro collettivo se non per primeggiare con scherzi o battute	Si impegna in modo discontinuo e svolge qualche compito su sollecitazione	Si impegna nel lavoro individuale e sostiene in modo propositivo il gruppo di lavoro.	Si impegna nel lavoro individuale, promuove e sostiene in modo propositivo il gruppo di lavoro. Si assume responsabilità

Le risposte degli studenti al questionario di autovalutazione



- Serie 1 : ottimo
- Serie 2: buono
- Serie 3: sufficiente

VALUTAZIONE complessiva

Livello	Punteggio	
NON RAGGIUNTO	3	L'allievo non sa comprendere in modo corretto ciò che legge, non sa produrre testi in relazione ai diversi scopi e contesti, non collabora
BASE	4-6	L'allievo comprende i concetti e le informazioni principali. Guidato sa produrre testi, partecipa se sollecitato
INTERMEDIO	7-8	L'allievo partecipa in modo proficuo e comprende bene sia il senso globale che le informazioni analitiche di ciò che legge , sa produrre testi abbastanza creativi e originali anche servendosi delle tecnologie
AVANZATO	9-10	L'allievo sa collaborare correttamente ed efficacemente. Ottime le capacità di progettazione . Comprende la logica, il senso globale e le informazioni analitiche di ciò che legge. Sa utilizzare al meglio la documentazione in maniera critica e personale, sa produrre testi assai creativi ed originali utilizzando al meglio le tecnologie