



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## IL VALORE EDUCATIVO DELLA PUBBLICITA' NELLA DIDATTICA

### CONOSCIAMO IL PATRIMONIO CULTURALE EUROPEO

## Erasmus+ KA2 Project “Ad-dicted to Education!”

coordinatore

CEIP EL SANTO Alcázar de San Juan, Spagna

#### PARTNER

- ICS "Centro 1" OF Brescia, Italia
- Școala Gimnazială Ecaterina Teodoroiu, Braila, Romania
- Osnovna skola Zmijavci, Croazia
- 7th Escuela de Primaria de Pyrgos, Grecia
- Szkoła Podstawowa z Oddziałami Integracyjnymi im. gen Władysława Sikorskiego nr 9, Sopot, Polonia

# 0. INTRODUZIONE

Come abbiamo sottolineato nella prima parte di questa guida, “Valore educativo della pubblicità in classe: sviluppare il pensiero critico e promuovere valori positivi”, la pubblicità ha una grande influenza sui bambini perché cerca di influenzare i loro atteggiamenti e comportamenti e di vendere, oltre al prodotto, stili di vita, attitudini e valori che spesso non sono i più appropriati. La pubblicità fa parte della loro vita e del loro divertimento. Per questo motivo è necessario sviluppare capacità critica per i messaggi che ricevono dai diversi media in modo che siano consapevoli delle implicazioni del consumo di contenuti commerciali.

Inoltre, il Consiglio d'Europa sottolinea che il patrimonio culturale è di grande valore per la società europea da un punto di vista culturale, ambientale, sociale ed economico. La gestione sostenibile è quindi una scelta strategica per il ventunesimo secolo. Sottolinea inoltre l'importanza di promuovere gli scambi e la valorizzazione del patrimonio culturale europeo, sensibilizzando sulla storia e sui valori condivisi e rafforzando il sentimento di appartenenza a uno spazio europeo comune. Per raggiungere questi obiettivi, il 2018 è stato dichiarato “Anno europeo del patrimonio culturale”.

**Il patrimonio culturale è di grande valore per la società europea da un punto di vista culturale, ambientale, sociale ed economico. La gestione sostenibile è quindi una scelta strategica per il ventunesimo secolo.**

Questo progetto Erasmus+ KA2 “AD-DICTED TO EDUCATION!” “che abbiamo sviluppato insieme ad altri 5 centri in Polonia, Grecia, Croazia, Romania e Italia, si concentra su come possiamo promuovere le competenze interculturali, l'inclusione sociale, la non discriminazione, lo sviluppo del pensiero critico e valori come la tolleranza e l'uguaglianza di genere, il tutto con la pubblicità come asse motivante. Durante questo secondo anno, si concentra anche sul valore educativo del patrimonio europeo, l'impegno per il multilinguismo e lo sviluppo delle competenze digitali.

## AD - DICTED TO EDUCATION

Erasmus+ KA2

ADVERTISING

EUROPEAN  
CULTURAL  
HERITAGE



RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
EQUALITY  
INCLUSION



Italy Greece Poland Romania Croatia Spain

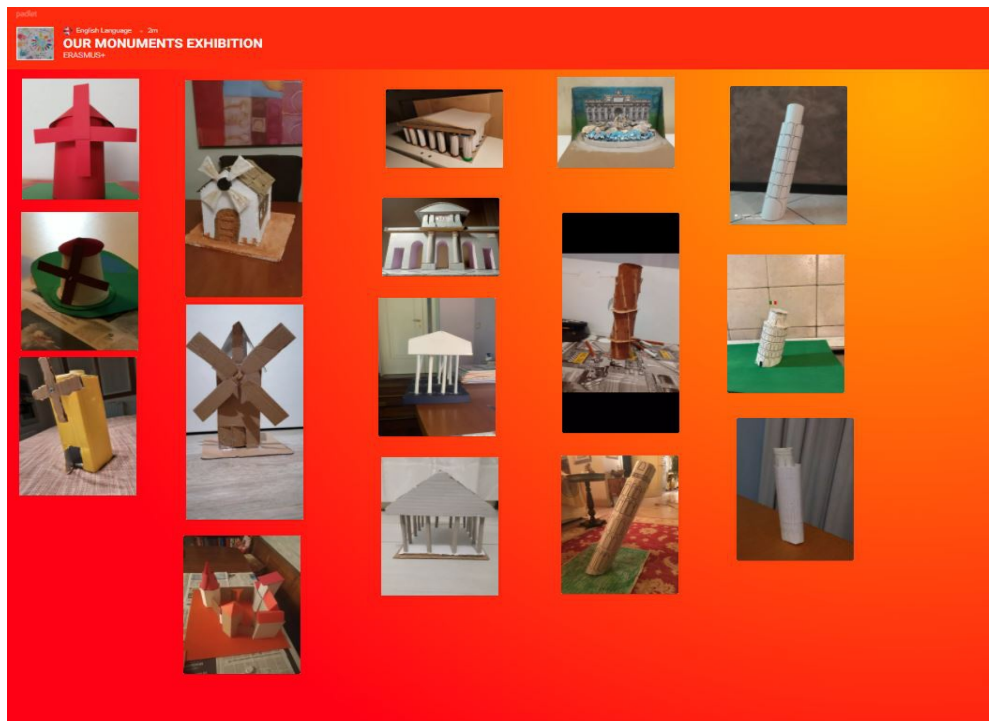
Il progetto si sviluppa nell'arco di due anni scolastici attraverso diverse attività: laboratori, riflessioni, presentazioni orali, ricerca di informazioni, visualizzazione di annunci pubblicitari, visite tra i centri partner, corsi di formazione, utilizzo di strumenti digitali... che durante questo secondo anno hanno dovuto essere adattati a la nuova situazione creata dalla pandemia e ora sono state eseguite virtualmente.

Questa seconda parte della guida “Valore educativo della pubblicità in classe: conoscere il patrimonio culturale europeo” comprende le attività svolte durante il secondo anno, principalmente con gli alunni di età compresa tra gli 11 e i 13 anni. Spiega come la conoscenza, la valorizzazione e la conservazione del è stato promosso il patrimonio culturale dei paesi partner, utilizzando diversi strumenti, in particolare la pubblicità.

PUBBLICITA' E PATRIMONIO CULTURALE	1° trimestre	Monumenti e tradizioni natalizie
	2° trimestre	Festività e tradizioni
	3° trimestre	Gastronomia

## 1. I NOSTRI MONUMENTI

Abbiamo iniziato il secondo anno del nostro progetto concentrandoci sulla conoscenza e la valorizzazione dei monumenti dei paesi partner, nonché sulla promozione della loro conservazione attraverso diversi strumenti come la pubblicità. A tal fine svolgiamo le seguenti attività:



**LA MOSTRA VIRTUALE DEI MONUMENTI ALLESTITA NON NELL'ISTITUTO PERCHE' LA NOSTRA SCUOLA ERA CHIUSA A CAUSA DEL LOCKDOWN**

# Attività

## ● Monumenti nella pubblicità:

### Obiettivi:

- Conoscere i monumenti dei paesi del progetto.
- Valorizzare la pubblicità come strumento di pubblicizzazione del patrimonio culturale.
- Conoscere gli elementi che compongono un annuncio pubblicitario.
- Valutare le reazioni che la pubblicità produce in noi.

### Sviluppo:

Ogni paese seleziona annunci con monumenti del proprio paese che vengono caricati nel Twinspace del progetto (piattaforma eTwinning) e possono essere visualizzati dagli altri partner.

Affrontiamo le seguenti domande:

Cosa viene annunciato?

Qual è il tuo obiettivo?

Quali mezzi pubblicitari utilizzi (televisione, radio, stampa, Internet, posta tradizionale ed elettronica, fiere, eventi, brochure, locandine...)?

Quali elementi sono coinvolti nella pubblicità? Strategie che usa: colori, musica, personaggi familiari, slogan, atmosfera che presenta.

Reazioni che provocano: dolore, gioia, bisogno, rabbia, ecc...

Il pubblico di destinazione.

## Publicità selezionati dai differenti paesi

### ● Puzzle virtuali sui monumenti

#### Obiettivi:

Conosci i monumenti dei paesi del progetto.

Sviluppo di competenze informatiche

Incoraggiare il lavoro di squadra

#### Sviluppo:

Lavorare in gruppo per selezionare i monumenti su cui verranno realizzati i puzzle.

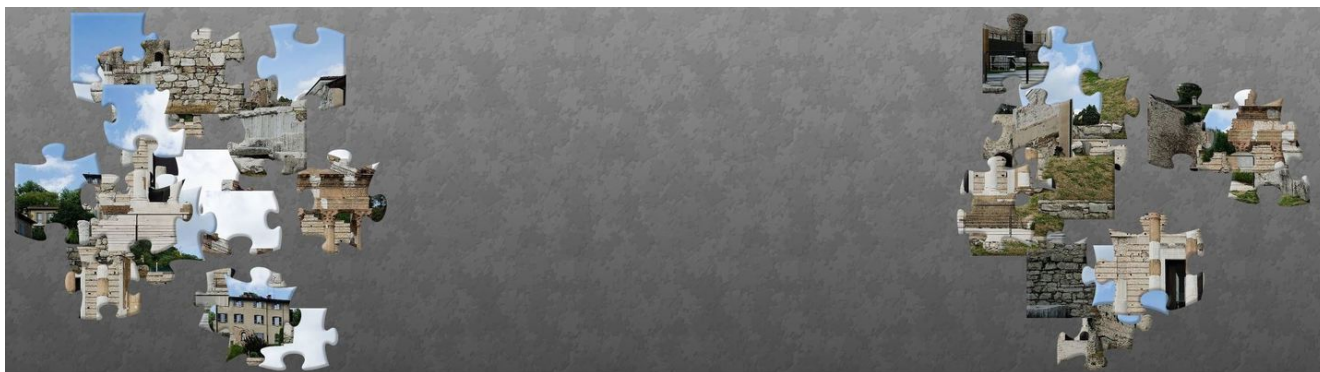


**i nostri amici spagnoli durante la scelta dei monumenti**

Una volta selezionati, si lavora su di essi: dove si trovano, età, stato di conservazione, come sono attualmente utilizzati, cosa si potrebbe fare per migliorarne la conservazione, ecc.

L'app Jigsaw Planet viene quindi utilizzata per creare puzzle digitali con i monumenti selezionati e condivisi con i

partner tramite eTwinning. Pertanto, ogni paese dovrebbe farti imparare cose su di loro.



**Il puzzle creato dagli studenti italiani sul Tempio Capitolino a Brescia**

### Puzzle elaborati dai diversi paesi

- Collage in ciascuno dei centri con tutti i monumenti elaborati.

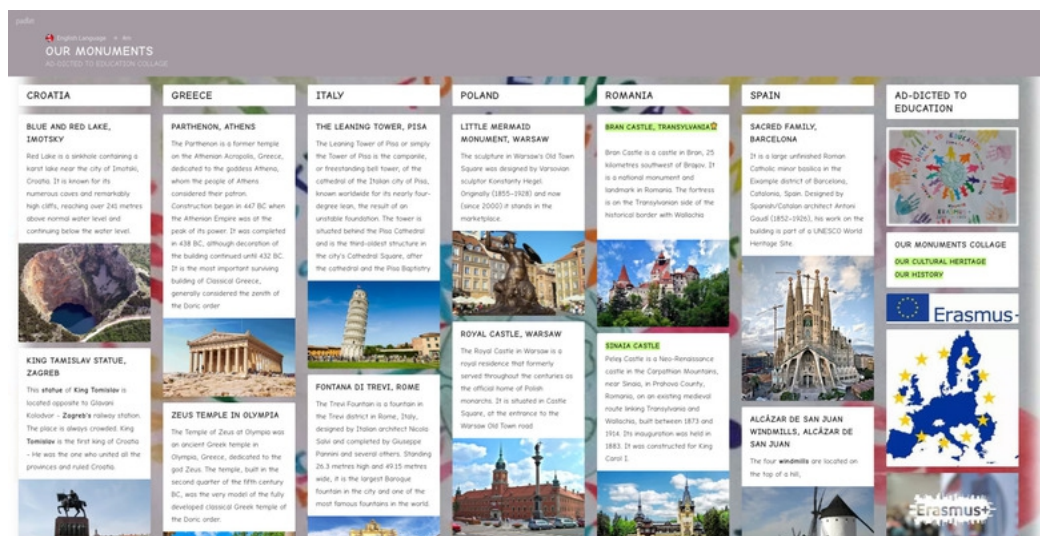
### **Obiettivi:**

Migliorare l'uso degli strumenti ICT.

Conosci i monumenti dei paesi del progetto.

### **Sviluppo:**

In precedenza avranno fatto i puzzle di tutti i paesi del progetto e avranno imparato cose su di loro. Ora si tratta di esporli su un murale che può essere fisico o digitale utilizzando l'app Padlet.



**Il murales fatto dai ragazzi del nostro Istituto**

- Esposizione di monumenti

### **Obiettivi:**

Conosci i monumenti dei paesi del progetto.

Sviluppo della creatività.

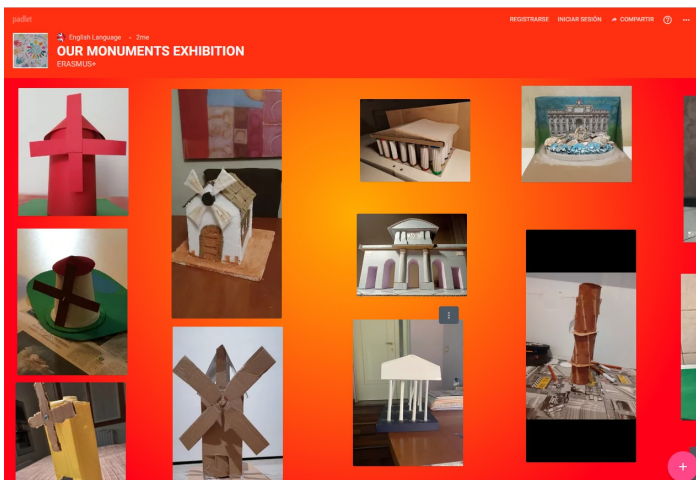
Favorire il coinvolgimento della comunità educativa.

### **Sviluppo:**

Agli studenti e alle loro famiglie viene chiesto di realizzare modelli dei monumenti lavorati e vengono organizzate mostre presso i centri di progetto, che possono essere anche fisiche o virtuali.



**Esposizione organizzata dagli alunni spagnoli nel Municipio della loro città**



**Esposizione virtuale dei ragazzi italiani**

**Gli ideali, i principi e i valori radicati nel patrimonio culturale europeo costituiscono una fonte comune di memoria, comprensione, identità, dialogo, coesione e creatività per l'Europa (Consiglio d'Europa).**

## 2. **TRADIZIONI NATALIZIE**

Successivamente, ci concentriamo sulla conoscenza delle tradizioni natalizie dei paesi del progetto perché sono anche una parte importante del loro patrimonio culturale e sono molto motivanti per gli studenti poiché vi prendono parte attiva.

### **Attività**

- **Pubblicità sulle tradizioni natalizie.**

#### **Obiettivi:**

- Conosci le tradizioni natalizie dei paesi del progetto.
- Valorizzare la pubblicità come strumento di pubblicizzazione del patrimonio culturale.
- Conoscere gli elementi che compongono un annuncio pubblicitario.
- Valuta le reazioni che la pubblicità produce in noi.

## **Sviluppo:**

Ogni paese seleziona gli annunci con le tradizioni natalizie del proprio paese che vengono caricati nel Twinspace del progetto (piattaforma eTwinning) dove possono essere visualizzati dagli altri partner.

Affrontiamo le seguenti domande:

Cosa viene annunciato?

Qual è il tuo obiettivo?

Quali mezzi pubblicitari utilizzi? (TV, radio, stampa, Internet, posta tradizionale ed elettronica, fiere, eventi, brochure, locandine...)

Quali elementi sono coinvolti nella pubblicità? Strategie che usa: colori, musica, personaggi familiari, slogan, atmosfera che presenta.

Reazioni che provocano: dolore, gioia, bisogno, rabbia, ecc...

Il pubblico di destinazione.

Come aiutano a pubblicizzare le tradizioni di ogni paese.

## **Pubblicità selezionate dai paesi**

### **- Video sulle tradizioni natalizie**

#### **Obiettivi:**

Conosci le tradizioni natalizie dei paesi del progetto.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

#### **Sviluppo:**

Vengono realizzati video in cui gli studenti raccontano alcune delle tradizioni natalizie dei loro paesi.

Successivamente, vengono caricati sulla piattaforma Etwinning in modo che possano essere visualizzati dal resto dei paesi. Qui possiamo vedere l'e-book realizzato dal centro italiano sulle loro tradizioni.

[Tradizioni natalizie in Italia](#)

### **- Calendari dell'Avvento**

#### **Obiettivi:**

Conosci e partecipa alle tradizioni natalizie dei paesi del progetto.

Promuovere l'uso delle TIC

#### **Sviluppo:**

I calendari dell'Avvento legati ai monumenti e alle tradizioni lavorate vengono redatti e inviati al resto dei paesi come augurio di Natale.

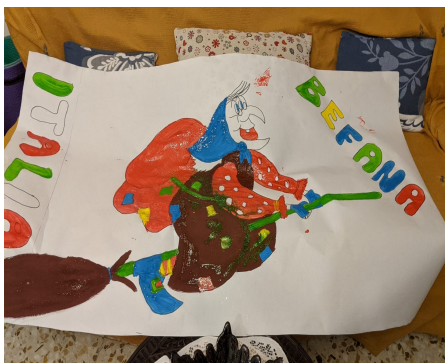
[Calendari dell'avvento creati dai paesi](#)

### **- Conosciamo le tradizioni di altri paesi**

**Obiettivi:** Conoscere le tradizioni natalizie dei paesi del progetto.

#### **Sviluppo:**

Attraverso Twinspace, conosciamo le tradizioni di altri paesi e svolgiamo varie attività intorno a loro: murales, disegni, costumi, ecc...



**Il lavoro fatto dai bambini spagnoli della scuola dell'infanzia sulla tradizione italiana della Befana**



L'angolo delle tradizioni natalizie dei vari paesi creato nella scuola in Croazia

### 3. TRADIZIONI E FESTE

Durante il secondo e il terzo trimestre del corso, ci siamo concentrati sul lavoro sulle tradizioni e le feste dei paesi partner, poiché è un argomento che gli studenti vivono da vicino, ciò che li motiva e li aiuta a plasmare quell'identità culturale che li fa sentire parte di un gruppo. Inoltre, come sottolinea la Commissione nella sua Comunicazione del 22 luglio 2014 dal titolo “Verso un approccio integrato al patrimonio culturale europeo”, il patrimonio culturale deve essere visto come una risorsa condivisa e un bene comune da lasciare in eredità alle generazioni future. Spetta quindi anche alla scuola farla conoscere agli alunni.

**Come evidenziato dalla Commissione nella Comunicazione del 22 luglio 2014 dal titolo “Verso un approccio integrato al patrimonio culturale europeo”, il patrimonio culturale deve essere visto come una risorsa condivisa e un bene comune da lasciare in eredità alle generazioni future.**

#### Attività

##### ● Annunci su tradizioni e feste.

##### Obiettivi:

Conosci le tradizioni e le feste dei paesi del progetto.

Valorizzare la pubblicità come strumento di pubblicizzazione del patrimonio culturale.

Conoscere gli elementi che compongono un annuncio pubblicitario.

Valuta le reazioni che la pubblicità produce in noi.

##### Sviluppo:

Ogni paese seleziona gli annunci in cui compaiono le tradizioni e le festività del proprio paese e vengono caricati nel Twinspace del progetto (piattaforma eTwinning) dove possono essere visualizzati dagli altri partner.

Affrontiamo le seguenti domande:

Cosa viene annunciato?

Qual è l'obiettivo?

Quali mezzi pubblicitari utilizzi? (TV, radio, stampa, Internet, posta tradizionale ed elettronica, fiere, eventi, brochure, locandine...)

Quali elementi sono coinvolti nella pubblicità? Strategie che usa: colori, musica, personaggi familiari, slogan, atmosfera che presenta.

Reazioni che provocano: dolore, gioia, bisogno, rabbia, ecc...

Il pubblico di destinazione.

Come contribuiscono a pubblicizzare le tradizioni e le feste di ogni paese.



## Publicità sulle tradizioni selezionati dai vari paesi

### • Conosciamo le nostre feste

#### Obiettivi:

Conosci le tradizioni e le feste dei paesi del progetto.

Valutare la partecipazione ai festeggiamenti come membri del gruppo a cui apparteniamo.

#### Sviluppo:

Conosciamo le tradizioni della nostra località e lavoriamo su di esse con scritte, disegni, murales, pubblicità, manifesti, ecc...



**San Antón Spagna**



**San Faustino Italia**

Successivamente, attraverso Twinspace, conosciamo le feste dei diversi paesi e ci lavoriamo.



## 4. ATTIVITÀ DURANTE LA MOBILITÀ VIRTUALE CON GLI ALUNNI - ITALIA

Per adeguarsi alla nuova situazione derivante dalla pandemia, la mobilità con gli studenti che avevamo programmato di svolgere in Italia doveva essere organizzata virtualmente. Vengono svolte attività relative alle tematiche su cui abbiamo lavorato durante questo secondo anno di progetto. L'obiettivo era quello di consentire agli studenti di tutti i paesi di conoscersi, comunicare e lavorare insieme in modo collaborativo intorno al patrimonio culturale europeo.

### Attività

#### ● **Presentazione orale sui monumenti locali e sulla loro conservazione.**

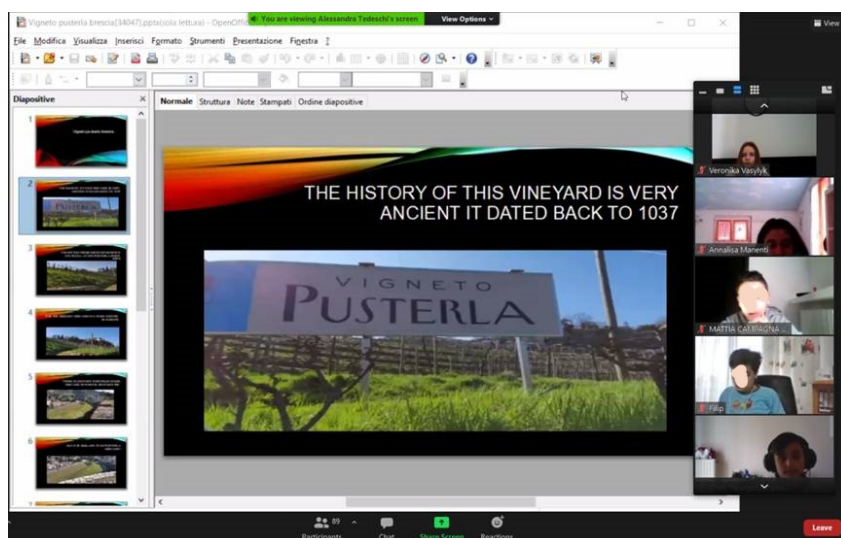
##### **Obiettivi:**

Conosci i monumenti locali dei centri partner.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

##### **Sviluppo:**

gli studenti di ogni scuola selezionano alcuni monumenti della loro località da fotografare. Quindi, preparano una presentazione orale su di loro. Durante la mobilità virtuale, ogni paese ha 10 minuti per presentare la propria presentazione agli altri partner.



#### ● **Kahoot sui monumenti**

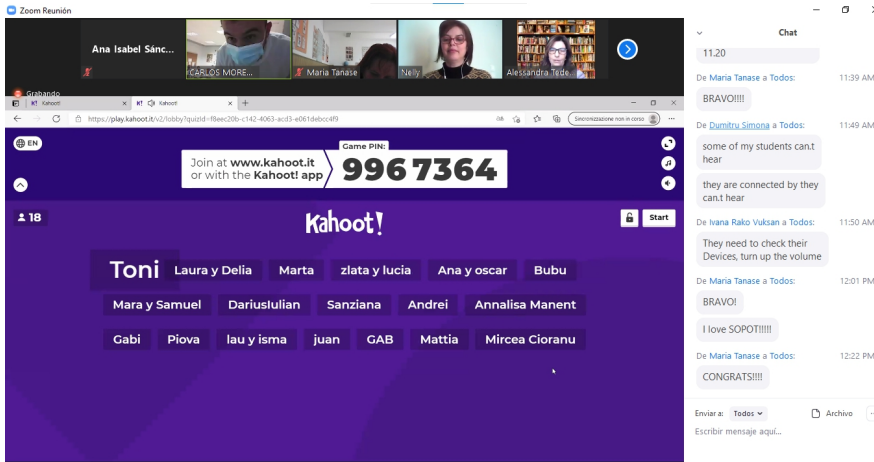
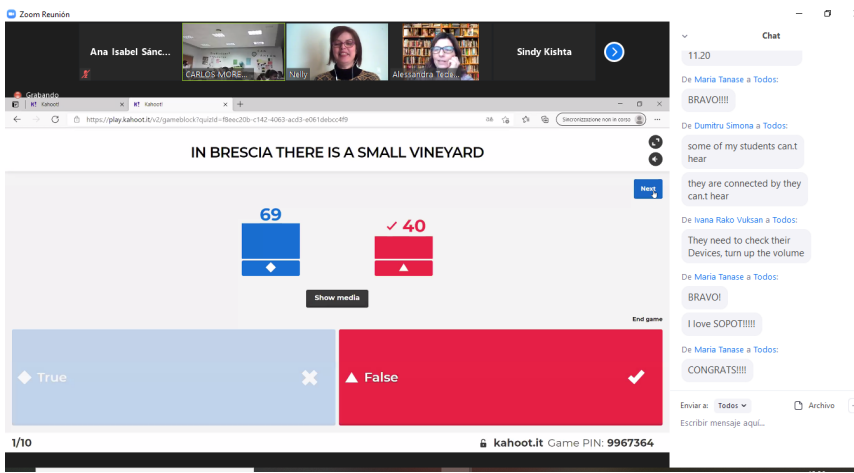
##### **Obiettivi:**

Conosci i monumenti locali dei centri partner.

Promuovere la conoscenza della lingua inglese.

Promuovere l'uso delle TIC

**Sviluppo:** gli studenti di ogni scuola redigono un questionario con l'app Kahoot con domande sulla presentazione che hanno sviluppato nell'attività precedente. Durante la mobilità virtuale, tutti i centri svolgono i questionari elaborati dal resto dei paesi in modo sincrono.



## ● **Mappa digitale dei monumenti:**

### **Obiettivi:**

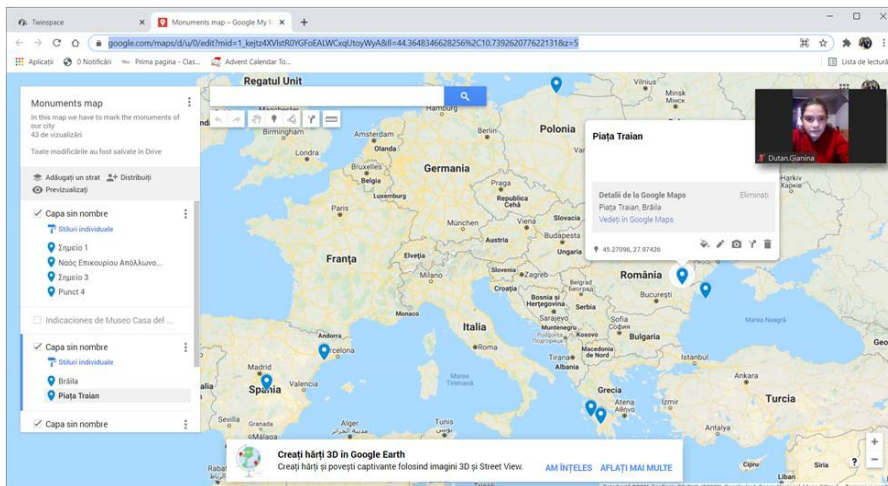
Conosci i monumenti locali dei centri partner.

Promuovere l'uso delle TIC.

### **Sviluppo:**

tutti i paesi contrassegnano i monumenti selezionati su un'app virtuale utilizzando l'app Google my maps. Alla fine tutti potranno consultare sulla mappa i monumenti di tutti i paesi.

[Link alla mappa virtuale](#)



## • Laboratorio "I nostri libri"

### Obiettivi:

Conoscere elementi del patrimonio culturale dei paesi del progetto: i libri.

Promuovere l'uso delle TIC.

Incoraggiare l'abitudine alla lettura.

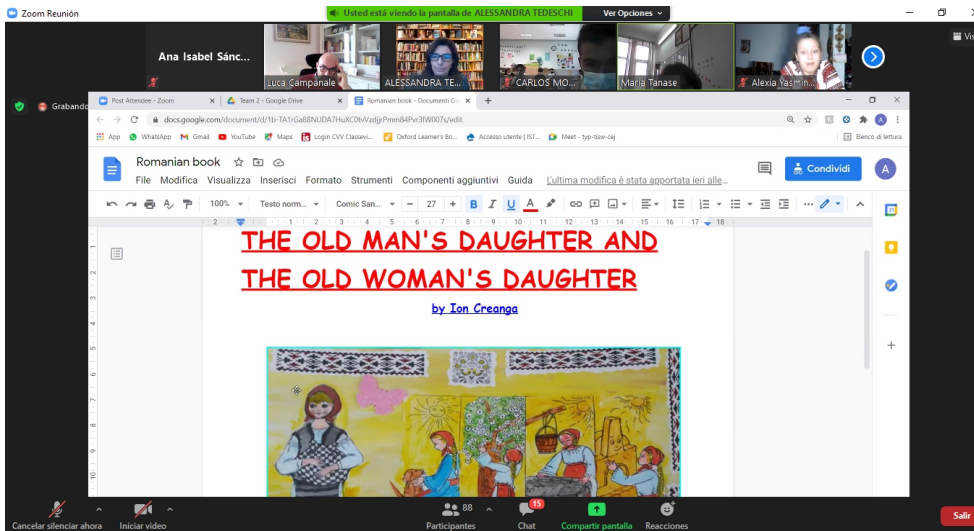
Favorire il lavoro collaborativo.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

Conoscere gli elementi utilizzati nella pubblicità.

### Sviluppo:

Tutti i paesi propongono e leggono un libro che fa parte del loro patrimonio culturale. Durante la mobilità virtuale, gli studenti lavorano in team di 2 paesi per creare poster pubblicitari che incoraggino il pubblico a leggere i libri selezionati. Per lavorare, utilizziamo lo strumento Zoom (per presentare i riassunti del libro e decidere cosa mettere su ogni poster) e Drive (per realizzare il poster).



Lavoro collaborativo tra gli studenti di Romania e Italia condiviso su Drive.

*Money isn't everything*



*Follow this course and your dreams will come true*

Poster sul libro spagnolo

[e Book con i posters elaborati dai paesi](#)

## ● Laboratorio “I nostri quadri”

### Obiettivi:

Conoscere elementi del patrimonio culturale dei paesi del progetto: i dipinti.

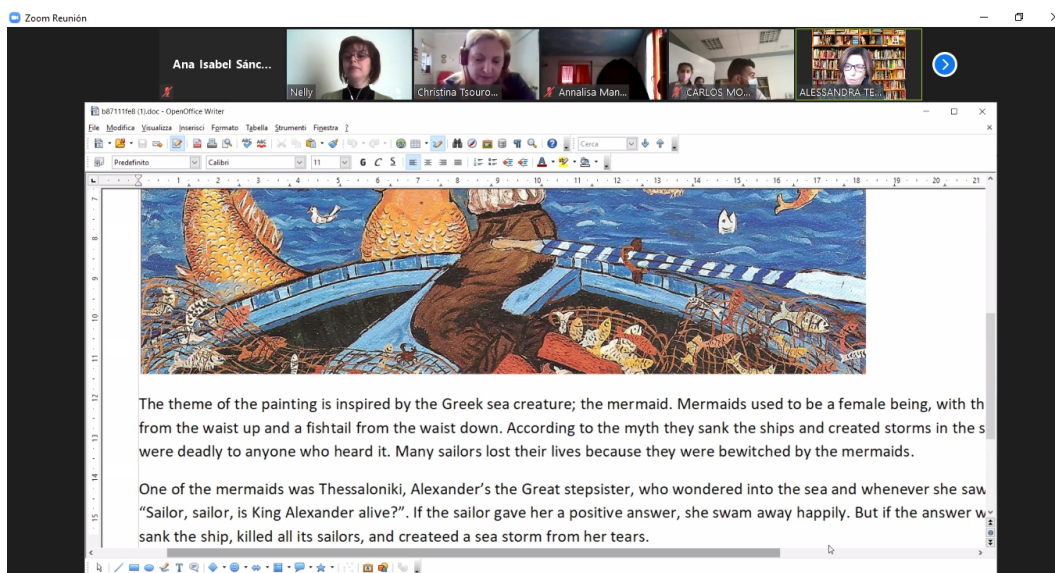
Promuovere l'uso delle TIC.

Favorire il lavoro collaborativo.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

### Sviluppo:

tutti i paesi propongono un quadro che fa parte del loro patrimonio culturale. Durante la mobilità virtuale, gli studenti lavorano in team di 3 paesi per inventare quali storie possono essere nascoste dietro le immagini selezionate. Gli strumenti Zoom e Drive vengono utilizzati per funzionare in modo sincrono.



## Laboratorio “Danza”

### Obiettivi:

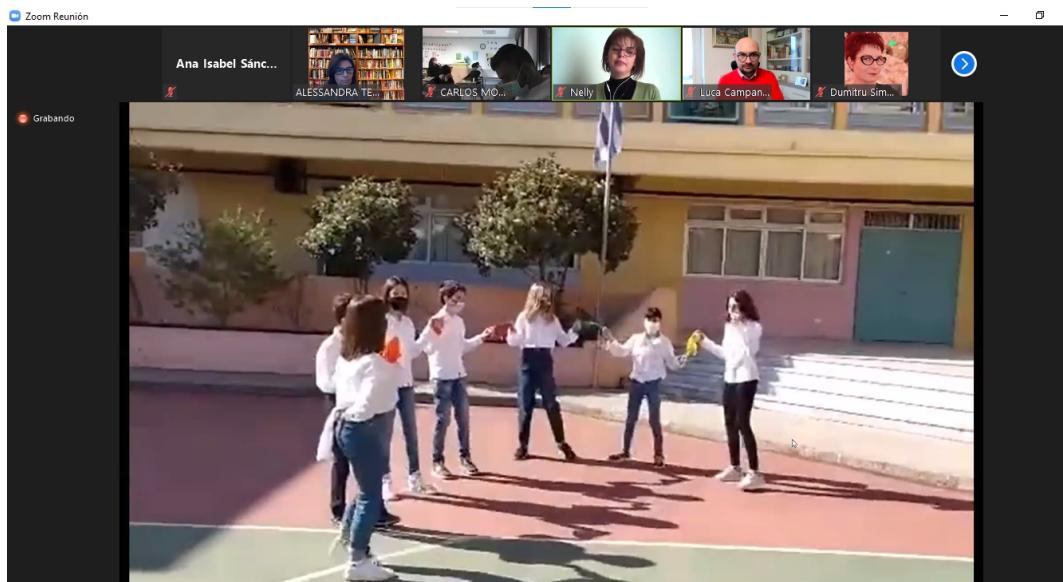
Conosci gli elementi del patrimonio culturale dei paesi del progetto: la musica

Promuovere l'uso delle TIC

Incoraggiare la motivazione degli alunni

### Sviluppo:

Tutti i paesi propongono una canzone che fa parte del loro patrimonio culturale. Durante la mobilità virtuale, gli studenti registrano un video che balla su questa canzone e poi mostrano il risultato al resto dei paesi.



Danze eseguite nella scuola polacca [Danze nella scuola in Polonia](#)

## 5. LA NOSTRA GASTRONOMIA

L'ultimo blocco di contenuti su cui si è lavorato nel nostro progetto è stato incentrato sulla gastronomia. Oggi la gastronomia gioca un ruolo come parte integrante di un senso di identità collettiva, che fa sentire l'individuo parte di una comunità e genera un insieme di valori culturali condivisi. La gastronomia di un Paese è considerata un patrimonio culturale immateriale che deve essere documentato, vissuto e tutelato, da qui l'importanza di inserirla come contenuto nelle scuole. Tale è la sua importanza all'interno del Patrimonio Culturale che l'Unesco annovera ogni anno tradizioni e preparazioni gastronomiche nella Lista Rappresentativa del Patrimonio Culturale Immateriale dell'Umanità.

**La gastronomia di un Paese è considerata un patrimonio culturale immateriale che deve essere documentato, vissuto e tutelato, da qui l'importanza di inserirla come contenuto nelle scuole.**

### Attività

#### ● **Pubblicità sulla gastronomia.**

##### **Obiettivi:**

Conosci le tradizioni e la gastronomia dei paesi del progetto.

Valorizzare la pubblicità come strumento di pubblicizzazione del patrimonio culturale.

Conoscere gli elementi che compongono un annuncio pubblicitario.

Valuta le reazioni che la pubblicità produce in noi.

##### **Sviluppo:**

Ogni paese seleziona annunci con elementi gastronomici del proprio paese che vengono caricati nel Twinspace del progetto (piattaforma eTwinning) dove possono essere visualizzati dagli altri partner.

Affrontiamo le seguenti domande:

Cosa viene annunciato?

Qual è l'obiettivo?

Quali mezzi pubblicitari utilizzi? (TV, radio, stampa, Internet, posta tradizionale ed elettronica, fiere, eventi, brochure, locandine...)

Quali elementi sono coinvolti nella pubblicità? Strategie che usa: colori, musica, personaggi familiari, slogan, atmosfera che presenta.

Reazioni che provocano: dolore, gioia, bisogno, rabbia, ecc...

Il pubblico di destinazione.

Come contribuiscono a pubblicizzare la gastronomia di ogni paese.

#### [Pubblicità sulla Gastronomia selezionate dai paesi](#)

#### ● **Presentazioni sui prodotti tipici del paese.**

##### **Obiettivi:**

Conosci la gastronomia dei paesi del progetto.

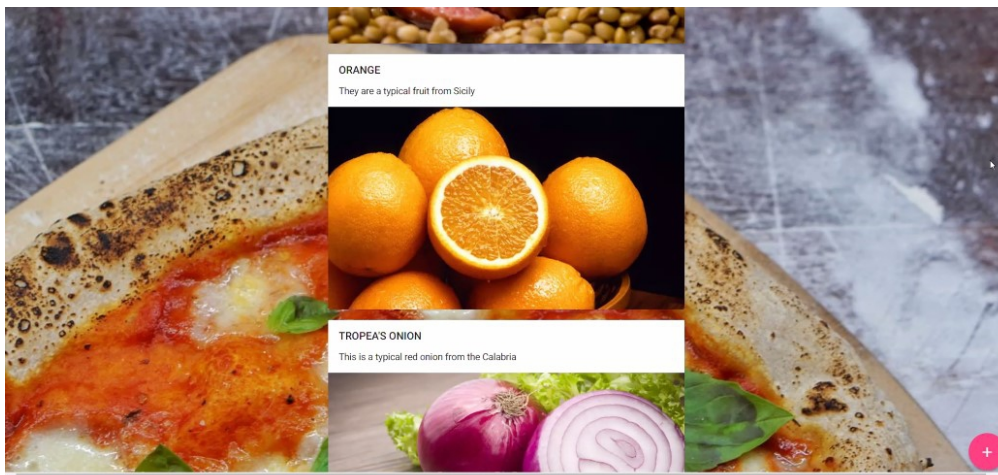
Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese favorendo l'uso delle TIC.

Valutare l'importanza della gastronomia all'interno del Patrimonio Culturale di un Paese.

##### **Sviluppo:**

gli alunni selezionano i prodotti tipici del paese e preparano una presentazione da esibire durante la mobilità virtuale.

[Presentazione dei prodotti italiani preparata dagli alunni del nostro Istituto](#)



## ● **Mappa virtuale dei prodotti tipici**

### **Obiettivi:**

- Conosci la gastronomia dei paesi del progetto.
- Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.
- Favorire l'uso delle TIC.

Lavorare in modo collaborativo.

Valutare l'importanza della gastronomia all'interno del Patrimonio Culturale di un Paese.

### **Sviluppo:**

Gli studenti includeranno i prodotti delle loro presentazioni su una mappa virtuale creata con Google my maps, in modo che la mappa mostri i prodotti di tutti i paesi del progetto.

## ● **Scambio di ricette.**

### **Obiettivi:**

- Conosci la gastronomia dei paesi del progetto.
- Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.
- Favorire l'uso delle TIC

Lavorare in modo collaborativo.

Valutare l'importanza della gastronomia all'interno del Patrimonio Culturale di un Paese.

### **Sviluppo:**

Ogni centro seleziona una ricetta tipica del proprio paese e la carica su Twinspace. Gli studenti di un altro paese devono preparare la ricetta proposta e registrare un video della preparazione. Il lavoro sarà svolto in squadre di 2 paesi, in modo che ogni centro dovrà proporre una ricetta del proprio paese e preparare la ricetta proposta ad un



altro.

I video prodotti verranno proiettati durante la prossima mobilità agli studenti.

**PIZZA**



**Ingredients**  
5 gr fresh yeast or 10gr sachet dried  
½ tsp sugar  
500 gr Italian '00 flour, plus extra for dusting  
1 tbsp olive oil, plus extra for greasing  
3 x 125g balls mozzarella, torn  
fresh basil, to serve

**For the tomato sauce**  
3 tbsp olive oil  
2 x 400g cans good-quality Italian chopped tomatoes

**Method**

**STEP 1**  
Mix together the yeast and sugar with 250ml warm water and leave to sit for 10 mins. Place the flour in a big bowl, pour in the yeast mixture and mix, then knead with oiled hands in the bowl for 5-10 mins.


**STEP 2**  
Put in a well-oiled bowl, cover with a cloth and place somewhere warm to double in size – about 2½ hrs.

**STEP 3**  
Once your dough has doubled in size, slap it down on a lightly floured surface and knead for 4 mins until soft but not too elastic. Divide into 4 pieces, roll into balls and leave to rest for 10 mins. Heat oven to the highest temperature possible (220C fan).

**STEP 4**  
With a well-floured rolling pin, roll out each ball. Oil or dust with flour the oven sheet, then carefully transfer the dough base onto it. Spread over some of the tomato sauce and any toppings you desire.

**STEP 5**  
Cook for between 5-10 mins depending on your oven temp, then add until the mozzarella cheese. Cook for other 10 minutes. Scatter with basil.

## Croatian fritters




**INGREDIENTS**

- 1 egg
- 180 ml of liquid yogurt
- 2 tablespoons of sugar
- 1 vanilla sugar
- 1 teaspoon of rum
- a pinch of salt
- 200 g of smooth flour
- half of a baking powder sachet
- lemon zest or some cinnamon

**Preparation**

1. Whisk the egg, add yogurt, sugar, rum and salt. Add flour and baking powder. Mix everything together. The dough should be thick.
2. Heat up the oil in a deeper pot. There should be enough oil that the fritters can swim in it. Once you have heated up the oil, reduce the heat to low. If you fry the fritters with high heat, they will not swell.
3. Take some dough with a spoon and put it in the oil.
4. Once they are fried enough on one side, they usually turn over on the other side, if not, just touch them with a fork and they will turn.
5. Fry them over medium heat for a few minutes until they take on a golden-brown color. Finally, sprinkle them with sugar or topping as desired.



Alla fine è stato creato il nostro libro di ricette

[Le nostre ricette tradizionali](#)



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

**AD - DICTED TO EDUCATION**  
Erasmus+ KA2

**OUR TRADITIONAL RECIPES**

eTwinning

## ● Perché visitare il mio paese?

### **Obiettivi:**

Conoscere le caratteristiche dei paesi del progetto.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

Favorire l'uso delle ICT.

Lavorare in modo collaborativo.

Valutare l'importanza della pubblicità per la sensibilizzazione all'interno del Patrimonio Culturale di un Paese.

### **Sviluppo:**

gli studenti preparano una presentazione che elenca i motivi per cui gli studenti di altre scuole dovrebbero visitare il loro paese.

Durante la mobilità, ogni Paese esporrà la propria presentazione e, a cura di team di due Paesi, dovranno redigere manifesti pubblicitari che incoraggino i visitatori a visitarli insieme, come se si trattasse di un tour turistico.



**Tradizioni spagnole**

## **6. LA GIORNATA INTERNAZIONALE DEL LIBRO**

### ● Elaborazione di Booktrailer.

#### **Obiettivi:**

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

Promuovere l'uso delle TIC.

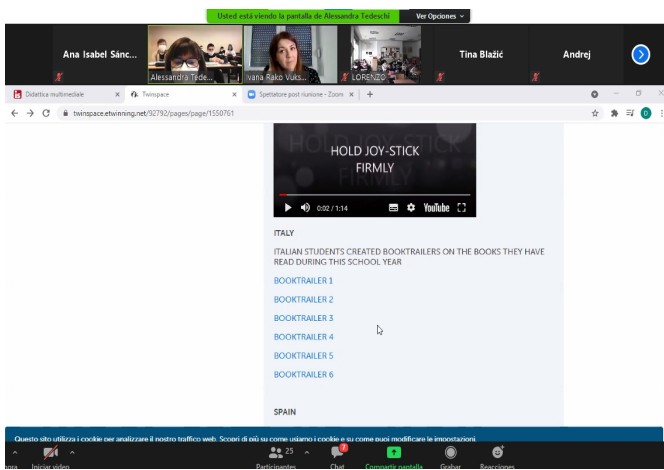
Incoraggiare la lettura di libri di autori nazionali.

Incoraggiare lo sviluppo di nuove metodologie di apprendimento.

#### **Sviluppo:**

In occasione della Giornata del libro, che si celebra il 23 aprile, ogni paese ha selezionato un libro di un autore nazionale da far leggere agli alunni. Successivamente, hanno sviluppato un booktrailer, basato sulla metodologia sviluppata durante l'evento di formazione virtuale che ruotava attorno alle Nuove Metodologie di insegnamento, a cui hanno partecipato insegnanti di tutti i centri partner durante il mese di novembre.

Una volta prodotto, è stato mostrato contemporaneamente in tutti i paesi in videoconferenza.



## I nostri booktrailer

## 7. ATTIVITÀ DURANTE LA MOBILITÀ VIRTUALE CON GLI ALUNNI - SPAGNA.

Anche questa seconda e ultima mobilità con gli studenti si è svolta virtualmente. Come per le precedenti mobilità, l'obiettivo delle attività svolte è che gli studenti lavorino in modo collaborativo intorno al patrimonio culturale europeo.

### Attività

- **Presentazione orale sui prodotti gastronomici di ogni paese**

### Obiettivi:

Conosci i prodotti gastronomici dei centri partner.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

### Sviluppo:

gli studenti di ogni scuola selezionano alcuni prodotti tipici del loro paese e preparano una presentazione orale/video sui prodotti che espongono durante la mobilità virtuale.

## ITALIAN TYPICAL PRODUCTS

ITALIAN TYPICAL PRODUCTS

GABRIELE COMINOTTI 29 APRILE 2021 16:01

### COTECHINO

Cotechino is a Christmas food that is usually eaten with lentils



### TOMATOES

Tomato is an Italian fruit which is useful to make pizza



### ORANGE

They are a typical fruit from Sicily



### TROPEA'S ONION

This is a typical red onion from the Calabria

### WINE

The wine is an alcoholic beverage that is made principally in Franciacorta



### GRANA PADANO

This typical cheese is made in Po Valley



### PASTA

Pasta is the most famous Italian food



### CALABRIAN'S PEPPER

This peppers have a medium spiciness



### MOZZARELLA

Mozzarella is a cheese from southern-Italy



### OLIVES

Olives are very useful to flavor plats

## ● Kahoot sui prodotti tipici

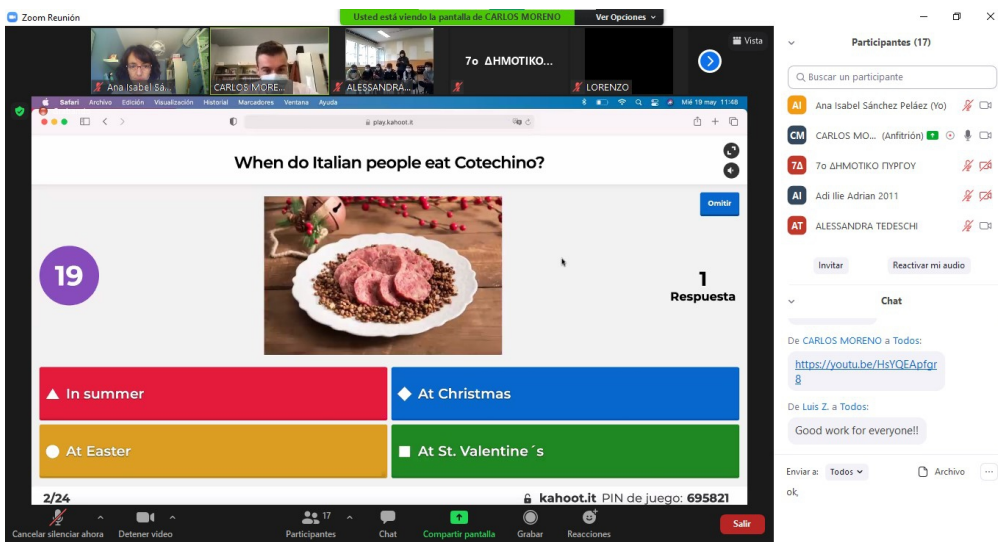
### Obiettivi:

- Conosci la gastronomia dei paesi partner.
- Promuovere la conoscenza della lingua inglese.
- Promuovere l'uso delle TIC
- Favorire il lavoro cooperativo.

### Sviluppo:

Tra tutti gli studenti delle diverse scuole, elaborano un questionario con l'app Kahoot con domande sulle presentazioni fatte nell'attività precedente. Durante la mobilità virtuale, tutti i centri conducono il questionario in modo sincrono.

[Kahoot sui prodotti tipici](#)



## • **Mapa digitale dei prodotti tipici**

### **Obiettivi:**

Conosci la gastronomia dei paesi partner.

Promuovere l'uso delle TIC.

### **Sviluppo:**

tutti i paesi contrassegnano i prodotti selezionati su una mappa virtuale utilizzando l'app Google my maps. Alla fine tutti potranno consultare sulla mappa i prodotti di tutti i paesi.

### [Mappa digitale dei prodotti tipici](#)

## • **Laboratorio “Le nostre ricette”**

### **Obiettivi:**

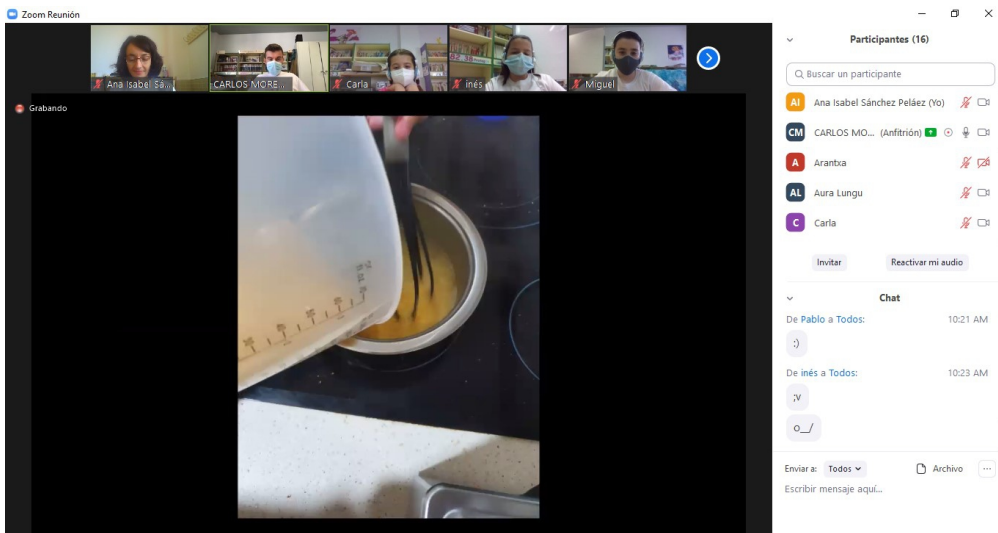
Conoscere gli elementi del patrimonio culturale dei paesi del progetto: le ricette.

Favorire il lavoro collaborativo.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

### **Sviluppo:**

ogni centro avrà precedentemente registrato un video che realizza una ricetta di un altro paese. Durante la mobilità virtuale, gli studenti lavorano in team di 2 paesi per mostrare i video e poi commentare le difficoltà che hanno incontrato nel realizzarli. Lo strumento Zoom viene utilizzato per lavorare in modo sincrono.



## • Workshop “Creazione di manifesti pubblicitari”

### Obiettivi:

Conoscere elementi del patrimonio culturale dei paesi del progetto.

Promuovere l'uso delle ICT.

Favorire il lavoro collaborativo.

Lavorare sulla conoscenza della lingua inglese.

Conoscere gli elementi della pubblicità.

### Sviluppo:

tutti i paesi hanno preparato una presentazione che spiega perché dovremmo visitare il loro paese. Durante la mobilità virtuale, gli studenti lavorano in team di 2 paesi per mostrare la loro presentazione e sviluppare in collaborazione un poster pubblicitario che li incoraggi a fare un tour dei 2 paesi che compongono il team.

Una volta terminato il poster, ogni squadra lo presenterà agli altri e si voterà tramite Mentimeter per vedere quale tour è il più popolare. Gli strumenti Zoom e Drive vengono utilizzati per funzionare in modo sincrono.

COME TO CROATIA AND ITALY TWO COUNTRIES ONE FRIENDSHIP



UNFORGETTABLE HOLIDAYS  
HOT WEATHER SUNNY DAYS



BEAUTIFUL NATURE

VISIT TWO OF THE MOST HOSPITABLE COUNTRIES: SPAIN AND GREECE!  
TRY OUR FOOD AND THE BEAUTIFUL BEACHES.....



SPANISH AND GREECE SONG



România- what a beautiful country!

ALL TOGETHER!

- a country with the BLACK SEA
- a country with wonderful DANUBE DELTA
- a country with green FORESTS
- a country with picturesque MONASTERIES and authentic customs
- a country with picturesque landscapes and a rich spiritual people



<https://youtu.be/V8C8goLr40w>



YOU ARE WELCOME!

Visit Poland!

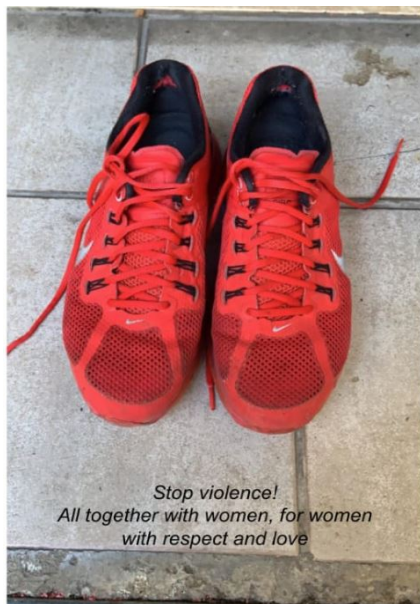
- climb the mountains
- sail on the lakes
- canoe in rivers
- explore the untouched nature
- visit the old cities and learn the rich history of Poland
- meet interesting people and their culture
- try our cuisine
- walk in the forests
- see the wild nature



## 8. PROPOSTE DI ATTIVITA' NEL NOSTRO ISTITUTO.

I progetti Erasmus+ sono un'ottima opportunità per coinvolgere l'intera comunità educativa. Proponiamo di seguito alcune attività che abbiamo sviluppato durante questo secondo anno e sulla base dei valori del progetto.

### ● GIORNATA INTERNAZIONALE DELLA LOTTA CONTRO LA VIOLENZA SULLE DONNE 25 NOVEMBRE 2020



• SAFER INTERNET DAY (9 FEBBRAIO 2021)

Cognome \_\_\_\_\_ Nome \_\_\_\_\_ classe 2°sez\_\_ Safer Internet Day 09/02/2021

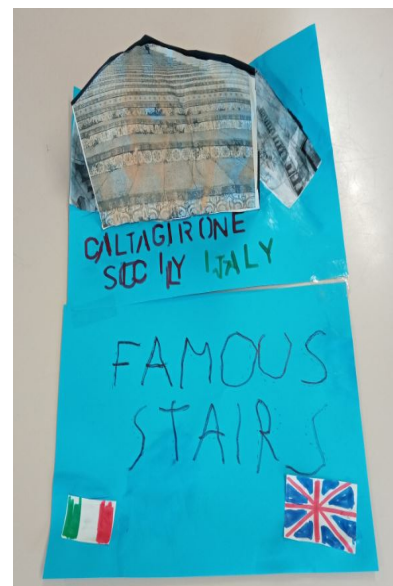
Ciao!  
 fai parte della **GENERAZIONE Z** sei un nativo digitale  
 Tante parole tanti significati ...ma sei sicuro di conoscerle tutte!?!  
 1. Abbina parole alle definizioni che trovi nella pagina successiva  
 2. Compila lo schema.

Attenzione! Solo 10 incrociandosi ne formano UNA... **IMPORTANTISSIMA NEL MONDO DIGITALE** (tocca a te trovarla!)

**SCHEMA GENERAZIONE Z**

Parola	n° definizione
HOME	
NICKNAME	
EMOTICONS	
LIKE	
FAQ	
CHAT	
FOLLOWERS	
INFLUENCER	
FLAMING	
EMAIL	
USERNAME	
HASHTAG	
POST	
TAG	
BLOG	
GENERAZIONE Z	
FAKENEWS	
TIKTOK	
YOUTUBER	
LINK	

**SIAMO PARTICOLARMENTE ORGOGLIOSI DI AVER COINVOLTO NEL PROGETTO ANCHE ALUNNI CON DISABILITA' E BISOGNI EDUCATIVI SPECIALI. QUI DI SEGUITO I LORO LAVORI:**





## Digital tools:

- Piattaforma di lavoro con gli studenti Twinspace eTwinning
- Banca dati gratuita di immagini [Creative Commons](#), [Pixabay](#)
- Sondaggi [Surveymonkeys](#)
- Online poster editing [Canva](#), <https://it.padlet.com/>
- Videoconferenze Zoom
- Condivisione e pubblicazione di documenti Drive
- Creazione di puzzle [Jigsawplanet](#)
- Mappe virtuali [Google My maps](#)
- Votazioni ed inchieste online [Mentimeter](#)
- Elaborazione di questionari online [Kahoot](#)
- Creazione di ebook <https://bookcreator.com/>

## INDICE

0. INTRODUZIONE	1
1. I NOSTRI MONUMENTI	5
2. TRADIZIONI NATALIZIE	14
3. TRADIZIONI E FESTE	18
4. PRIMA MOBILITÀ VIRTUALE CON GLI STUDENTI	26
5. LA NOSTRA GASTRONOMIA	34
6. LA GIORNATA MONDIALE DEL LIBRO	42
7. SECONDA MOBILITÀ VIRTUALE CON GLI STUDENTI	44
8. PROPOSTA DI ATTIVITA' PER L'INTERO ISTITUTO	50
SITOGRAFIA	67

**Questa guida è il risultato del lavoro del nostro secondo anno del progetto Erasmus+ KA229 e si propone di mostrare il lavoro svolto sul valore educativo del Patrimonio Europeo e della pubblicità.**

**Conoscere la nostra cultura e il nostro patrimonio dalle sue origini, aiuta i nostri studenti a comprendere l'insieme di valori, tradizioni, simboli e credenze che ne facevano parte allora, e che si sono evoluti e trasformati in altri, con i quali vivono oggi.**

**La conoscenza del patrimonio storico, culturale e artistico dell'Europa, materiale e immateriale, è essenziale per rafforzare il senso di appartenenza a uno spazio comune europeo. Allo stesso tempo, questa conoscenza aiuterà a promuovere nei nostri studenti valori come la tolleranza, la solidarietà e il rispetto per le diverse espressioni culturali e artistiche esistenti.**



**Erasmus+**