

37

I Quaderni della Ricerca

Social Media School

*Strumenti didattici per la valorizzazione
dell'istruzione tecnica e professionale*

a cura di Alessandra Nesti



Scuola amica
La ricerca

37

I Quaderni della Ricerca

Social Media School

Strumenti didattici per la valorizzazione dell'istruzione
tecnica e professionale

a cura di Alessandra Nesti



Scuola amica
La ricerca



Progetto "Social Media School" approvato con Decreto della Regione Toscana n. 6237 del 12.12.2015 POR FSE TOSCANA 2014 - 2020 Asse C - Istruzione e formazione



**LOESCHER
EDITORE
TORINO**

© Loescher Editore - Torino 2017
<http://www.loescher.it>

I diritti di elaborazione in qualsiasi forma o opera, di memorizzazione anche digitale su supporti di qualsiasi tipo (inclusi magnetici e ottici), di riproduzione e di adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo (compresi i microfilm e le copie fotostatiche), i diritti di noleggio, di prestito e di traduzione sono riservati per tutti i paesi. L'acquisto della presente copia dell'opera non implica il trasferimento dei suddetti diritti né li esaurisce.

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da:

CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali,
Corso di Porta Romana 108, 20122 Milano

e-mail autorizzazioni@clearedi.org e sito web www.clearedi.org.

L'editore, per quanto di propria spettanza, considera rare le opere fuori dal proprio catalogo editoriale. La fotocopia dei soli esemplari esistenti nelle biblioteche di tali opere è consentita, non essendo concorrenziale all'opera. Non possono considerarsi rare le opere di cui esiste, nel catalogo dell'editore, una successiva edizione, le opere presenti in cataloghi di altri editori o le opere antologiche.

Nel contratto di cessione è esclusa, per biblioteche, istituti di istruzione, musei ed archivi, la facoltà di cui all'art. 71 - ter legge diritto d'autore.

Maggiori informazioni sul nostro sito: <http://www.loescher.it>

Ristampe

7	6	5	4	3	2	1	N
2022	2021	2020	2019	2018	2017	2017	

ISBN 9788820138424

Nonostante la passione e la competenza delle persone coinvolte nella realizzazione di quest'opera, è possibile che in essa siano riscontrabili errori o imprecisioni. Ce ne scusiamo fin d'ora con i lettori e ringraziamo coloro che, contribuendo al miglioramento dell'opera stessa, vorranno segnalarceli al seguente indirizzo:

Loescher Editore
Via Vittorio Amedeo II, 18
10121 Torino
Fax 011 5654200
clienti@loescher.it

Loescher Editore Divisione di Zanichelli Editore S.p.A. opera con sistema qualità certificato KIWA-CERMET n. 11469-A secondo la norma UNI EN ISO 9001:2008

Coordinamento editoriale: Alessandra Nesti

Realizzazione editoriale e tecnica: PhP - Grosseto

Progetto grafico: Fregi e Majuscole - Torino; Leftloft - Milano/New York

Copertina: Leftloft - Milano/New York; Visualgrafika, Torino

Stampa: Tipografia Gravinese

Corso Vigevano 46
10155 Torino

Indice

Premessa	5
<i>di Daniela Giovannini</i>	
Prima parte - La didattica laboratoriale: cambiare l'insegnamento in aula	7
1. Una didattica attiva, partecipativa e orientativa	9
<i>di Simone Giusti</i>	
2. Un esempio di microprogettazione	21
<i>di Simone Giusti</i>	
Seconda parte - Una rivista online per allenarsi a produrre e pubblicare contenuti digitali	27
1. Il prodotto, l'ambiente, i ruoli, le attività	29
<i>di Simone Giusti, Marco Milaneschi, Alessandra Nesti, Annachiara Scalera</i>	
2. La creazione, la gestione e il monitoraggio del sito	35
<i>di Fabio Pietro Corti, Simone Giusti, Alessandra Nesti</i>	
3. La produzione e la redazione dei contenuti	51
<i>di Simone Giusti e Alessandra Nesti</i>	
4. La gestione dei social media	63
<i>di Annachiara Scalera</i>	

Terza parte - Le risorse per l'orientamento	73
1. Il monitoraggio delle competenze	75
<i>di Andrea Caldelli e Simone Giusti</i>	
2. Gli atelier di orientamento di gruppo	85
<i>di Andrea Caldelli, Erika Marioni e Matteo Arrighi</i>	
3. La relazione delle attività svolte	99
<i>di Simone Giusti</i>	

Premessa

di Daniela Giovannini, dirigente scolastico dell'IIS "Luciano Bianciardi" di Grosseto

L'Istituto di Istruzione Superiore Polo "Luciano Bianciardi", nato per promuovere e valorizzare le competenze delle filiere dei beni culturali e della comunicazione, è composto da un Liceo artistico, un Liceo Musicale, un Istituto Tecnico a indirizzo Grafica e Comunicazione e un Istituto Professionale per i Servizi commerciali, a cui di recente si è aggiunto un Liceo Coreutico.

Il progetto che ha dato origine a questo volume, realizzato in collaborazione con l'associazione L'Altra Città e la società PhP per conto di Regione Toscana, nell'ambito del POR FSE 2014-2020, è nato con la finalità di migliorare l'offerta formativa della scuola nel settore delle tecnologie per l'informazione e per la comunicazione, ed ha coinvolto gli alunni delle classi III, IV e V dell'Istituto Tecnico indirizzo Grafica e comunicazione e dell'Istituto Professionale per i Servizi Commerciali, per un totale di 120 alunni di età compresa tra i 16 e i 19 anni circa.

Nello specifico, il progetto ha perseguito e raggiunto l'obiettivo di individuare e realizzare attività di orientamento, di didattica laboratoriale e di alternanza scuola-lavoro che fossero in grado di migliorare le competenze di docenti e studenti nell'uso delle ICT per la fruizione, la produzione e la gestione di contenuti digitali, anche allo scopo di aumentare l'occupabilità dei futuri diplomati, i quali sempre più dovranno essere in grado di gestire direttamente, soprattutto all'interno delle piccole aziende, i canali di promozione e comunicazione, producendo materiali digitali da pubblicare su siti internet e sui social. Anche a livello nazionale, d'altronde, si assiste a una riconfigurazione dei mestieri dell'editoria e della comunicazione, che sempre più, a causa dell'evoluzione delle ICT e dei processi lavorativi, devono integrare in una sola figura competenze del grafico, del redattore, dell'autore e dell'esperto di comunicazione. Inoltre, indipendentemente dal lavoro svolto, è sempre più necessario che i cittadini siano in grado di reperire e selezionare le informazioni in modo autonomo e con spirito critico.

Al fine di coinvolgere gli studenti dei vari indirizzi e di sensibilizzare i docenti e la comunità locale, la scuola, coadiuvata dal comitato di pilotaggio del progetto, ha deciso di dotarsi di una rivista online, il magazine «Maremma Touring», destinato alla promozione e alla valorizzazione del territorio della provincia di Grosseto. Al sito internet sono stati poi affiancati una pagina Fa-

cebook e un profilo Instagram, la cui gestione - modellata sull'esempio della rivista «La Ricerca» di Loescher editore, di cui l'Istituto Bianciardi è "Scuola Amica" - è stata affidata a una sorta di redazione allargata, composta da tutti gli studenti e da un gruppo di esperti.

Questo libro, che nasce dalla riflessione sul lavoro svolto nell'arco di due anni scolastici, si propone di essere un piccolo manuale ad uso di chi intenda replicare l'esperienza in altri territori.

Prima parte

La didattica laboratoriale: cambiare l'insegnamento in aula

Secondo quanto previsto dagli ordinamenti scolastici (Direttiva Ministeriale 4 per gli Istituti Tecnici e 5 per gli Istituti Professionali del 16 gennaio 2012) il miglioramento della qualità dell'offerta di istruzione e formazione tecnica e professionale si realizza «con l'adozione di metodologie didattiche innovative [...] fondate sia sull'ampio uso delle tecnologie informatiche (IT), sia sulla valorizzazione dell'approccio laboratoriale, diffuso a tutte le discipline del curriculum».

Si tratta di un approccio non legato all'uso di uno specifico luogo fisico - il laboratorio, appunto - ma di un insieme di pratiche didattiche che chiamano lo studente ad affrontare le diverse problematiche disciplinari con metodologie di tipo induttivo, improntate alla pedagogia collaborativa del compito condiviso e del progetto che lo rendono protagonista degli apprendimenti. Si legge ancora nelle *Linee guida per il passaggio al nuovo ordinamento - Secondo biennio e quinto anno* che «Queste metodologie coinvolgono attivamente gli studenti nell'analisi e nella risoluzione di problemi, mobilitano l'insieme delle loro risorse e aiutano a far cogliere l'interdipendenza tra dimensione teorica e dimensione operativa delle conoscenze, fino a costruire dei saperi di tipo professionale».

In questa sezione del libro si illustrano alcuni principi di base di questa famiglia di approcci didattici e si fornisce un esempio di microprogettazione di un percorso di didattica laboratoriale.

1. Una didattica attiva, partecipativa e orientativa

di *Simone Giusti*

Il laboratorio come metodologia di apprendimento

Le *Linee guida per il passaggio al nuovo ordinamento* degli Istituti Tecnici e degli Istituti Professionali presentano molti punti in comune, tra cui un paragrafo intitolato “Il laboratorio come metodologia di apprendimento” (par. 2.1.3), che vale la pena leggere per intero. Solo alla fine il documento si differenzia, come evidenziato, per gli Istituti Tecnici e per gli Istituti Professionali.

Il laboratorio è concepito, nei nuovi ordinamenti dell’istruzione tecnica [e dell’istruzione professionale], non solo come il luogo nel quale gli studenti mettono in pratica quanto hanno appreso a livello teorico attraverso la sperimentazione di protocolli standardizzati, tipici delle discipline scientifiche, ma soprattutto come una metodologia didattica innovativa, che coinvolge tutte le discipline, in quanto facilita la personalizzazione del processo di insegnamento/apprendimento che consente agli studenti di acquisire il “sapere” attraverso il “fare”, dando forza all’idea che la scuola è il posto in cui si “impara ad imparare” per tutta la vita. Tutte le discipline possono, quindi, giovare di momenti laboratoriali, in quanto tutte le aule possono diventare laboratori.

Il lavoro in laboratorio e le attività ad esso connesse sono particolarmente importanti perché consentono di attivare processi didattici in cui gli allievi diventano protagonisti e superano l’atteggiamento di passività e di estraneità che caratterizza spesso il loro atteggiamento di fronte alle lezioni frontali. L’impianto generale dei nuovi ordinamenti richiede che l’attività laboratoriale venga integrata nelle discipline sulla base di progetti didattici multidisciplinari fondati “sulla comprovata capacità di usare conoscenze, abilità e capacità personali, sociali e/o metodologiche, in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e/o personale”. I nuovi ordinamenti degli istituti tecnici [e professionali] possono offrire, quindi, occasioni per valorizzare i diversi stili cognitivi in una rinnovata relazione tra discipline teoriche ed attività di laboratorio che aiutino lo studente, attraverso un processo induttivo, a connettere il sapere acquisito in contesti applicativi al sapere astratto, basato su concetti generali e riproducibile nella più ampia generalità dei contesti.

L'attività di laboratorio, condotta con un approccio operativo ai processi tecnologici, può coniugare l'attitudine degli studenti alla concretezza e all'azione con la necessità di far acquisire loro i quadri concettuali che sono indispensabile per l'interpretazione della realtà e la sua trasformazione. La didattica di laboratorio facilita l'apprendimento dello studente in quanto lo coinvolge anche dal punto di vista fisico ed emotivo nella relazione diretta e gratificante con i compagni e con il docente.

I docenti, utilizzando il laboratorio, hanno la possibilità di guidare l'azione didattica per "situazioni-problema" e strumenti per orientare e negoziare il progetto formativo individuale con gli studenti, che consente loro di acquisire consapevolezza dei propri punti di forza e debolezza. Il processo sistematico di acquisizione e di trasferimento di conoscenze/abilità/competenze che caratterizza l'apprendimento dello studente può esprimersi, in modo individuale o collegiale, in un'attività osservabile che si configuri come un risultato valutabile. Il laboratorio, quindi, rappresenta la modalità trasversale che può caratterizzare tutta la didattica disciplinare e interdisciplinare per promuovere nello studente una preparazione completa e capace di continuo rinnovamento. Nell'attività di laboratorio sono varie le attività che si possono esplicare sul piano didattico. Oltre all'utilizzo delle diverse strumentazioni, delle potenzialità offerte dall'informatica e della telematica, si può far ricorso alle simulazioni, alla creazione di oggetti complessi che richiedono l'apporto sia di più studenti sia di diverse discipline. In questo caso, l'attività di laboratorio si intreccia con l'attività di progetto e diventa un'occasione particolarmente significativa per aiutare lo studente a misurarsi con la realtà. Tirocini, stage ed esperienze condotte con la metodologia dell'"impresa formativa simulata" sono strumenti molto importanti per far acquisire allo studente competenze molto utili per l'orientamento e per l'occupabilità.

[Nelle *Linee guida* degli Istituti Tecnici] Metodologie didattiche basate sul costante utilizzo delle tecnologie aiutano i docenti a realizzare interventi formativi centrati sull'esperienza, che consentono allo studente di apprendere soprattutto tramite la verifica della validità delle conoscenze acquisite in un ambiente interattivo di "apprendimento per scoperta" o di "apprendimento programmato", che simuli contesti reali. I docenti possono avvalersi della simulazione in svariati modi: per realizzare giochi didattici, esperimenti di laboratorio, per lo studio di fenomeni, esercitazioni, rinforzo, verifiche di apprendimento.

È importante, comunque, che i docenti, nel tener conto delle diverse intelligenze degli studenti e delle loro attitudini e motivazioni, scelgano le simulazioni in modo da integrarle con altre metodologie e strumenti didattici.

[Nelle *Linee guida* degli Istituti Professionali] Collegato al laboratorio e alla laboratorialità, il rapporto con il lavoro costituisce un pilastro essenziale del riordino dei professionali. Le attività di stage e i tirocini formativi, opportunamente progettati, offrono agli studenti la possibilità di osservare personalmente la realtà lavorativa del territorio, traendo informazioni e imparando ad elaborare il proprio progetto di vita.

In sintesi, a partire dalla normativa in vigore, possiamo elencare le seguenti caratteristiche della didattica laboratoriale:

- è una metodologia didattica che riguarda tutte le discipline;
- prevede che gli allievi diventino protagonisti attivi;
- facilita l'apprendimento grazie al coinvolgimento fisico ed emotivo nella relazione con i compagni e con il docente;
- si realizza tra l'altro con progetti didattici multidisciplinari basati sulle competenze;
- si fonda su attività osservabili che si configurano come risultati valutabili;
- può far ricorso alle TIC, alle simulazioni, all'elaborazione di prodotti complessi, al gioco didattico, esperimenti di laboratorio ecc.;
- ha una valenza orientativa, poiché aiuta lo studente a misurarsi con la realtà, a valutare le proprie competenze, a riflettere sull'esperienza e a elaborare il proprio progetto di vita.

Una didattica orientativa

La didattica laboratoriale - fondata sulla centralità del processo di apprendimento e sul coinvolgimento attivo degli studenti, i quali devono compiere azioni che li mettano in relazione con gli altri studenti e con il docente, e devono, tra l'altro, essere consapevoli dei risultati attesi, che devono saper autovalutare - può avere un forte impatto su competenze che vengono definite orientative, che sono trasversali alle discipline di insegnamento e fondamentali alla realizzazione di percorsi scolastici significativi oltre che, ovviamente, alla prevenzione della dispersione scolastica e dell'insuccesso formativo. Per questo si può accomunare la didattica laboratoriale alla didattica orientativa, le cui caratteristiche sono state così sintetizzate da Batini e Giusti (2007)¹:

- *la didattica orientativa parte da un'antropologia positiva: tutte le persone hanno risorse per costruire delle competenze e per esercitare un controllo attivo sulla propria esistenza e sui propri processi di sviluppo (si utilizzano pertanto metodologie didattiche, come quelle narrative, che consentono ai soggetti di costruirsi competenze orientative generali e di riconoscere le risorse di cui sono portatori), per far conoscere e riconoscere le conoscenze e le compe-*

1. F. Batini e S. Giusti, "Nuove competenze per la scuola e didattica orientativa. Un nuovo approccio alla professione docente", in *Quaderni di orientamento*, IRREER, n. 3, pp. 4-13.

- tenze man mano che si acquisiscono (il che comporta l'utilizzo di procedure di negoziazione, problematizzazione e di co-costruzione);*
- *la didattica orientativa riguarda tutti i cicli scolastici in verticale, dalla scuola materna fino, almeno, alla scuola superiore, ma anche oltre: nell'educazione degli adulti, nel life long learning, nella formazione continua, nell'istruzione universitaria;*
 - *la didattica orientativa è trasversale e trans-disciplinare: portatrice di apprendimenti strategici, trasversali, meta-cognitivi;*
 - *la didattica orientativa è tesa a costruire e/o potenziare le risorse della singola persona in apprendimento, partendo da quelle che sono già in possesso dei soggetti;*
 - *la didattica orientativa mira a valorizzare ed esplicitare l'aspetto formativo delle discipline negli interventi quotidiani in classe e a realizzare percorsi di studio multidisciplinari;*
 - *la didattica orientativa è supportata da un progetto dettagliato del processo di apprendimento e della aperta dichiarazione delle competenze in uscita a cui si tende;*
 - *la didattica orientativa deve essere progettuale, realistica e operativa: intenzionale, partecipata (coinvolgimento), concreta, operativa, relata alla vita quotidiana dei soggetti ed al loro ambiente di vita;*
 - *la didattica orientativa vuole essere pragmatica e spendibile: valorizza sia il processo sia il prodotto, mirando a risultati concreti, visibili, auto-percepibili, funzionali e immediatamente utilizzabili nella vita quotidiana, nella propria esperienza;*
 - *la didattica orientativa incentiva la riflessione su di sé: vuole generare stimoli, riflessioni, estensioni dell'esperienza personale, capacità di autovalutazione e dunque assunzione di responsabilità;*
 - *la didattica orientativa è tesa a istituire continuità (per un apprendimento significativo) tra i diversi cicli scolastici sia mediante appositi laboratori di continuità su argomenti interdisciplinari, sia mediante un apposito tutorato da parte degli studenti degli ultimi anni nei confronti dei giovani in ingresso - sia mediante la definizione di curricula verticali sia mediante apposite lezioni ai ragazzi che si sono iscritti per consentire loro di sperimentare cosa può significare realmente frequentare la scuola che hanno scelto.*

Il ruolo del docente

La didattica laboratoriale non è difficile da ideare e progettare, ma richiede buone capacità di gestione del lavoro di gruppo da parte del docente, il quale dovrebbe assumere il ruolo di facilitatore dell'apprendimento e della partecipazione nell'ambito di attività didattiche basate sulla risoluzione di problemi

o sulla realizzazione di prodotti che richiedono l'attivazione di conoscenze, capacità e competenze afferenti alla propria disciplina di insegnamento.

Di seguito si riportano le azioni che l'insegnante facilitatore può mettere in pratica per favorire nel gruppo l'innescarsi di un'interazione positiva (adattato da Vopel, 1999²):

- *Dobbiamo porre attenzione al presente, a ciò che avviene in aula e più in generale al momento storico in cui l'evento formativo si realizza. Se l'interesse prevalente è per ciò che è avvenuto nel passato o per ciò che potrà avvenire nel futuro, le persone tenderanno ad affaticarsi di più; quando questo capita dobbiamo cercare di associare quello che è avvenuto o quello che avverrà al significato che diamo ora a quell'evento.*
- *Favorire i momenti di contatto: saranno quelli a fornire le basi per la collaborazione e il consenso. Le persone, anche quelle che sono in aula soltanto per imparare cose nuove, hanno bisogno di vicinanza.*
- *Mantenersi vicini alla realtà dal punto di vista delle conoscenze trasmesse, ma soprattutto accettando l'esistenza di punti di vista discordanti dal nostro. Se il docente è il primo a chiudersi a riccio, probabilmente anche i partecipanti reagiranno nello stesso modo: faranno gruppo, ma contro di noi.*
- *Essere sinceri, se non sappiamo una cosa diciamo «non lo so» e non cominciamo a girare intorno alle parole. Parlare anche delle proprie sensazioni, facendo attenzione a non trasformare la formazione in un circolo di auto-aiuto.*
- *Far capire bene che l'aula è un luogo protetto, dove i soggetti possono esprimersi liberamente. Alle persone riesce meglio esporsi quando sono sicure che il docente non utilizzerà quanto detto o fatto per altri scopi. Se la committenza chiede report degli incontri, fateli soltanto sull'esperienza, non sulle persone.*
- *Facciamo attenzione alle domande che poniamo, soprattutto spieghiamo il motivo per cui facciamo una domanda, in modo da facilitare le risposte. È più facile rispondere a quesiti che chiedono cosa, come e quando piuttosto che a domande che chiedono perché.*
- *Se vogliamo fare in modo che le persone partecipino durante gli incontri, diamo loro la possibilità di non partecipare. Sembra una contraddizione, ma se le persone non si sentono forzate parteciperanno di più. Ciò vale, naturalmente, anche per il formatore.*
- *Evitiamo colloqui separati, a meno di non dover impartire istruzioni per un'attività. Sembra infatti che i colloqui separati attivino negli altri una sorta di conflitto edipico, minando la coesione del gruppo e accrescendo il senso di*

2. K. W. Vopel, *Giochi di interazione per adolescenti e giovani*, vol. 1-2-3-4, Elle Di Ci., Torino 1991.

estromissione. Evitiamo di parlare all'orecchio di qualcuno mentre altri stanno parlando e chiediamo che gli altri non lo facciano.

- *Facciamo in modo di non parlare degli assenti. Si parla alla persona, non della persona, anche quando quella è presente.*
- *Se durante l'attività emerge un problema, dobbiamo essere pronti a dargli la precedenza rispetto a tutto il resto. Sia che si tratti di un problema tecnico (per esempio il proiettore si rompe e non si può fare assolutamente senza), sia che si tratti di un problema interpersonale. È difficile andare avanti quando in aula sorgono tensioni tra i partecipanti.*
- *Bisogna evitare generalizzazioni. Le persone capiscono meglio e agiscono con più passione nel momento in cui riescono a fare associazioni chiare. Anche rispetto alle attività utilizziamo il nome delle persone per puntualizzare e commentare.*
- *Parliamo in prima persona singolare. L'utilizzo di forme impersonali potrebbe sembrare un modo per evitare responsabilità rispetto alle proprie dichiarazioni. Chiediamo anche ai partecipanti di fare la stessa cosa.*

I contenuti della didattica laboratoriale del progetto SMS

Nell'ambito del progetto SMS si prevedeva che l'attività di didattica laboratoriale fosse integrata a un percorso formativo basato sulla realizzazione e gestione di una rivista online (vedi parte 2). Per fare ciò è stato chiesto ai docenti di progettare dei percorsi di didattica laboratoriale che coinvolgessero esperti esterni: copywriter, YouTuber, social media manager, content manager, giornalisti, autori.

Questa attività, necessaria a creare le condizioni affinché le attività aggiuntive (per esempio di alternanza scuola-lavoro) abbiano un senso all'interno dell'intero percorso di istruzione, si è svolta al mattino durante le ore curricolari sotto forma di laboratori gestiti in compresenza dai docenti delle discipline di base e di indirizzo con gli esperti.

Attività dell'Istituto Professionale

Titolo attività	Competenza obiettivo (Miur)	Discipline coinvolte	Attività e contenuti	Esperti esterni
Contatto!	Svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore	Tecnica professionale servizi commerciali, Diritto e economia, Tecniche della comunicazione, Lingua e letteratura italiana, Lingua inglese	Rilevare le imprese del territorio; fare un profilo; elaborare scheda mail o di telefonata (italiano e inglese); contattare le imprese per una proposta di co-marketing; predisporre un accordo; intervistare	Esperto di contrattualistica
Socializzare	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete	Diritto economia, Tecniche professionali dei servizi commerciali e laboratorio con tecniche professionali, Lingua e letteratura italiana, Tecnica della comunicazione, Lingua inglese	Social: la scelta degli argomenti da pubblicare, le immagini, il copyright. La scrittura sui social: scelta dei temi e redazione dei post. Aspetti iconografici. Formati, qualità, dimensione. Risposte standard/faq	Esperto di scrittura per il web; esperto di normativa e di sicurezza
Organizzare la redazione	Interagire nel sistema azienda e riconoscere i diversi modelli di struttura organizzativa aziendale	Diritto ed economia, Tecniche professionali dei servizi commerciali e laboratorio con tecniche professionali	Organizzazione aziendale di un giornale (ruoli, mansioni, organigramma). Simulazione dei ruoli, simulazione di una riunione di redazione. Visita a una redazione giornalistica	Coordinatore redazionale

Gestione dei fornitori	Svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore	Diritto ed economia, Tecniche professionali dei servizi commerciali e laboratorio con tecniche professionali	Gestione dei fornitori (albo fornitori). Produrre una lettera di incarico, una liberatoria, un contratto con un autore o con un fornitore. Tipologie di firme	Esperto di firma digitale. Esperto di contrattualistica
Business plan della rivista	Svolgere attività connesse all'attuazione delle rilevazioni aziendali con l'utilizzo di strumenti tecnologici e software applicativi di settore	Matematica, Tecniche professionali dei servizi commerciali e laboratorio con tecniche professionali, Tecnica della comunicazione, Lingua e letteratura italiana	Business plan specifico per l'avvio di una rivista. Analisi del punto di equilibrio e concetto di coda lunga. Clienti tipo, mercato parte descrittiva dell'idea imprenditoriale	Esperto di business plan
Autori	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire in contesti organizzativi e professionali di riferimento	Lingua e letteratura italiana	Caratteristiche dell'articolo di giornale per il web. Ricerca delle idee, stesura e revisione del testo	Giornalista, autore
Videointerviste	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire in contesti organizzativi e professionali di riferimento	Lingua e letteratura italiana	Realizzazione video per promuovere gli aspetti del territorio attraverso video interviste. Scelta dell'argomento, degli strumenti, ecc.	Videomaker

Attività dell'Istituto Tecnico

Titolo attività	Competenza obiettivo (Miur)	Discipline coinvolte	Attività e contenuti	Esperti esterni
Fotoreportage	Utilizzare il patrimonio lessicale ed espressivo della lingua italiana secondo le esigenze comunicative nei vari contesti: sociali, culturali, scientifici, economici, tecnologici	Diritto ed economia, Teoria della comunicazione, Lingua e letteratura italiana, Laboratori tecnici	Il racconto fotografico. Principi di storytelling. Scegliere i materiali fotografici e associarli a brevi testi	Fotografo, copywriter
Socializzare	Progettare, realizzare e pubblicare contenuti per il web	Progettazione multimediale, Laboratori tecnici, Lingua e letteratura italiana, Lingua inglese	Social: la scelta degli argomenti da pubblicare, le immagini, il copyright. La scrittura sui social: scelta dei temi e redazione dei post. Aspetti iconografici. Formati, qualità, dimensione. Risposte standard/faq	Esperto di scrittura per il web; esperto di normativa e di sicurezza
Promozione del territorio	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete	Progettazione multimediale, Tecniche di comunicazione, Laboratori tecnici, Lingua e letteratura italiana, Lingua inglese	Promuovere il territorio in analogia alla promozione di un'azienda (es. pubblicità progresso). Reportage fotografico per la realizzazione di una pagina pubblicitaria per la promozione turistica; utilizzo delle figure retoriche, giochi di parole,	Copywriter, guida turistica

			slogan; individuare gli aspetti meno conosciuti del territorio. Il linguaggio pubblicitario: registri, codifiche (lingua inglese e italiana)	
I sottotitoli	Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete	Lingua inglese, Laboratori tecnici	Elaborare i sottotitoli in inglese di video o film sulla Maremma e produrre il montaggio	Esperto di montaggio video
Videointerviste	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire in contesti organizzativi e professionali di riferimento	Lingua e letteratura italiana	Realizzazione video per promuovere gli aspetti del territorio (es. kite surf, squadra di calcio ecc., a partire dalle relazioni degli alunni) attraverso video interviste. Scelta dell'argomento, degli strumenti ecc.	Videomaker
Tutti possono essere poeti	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire in contesti organizzativi e professionali di riferimento	Lingua e letteratura italiana	Caratteristiche dell'articolo di giornale per il web. Ricerca delle idee, stesura e revisione del testo	Giornalista, autore

Scheda - Un prodotto della didattica laboratoriale

Il progetto di didattica laboratoriale dell'Istituto Professionale per i Servizi Commerciali, ideato e svolto da docenti e studenti della classe 3A, con la collaborazione del videomaker Luigi Zannetti, si è concluso con la realizzazione di un video di 11 minuti intitolato *Grosseto street art* (pubblicato su YouTube al link <https://www.youtube.com/watch?v=fYDxXli7Fq0&t=11s>).

L'attività, finalizzata allo sviluppo della competenza "Utilizzare e produrre strumenti di comunicazione visiva e multimediale anche con riferimento alle strategie espressive e agli strumenti tecnici della comunicazione in rete", si è basata su una videointervista allo storico dell'arte Mauro Papa, esperto di arte pubblica.

Schermata del video *Grosseto street art*: murales di Blu ripreso a Grosseto, Palazzetto dello sport



2. Un esempio di microprogettazione

di *Simone Giusti*

Tra i molti modelli di programmazione delle attività didattiche, quello della microprogettazione è il più adatto alla didattica laboratoriale. In questo modello, infatti, diversamente da quanto accade con le programmazioni per obiettivi, si mettono al centro le azioni che gli alunni devono compiere grazie agli stimoli - e agli eventuali materiali - ricevuti dal docente-facilitatore.

Nel contesto di una didattica centrata sulle competenze, per arrivare a definire gli specifici progetti didattici è utile partire dai risultati di apprendimento attesi - le competenze obiettivo vanno individuate tra quelle previste dal repertorio fornito negli allegati A alle Linee guida del MIUR - per poi individuare e descrivere le attività didattiche che possono portare, nei tempi assegnati, al loro raggiungimento.

Di seguito viene illustrato l'intero processo seguito per scrivere una microprogettazione didattica relativa alla competenza "Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team-working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento" nell'ambito della disciplina "Lingua e letteratura italiana" (classe quinta di un Istituto Professionale).

Una procedura: dal risultato atteso alla definizione delle attività

Secondo le *Linee guida per passaggio al nuovo ordinamento* degli Istituti Tecnici e degli Istituti Professionali (d.P.R. 15 marzo 2010, n. 87, articolo 8, comma 6), «Una competenza si manifesta quando uno studente è in grado di affrontare un compito o realizzare un prodotto a lui assegnato, mettendo in gioco le sue risorse personali e quelle, se disponibili, esterne utili o necessarie. Naturalmente la natura del compito o del prodotto caratterizza la tipologia e il livello di competenza che si intende rilevare. Questo può essere più direttamente collegato con uno o più insegnamenti, oppure riferirsi più direttamente a un'attività tecnica e/o professionale».

Il processo di valutazione avviene in due fasi:

1. raccolta di elementi informativi, di dati, relativi alle manifestazioni di competenza;

2. lettura e interpretazione dei dati al fine di elaborare un giudizio.

La raccolta delle informazioni può avvenire in tre diversi modi:

- risultati ottenuti nello svolgimento di un compito o nella realizzazione del prodotto;
- come lo studente è giunto a conseguire tali risultati (osservazione);
- percezione che lo studente ha del suo lavoro (narrazione di sé).

La lettura dei dati e l'elaborazione del giudizio devono rispettare due criteri fondamentali:

- definizione preventiva dei criteri di valutazione;
- accertamento di presenza e di livello delle competenze: deve essere sostenuto da elementi di prova (le informazioni raccolte) e da consenso (da parte di altri).

I livelli di competenza

Per la definizione dei livelli di competenza si può fare riferimento alla scala adottata dal MIUR per la certificazione delle competenze della scuola secondaria di primo grado, articolata su quattro livelli:

0. Livello base non raggiunto.
1. Livello base: svolge compiti semplici in situazioni note, mostrando di possedere conoscenze e abilità essenziali e di saper applicare regole e procedure fondamentali.
2. Livello intermedio: svolge compiti e risolve problemi complessi in situazioni note, compie scelte consapevoli, mostrando di saper utilizzare le conoscenze e le abilità acquisite.
3. Livello avanzato: svolge compiti e problemi complessi in situazioni anche non note, mostrando padronanza nell'uso delle conoscenze e delle abilità. Sa proporre e sostenere le proprie opinioni e assumere autonomamente decisioni consapevoli.

Una prova di verifica

Per costruire una prova di verifica finale è utile immaginarsi una prestazione competente da parte dell'alunno. In sintesi, che cosa deve effettivamente saper fare e in quale situazione un alunno competente (in riferimento alla competenza individuata)?

Una volta immaginata la situazione si deve procedere a inventare una

prova (simulazione) da sottoporre a valutazione attraverso una griglia di osservazione.

Disciplina	Lingua e letteratura italiana
Competenza obiettivo	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
Descrizione della prova da sostenere (simulazione di una performance):	<i>Un'attività di animazione con la lettura e la scrittura</i> La prova è individuale e ha una durata di 30 minuti per ciascun alunno. Il valutatore sottopone all'alunno una scheda che descrive un'attività di animazione basata su attività di lettura o di scrittura creativa. L'alunno ha 15 minuti di tempo per leggere e studiare la scheda, e per integrare per scritto alcune informazioni richieste (per esempio, individuare un testo da utilizzare per introdurre l'attività), e 15 minuti per creare il setting e fornire oralmente al valutatore le istruzioni del gioco (come se fosse una situazione autentica in cui il valutatore fa la parte
Indicatori	- Appropriatezza del testo individuato - Chiarezza dell'esposizione orale - Capacità di coinvolgimento

Una microprogettazione didattica

Una volta che è chiaro che cosa deve saper fare l'alunno in una determinata situazione e quali sono le risorse che egli deve mobilitare in termini di conoscenze e di abilità, è importante programmare le attività mettendo al centro del proprio progetto le azioni da compiere come docenti affinché gli alunni siano a loro volta stimolati ad agire in determinate circostanze e con specifici strumenti.

Titolo del progetto didattico: Io posso essere artista

Competenza obiettivo	Individuare e utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working più appropriati per intervenire nei contesti organizzativi e professionali di riferimento
Durata del progetto	6 ore
Articolazione delle attività (n° incontri e loro durata)	Tre incontri di due ore ciascuno

<p>Descrizione delle attività e istruzioni per il docente</p>	<p>L'insegnante introduce l'attività con la lettura di <i>Per fare una poesia dadaista</i> (dal <i>Manifesto Dada</i> del 1918). A partire da questa lettura, ciascun alunno è invitato a realizzare una poesia dadaista a partire da una pagina di giornale. L'attività deve essere svolta in modo rapido e con leggerezza, al solo fine di fissare nella memoria il gesto di "scrivere" poesie utilizzando qualcosa di già pronto: le parole ritagliate dal giornale.</p> <p>Lezione dialogata sulle avanguardie storiche, con particolare attenzione ai "manifesti" e ad alcuni concetti-chiave che devono essere acquisiti come termini tecnici specifici del settore: <i>ready-made</i>, scrittura automatica, <i>frottage</i>, <i>collage</i>, <i>cut-up</i>, <i>dripping</i>. In questa fase è importante evidenziare il collegamento tra movimenti artistici e letterari e scienze umane, con particolare riferimento al rapporto tra psicanalisi e surrealismo (termini scientifici: sogno, inconscio, rimosso, io, super-io). Può essere di supporto all'apprendimento invitare gli studenti a compilare un glossario (cartaceo o digitale, in questo secondo caso possibilmente su una piattaforma wiki).</p> <p>Il secondo incontro si basa su attività laboratoriali individuali e di gruppo durante le quali gli studenti sono invitati a sperimentare le diverse tecniche di produzione artistica e letteraria utilizzate nell'ambito dei movimenti di avanguardia al fine di liberare l'immaginazione. Per introdurre le attività si può sperimentare la tecnica surrealista del "cadavere squisito" (dal francese "cadavre exquis"), un vero e proprio gioco da fare con carta e matita allo scopo di comporre una poesia o un racconto collettivo. I partecipanti dovrebbero disporsi in cerchio. Il primo (che può essere il docente stesso) scrive una frase e passa il foglio e la matita al secondo scrittore, il quale deve poter vedere solo l'ultima parola scritta, a partire dalla quale deve proseguire la poesia o il racconto. Il gioco va avanti per almeno un giro, in modo che ciascuno studente abbia scritto almeno una frase. Alla fine si dà lettura del testo.</p> <p>Per le attività laboratoriali è utile suddividere l'ambiente in diverse aree in cui gli studenti possono trovare gli strumenti necessari. Il docente svolge il ruolo di consulente e supervisore. Per ciascuna area è opportuno fornire uno o due esempi di opere composte con la tecnica di riferimento.</p> <p><u>Area collage.</u> Materiali: riviste illustrate, forbici, colla, cartoncini di formato A3. Gli studenti devono ritagliare immagini e parole e comporre su un foglio un "quadro" (per esempio un autoritratto).</p> <p><u>Area frottage.</u> Materiali: fogli bianchi di varie dimensioni, grafite, una tavola di legno grezzo e vari oggetti piatti (monete, pezzi di tessuto grezzo, foglie secche, ecc.). Gli studenti devono strofinare la grafite su un foglio bianco sotto al quale devono essere collocati dei materiali ruvidi (potrebbero andare bene anche il pavimento o la parete).</p>
---	--

	<p><u>Area dripping</u>. Materiali: fogli di giornale o di carta da pacchi o grandi teli per proteggere il pavimento, fogli di carta bianca, barattoli di vernice colorata, pennelli. Gli studenti devono intingere i pennelli nel colore e far sgocciolare quest'ultimo su un foglio bianco in modo da creare figure, ritmi, linee, ecc.</p> <p>Il terzo incontro è finalizzato a realizzare un'opera utilizzando una delle tecniche sperimentate. Gli studenti scelgono la tecnica e lavorano alla produzione per almeno mezz'ora (il docente può verificare il livello di autonomia degli alunni). Ciascuno deve poi dare un titolo alla sua opera.</p> <p>L'attività prosegue con l'allestimento di una mostra delle opere prodotte, che possono essere appese a dei fili come dei panni stesi. Ciascun alunno è invitato a presentare la propria opera mettendo in evidenza tra l'altro le sensazioni provate durante la sua realizzazione. È importante che il docente instauri un clima di rispetto ed eviti che ci siano commenti o giudizi offensivi.</p> <p>In conclusione, il docente illustra agli alunni i principi fondamentali dell'arte-terapia, sottolineando soprattutto il valore terapeutico del processo di produzione artistica.</p>
--	--

Seconda parte

Una rivista online per allenarsi a produrre contenuti digitali

L'impresa formativa simulata, ad alcune specifiche condizioni, è una delle modalità di realizzazione dell'alternanza scuola-lavoro. Essa consiste - di norma - nella «costituzione di un'azienda virtuale animata dagli studenti, che svolge un'attività di mercato in rete (e-commerce) e fa riferimento ad un'azienda reale (azienda tutor o madrina) che costituisce il modello di riferimento da emulare in ogni fase o ciclo di vita aziendale» (*Linee guida del Miur*).

Di seguito si descrive un'attività condotta secondo questa metodologia didattica, che si basa sulla costruzione di un ambiente simulato che consente agli alunni di imparare attraverso lo svolgimento di attività complesse e finalizzate alla produzione di beni o servizi. Nel caso specifico, l'impresa consiste nella gestione di una rivista online dedicata alla promozione del territorio (la provincia di Grosseto e il marchio Maremma Toscana) da parte di alunni delle classi III, IV e V di un Istituto tecnico e di un Professionale. Gli alunni sono stati accompagnati da esperti di un'azienda di produzione e gestione dei contenuti - PhP srl - e hanno preso a modello la rivista online e le relative pagine social della rivista «La ricerca» di Loescher editore.

1. Il prodotto, l'ambiente, i ruoli, le attività

di *Simone Giusti, Marco Milaneschi, Alessandra Nesti, Annachiara Scalera*

Per alcuni mesi, durante l'inverno del 2016 e la primavera del 2017, gli studenti di sei classi di un Istituto Tecnico per la Grafica e per la Comunicazione e di un Istituto Professionale per i Servizi Commerciali si sono alternati - un pomeriggio a settimana per un totale di sessanta ore per classe - nella gestione di una piccola impresa: la rivista online Maremma Touring, specializzata nella promozione e nella valorizzazione del territorio di riferimento della scuola, la Maremma toscana.

Questa attività, progettata come un percorso formativo di simulazione d'impresa nell'ambito del progetto SMS, è stata ricompresa dalla scuola - l'Istituto di Istruzione Superiore Statale "Luciano Bianciardi" di Grosseto - tra le azioni di alternanza scuola-lavoro.

Gli esperti del mondo del lavoro, in accordo coi docenti delle discipline interessate, hanno organizzato i processi e gli ambienti di apprendimento - un'aula attrezzata dedicata al progetto per ciascuno dei plessi scolastici e un ambiente virtuale su Google Drive - in modo da consentire lo svolgimento delle seguenti attività lavorative:

- gestione delle relazioni con gli autori e con gli altri fornitori e con i clienti;
- produzione di file multimediali, testi digitali ecc.;
- lavoro redazionale (selezione dei materiali da pubblicare, editing);
- caricamento file;
- gestione dei social e delle attività di promozione;
- gestione dei processi di organizzazione e divisione interna del lavoro.

La rivista Maremma Touring

La rivista online Maremma Touring, modellata sull'esempio della rivista «La ricerca online» di Loescher editore, è stata sviluppata con CMS Wordpress, secondo specifiche indicazioni ricevute dal comitato scientifico del progetto, ed è stata organizzata nelle seguenti sezioni tematiche:

- *Eventi* (gli avvenimenti della settimana sul territorio)
- *Storie* (reportage, racconti non finzionali sul territorio)
- *Surfing* (la Maremma sul web: ricognizione e commento di siti internet)
- *Parole e visioni* (la Maremma nel cinema e nella letteratura: brani, spezzoni di film)

Il banner con il logo della rivista



Maremma
Touring

I ruoli degli esperti

Trattandosi di un'impresa simulata, era importante che gli studenti avessero chiari i livelli di responsabilità e l'organigramma, che si può così schematizzare:

- Amministrazione: DSGA della scuola.
- Direzione editoriale: Dirigente scolastico, coordinatori del progetto e comitato di pilotaggio.
- Web master: Fabio Pietro Corti (PhP srl).
- Coordinamento redazionale: Alessandra Nesti (PhP srl).
- Manager produzione di contenuti: Simone Giusti e Marco Milaneschi (PhP srl).
- Social media manager: Annachiara Scalera (PhP srl).

I settori e le attività

Al fine di realizzare la rivista e la pagina Facebook sono state necessarie le seguenti attività, organizzate in distinti settori. Per ciascun settore sono stati individuati specifici ruoli e definiti compiti e mansionari.

Area Coordinamento

- Pianificazione e coordinamento delle attività di produzione e di redazione del sito e della pagina Facebook.

Area Amministrazione e Diritti

- Stipula contratti con gli autori.
- Consulenza diritti d'autore.

Area Produzione

- Ricerca iconografica (finalizzata alla produzione di gallerie fotografiche per gli articoli).
- Ricerca e monitoraggio siti internet (finalizzata alla costruzione delle sezioni *Eventi*, *Surfing* e *Parole e visioni*).
- Gestione dei rapporti con gli autori (fotografi, videomaker, giornalisti, scrittori, ecc.).
- Produzione (scrittura articoli, campagne fotografiche, produzione video ecc.)

Area Redazione

- Segreteria di redazione.
- Editing (revisione dei testi, delle immagini e dei video)
- Preparazione degli articoli sul CMS Wordpress (testo, immagini, video ecc.)
- Pubblicazione.

Area Social

- Pianificazione editoriale della pagina Facebook.
- Produzione dei post (ricerca su internet e su Facebook, creazione di contenuti originali, ecc.).
- Programmazione delle uscite.
- Gestione dei messaggi.

L'organizzazione del lavoro in aula

Gli alunni si alternavano nell'aula-laboratorio dell'impresa simulata (ciascuna classe una volta a settimana), dove trovavano un ambiente di lavoro che anche in loro assenza continuava a produrre, esattamente come avviene durante uno stage o un tirocinio o, ovviamente, in un'impresa.

Per la gestione del lavoro è stato predisposto uno spazio virtuale organizzato per aree su Google Drive a cui avevano accesso tutti gli studenti.

Al fine di garantire la continuità del lavoro e per mettere gli alunni in condizione di orientarsi, è stato importante seguire per ogni incontro (a parte i primi, che rendono necessaria una presentazione più ampia delle attività e delle persone coinvolte) uno stesso schema:

1. *Riunione di coordinamento*: consegna della scheda personale (alle pagine successive), illustrazione del lavoro da svolgere, assegnazione dei ruoli e dei compiti (30 minuti);
2. *Attività lavorativa*: gli studenti, individualmente o in gruppi, lavorano ai compiti assegnati con la supervisione dell'esperto (2 ore);
3. *Riunione di debriefing*: l'esperto e gli studenti fanno il punto sul lavoro svolto in modo da lasciare le consegne per la giornata seguente. La riunione si conclude con una breve relazione dell'esperto e con la compilazione della scheda personale da parte degli studenti (30 minuti).

Google Drive

Il servizio offerto da Google denominato "Google Drive" è un software nato per gestire la "produttività personale" in modalità *cloud*. Rappresenta una concreta alternativa ai tradizionali programmi come Microsoft Office o Open Office: con Drive si ha, infatti, la possibilità di scrivere e archiviare documenti, e si gestiscono, modificano ed elaborano fogli di calcolo elettronici, presentazioni, elaborazioni grafiche elementari.

Drive, inoltre, consente di creare moduli online denominati "Moduli Google". I moduli Google sono uno strumento utile per consentire di pianificare eventi, inviare sondaggi, sottoporre test o raccogliere informazioni in modo piuttosto semplice ed efficiente. Un modulo Google è collegato automaticamente a un foglio di calcolo elettronico con lo stesso titolo. Quando viene compilato un modulo o quando lo stesso documento viene condiviso, le risposte dei destinatari vengono raccolte automaticamente nel file di lavoro. Il tutto è fruibile in applicazione web, direttamente eseguibile dal proprio *browser* (il software per la navigazione internet come Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Apple Safari, Google Chrome, Opera), senza bisogno di installare alcuna applicazione sul proprio dispositivo.

Google recentemente ha sviluppato l'app Google Drive per utilizzare direttamente il servizio senza accedere a un browser, particolarmente utile per consentire di lavorare sui files anche dallo smartphone.

Il punto di forza maggiore di quest'applicazione è la possibilità di condividere il proprio lavoro con altre persone sparse in ogni angolo del mondo, inclusi gruppi di lavoro. A seconda dei livelli di responsabilità interni al gruppo di lavoro, si può decidere chi ha accesso ai documenti e alle cartelle e chi ha l'autorizzazione per modificare, visualizzare o semplicemente aggiungere commenti.

La scheda personale

La prima facciata viene compilata durante le attività di orientamento, prima dell'inizio del percorso formativo o di alternanza. La seconda facciata va compilata dopo ogni incontro.

SCHEDA PERSONALE					
Nome	Cognome	classe	età		
Competenze digitali					
Elaborazione delle informazioni	<i>Utente base</i>	<i>Utente autonomo</i>	<i>Utente avanzato</i>		
Comunicazione	<i>Utente base</i>	<i>Utente autonomo</i>	<i>Utente avanzato</i>		
Creazione di contenuti	<i>Utente base</i>	<i>Utente autonomo</i>	<i>Utente avanzato</i>		
Sicurezza	<i>Utente base</i>	<i>Utente autonomo</i>	<i>Utente avanzato</i>		
Risoluzione del problema	<i>Utente base</i>	<i>Utente autonomo</i>	<i>Utente avanzato</i>		
Competenze linguistiche					
Lingua	Ascolto	Lettura	Interazione	Produzione orale	Produzione scritta
Altre competenze					
Dispositivi					
Smartphone	<i>Sì No</i>				
Tablet	<i>Sì No</i>				
Computer	<i>Sì No</i>				
Attività e ruoli					
Coordinamento	Direttore editoriale	Coordinatore redazionale	Analista (web)	Web Master	
Amministrazione	Addetto alla segreteria	Consulente legale			
Produzione	Autore (scrittore, fotografo, ecc.)	Iconografo	Scout	Manager	
Redazione	Editor	Web Editor			
Social	Social Media Strategist	Community Manager	Social Media Editor		

	Ruolo	Attività	Stato di avanzamento
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

2. La creazione, la gestione e il monitoraggio del sito

di Fabio Pietro Corti, Simone Giusti, Alessandra Nesti

Un sistema di gestione dei contenuti

Un sito web ha due facce: una, quella “pubblica”, visibile dagli utenti esterni, chiamata *front end*, che visualizza i contenuti; l'altra, detta *back end*, è quella riservata agli amministratori del sito, che questi contenuti li inseriscono, gestiscono, modificano, eliminano. Per farlo si servono di un software chiamato CMS, Content Management System. L'uso di un CMS permette di organizzare in modo razionale i contenuti e di renderli uniformi, modificabili e aggiornabili. Si tratta di disporre di un compositore automatico di pagine web, un “impaginatore” che fornisce cornici o lay-out pronti all'uso, pagine-modello in cui le caratteristiche grafiche, i font, gli spazi e gli ingombri sono predeterminati, e al redattore (nel caso di una rivista o di un blog) non resta che inserire la notizia digitandola o incollandola all'interno della finestra del programma di scrittura inserendo titolo, sommario, autore, foto, link, decidendo se procedere immediatamente con la pubblicazione oppure se programmarla.

Grazie al CMS, dunque, si può disporre di template o pagine-modello differenti, a seconda che si tratti della home page, delle pagine interne o di dettaglio, delle home page di categoria, dei singoli articoli.

Queste pagine-modello hanno la loro impostazione grafica in termini di stili, spazi, colori, ma non hanno contenuto o ne hanno uno posticcio, o di prova, per simulare con sufficiente verosimiglianza l'impatto grafico di un testo o di un'immagine reali, in modo particolare per quanto riguarda l'effetto estetico (il famoso LOREM IPSUM, ovvero il testo segnaposto utilizzato da grafici, designer, programmatori e tipografi a modo riempitivo; è composto da parole o parti di parole in lingua latina, riprese da uno scritto di Cicerone del 45 a.C). I siti possono basarsi su template, wireframe e progetti grafici creati ad hoc da società specializzate di sviluppatori e web designer, oppure si può ricorrere a piattaforme che mettono a disposizione tipologie

“prefabbricate” di siti tra le quali scegliere (e a vari livelli anche personalizzare) per creare il proprio sito. Per questo, la scelta del template avviene di solito all’inizio e una volta per tutte, in base al tipo di sito che si vuole creare, alla sua finalità, al tipo di contenuti che ospita, alla sua destinazione ecc.

Inserendo il pezzo sul CMS, il web editor o il giornalista di fatto lo carica all’interno di un database, o tabella, in cui sono archiviati tutti i contenuti del sito: una sorta di magazzino diviso in stanze e cassetti (categorie, cartelle ecc.) dal quale vengono “richiamati” successivamente i contenuti per la visualizzazione sul sito: solo nel momento in cui l’utente esterno apre quella pagina il contenuto del DB appare inserito all’interno della pagina, venendo richiamato dal database. Non è quindi necessario conoscere l’html, che è il linguaggio informatico usato per programmare: il CMS ha un’interfaccia che trasforma il codice in comandi più intelligibili e intuitivi, comprensibili da chiunque (il titolo va inserito nella finestra del programma di scrittura con su scritto “Titolo” anziché dover digitare, all’interno di un programma di scrittura html, qualcosa di simile a ``)

Ciascun redattore o web editor ha un nome profilo (o user id) e una password con cui accedere al sistema e immettere dati o modificarli, sulla base dei permessi che gli sono stati attribuiti. Spetta al webmaster o gestore del sistema stabilire chi e come può intervenire. Prima dell’effettiva pubblicazione, si può prevedere un sistema per cui è necessario ricevere l’approvazione da parte del capo redazione.

I CMS open source e gratuiti sono molti: il sistema prevede l’uso del linguaggio php e l’immagazzinamento dei dati in un DB open source MySQL.

A livello di struttura grafica o layout, un CMS può essere impostato in diverse maniere. Solitamente per un magazine online l’altezza del modulo è di 30-40 righe per pagina o schermata senza scroll, in modo che la pagina non sia troppo lunga (meglio semmai dividere su più pagine). I margini devono essere ampi, lo spazio vuoto ai lati del testo dà chiarezza e ordine e incornicia il contenuto.

Il CMS Wordpress

Per gestire la rivista Maremma Touring, il “prodotto” del progetto SMS, è stato utilizzato il software Wordpress. Wordpress è un CMS e consiste in una piattaforma web destinata alla creazione e alla gestione completa di un sito web dinamico.

Si tratta di un prodotto gratuito open source rilasciato con licenza pubblica GPL, e tutto ciò comporta che:

- Wordpress può essere utilizzato da chiunque per creare siti web di ogni tipologia, anche a scopo di business;
- il codice e il linguaggio in cui il CMS è scritto possono essere modificati e ridistribuiti, purché venga mantenuto intatto il copyright e i riferimenti degli autori.

Stiamo parlando di un software web-oriented, che può essere installato su qualsiasi server internet in grado di supportare il linguaggio PHP oltre al database MySQL; da lato client, invece (il suddetto *front end*), non occorre installare nulla, perché è sufficiente un normale browser per la navigazione online (Microsoft Edge, Mozilla Firefox, Google Chrome, Apple Safari, e così via).

Wordpress permette di creare un sito in tempi rapidi e con una semplicità estrema: al termine dell'installazione guidata, l'amministratore può iniziare immediatamente a impostare il tema grafico, stabilire e nominare le categorie all'interno delle quali verranno raccolti gli articoli, pubblicare contenuti di vario tipo, gestire le credenziali dei collaboratori o autori/editor.

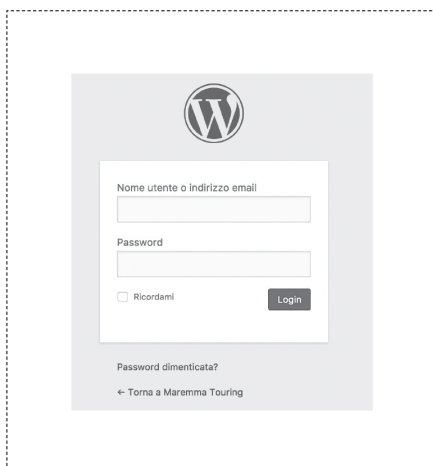
Una volta installato il software, è possibile gestire il proprio sito anche via APP: è infatti scaricabile l'applicazione Wordpress per dispositivi iOS e Android dai relativi Store (<https://apps.wordpress.com/mobile/>).



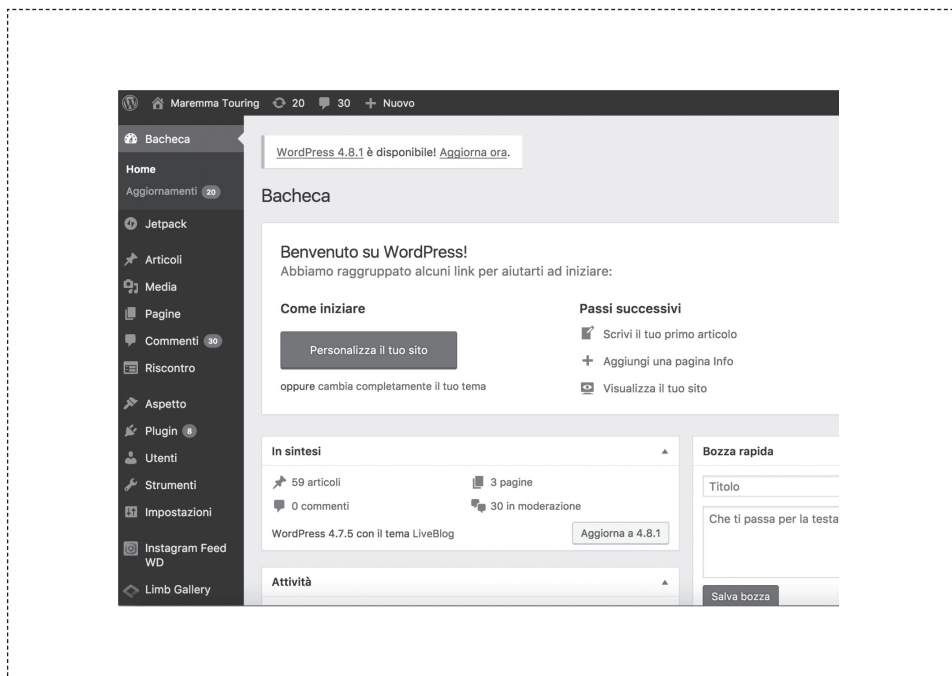
La scelta è ricaduta su Wordpress proprio per questa facilità di installazione, di configurazione e di utilizzo finale.

Per poter visualizzare il sito Wordpress che è stato creato è sufficiente digitarne l'indirizzo: il software è installato all'interno del dominio www.maremmatouring.it ed è caricato all'interno della cartella del server denominata **web** (www.maremmatouring.it/web è infatti l'url che appare nella barra degli indirizzi del browser che viene utilizzato per la navigazione online).

Per accedere al back end del sito, che nel CMS Wordpress si chiama *Bacheca*, occorre accedere al pannello login, che per ogni sito Wordpress è raggiungibile direttamente dal browser aggiungendo all'url **wp-login.php**; nel nostro caso l'indirizzo da digitare è il seguente www.maremmatouring.it/web/wp-login.php.



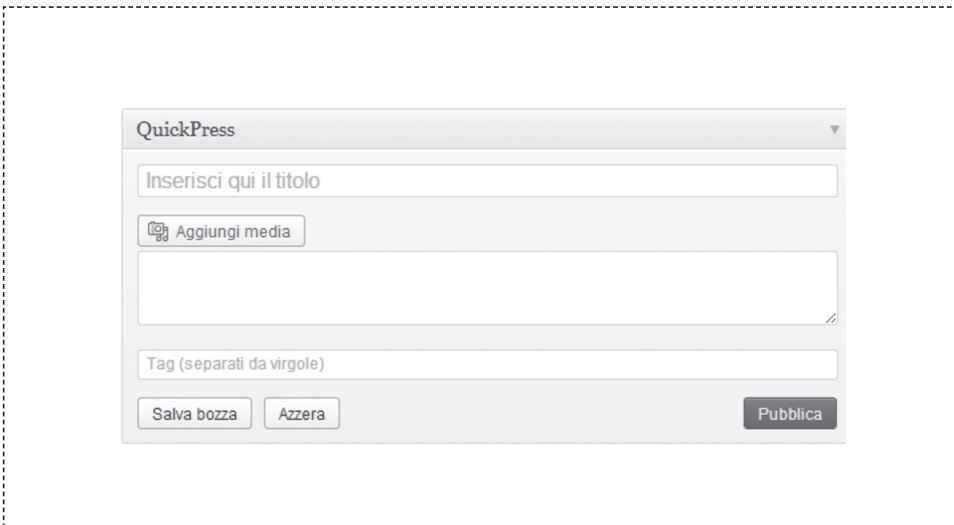
Una volta entrati, la schermata sarà simile alla figura riportata di seguito.



Nella bacheca troverete una gran quantità di informazioni disposte in una serie di moduli, che possono variare a seconda di come è eseguita l'installazione.

Tra questi moduli è possibile trovare:

- Commenti Recenti, dove vengono elencati gli ultimi commenti, se previsti, pubblicati o in attesa di una nostra approvazione per la pubblicazione definitiva - cioè di una moderazione;
- QuickPress - Questo modulo è particolarmente apprezzato da coloro che scrivono molti articoli al giorno sul proprio blog. Si tratta di un sistema pratico e veloce che consente in pochi clic di aggiungere una notizia, pubblicarla o salvarla in bozza, per correggerla più avanti. Basterà inserire il titolo dell'articolo e il contenuto, associare una immagine di evidenza e inserire i tag. A questo punto se si vuole che la news vada immediatamente online, basterà cliccare su Pubblica, altrimenti su Salva bozza;



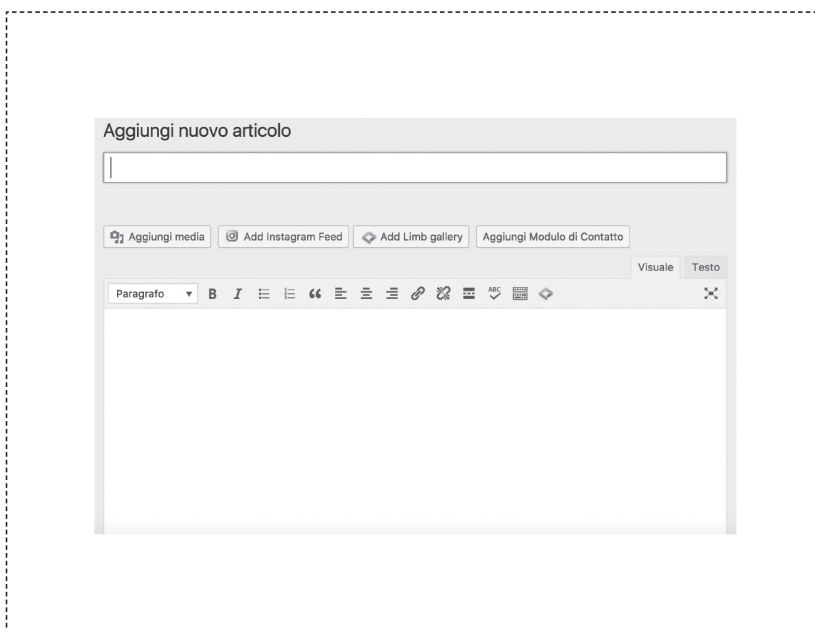
- Bozze Recenti, dove sono elencati articoli e pagine non ancora pubblicati online;
- Notizie da WordPress, articoli e aggiornamenti da www.wordpress.org.

Wordpress dà la possibilità di organizzare queste informazioni secondo le proprie esigenze, spostando, espandendo o riducendo i moduli ed eliminando eventuali voci che non servono.

Menù back end della Bacheca

Sul lato sinistro della schermata si trovano una serie di voci, tra cui *Articoli*, *Media*, *Pagine* e altri.

Subito dopo il link alla Bacheca troviamo la voce **Articoli**. Cliccando su di essa avremo accesso alle voci di sottomenu *Tutti gli articoli*, *Aggiungi nuovo*, *Categorie* e *Tag*. Gli articoli rappresentano certamente la parte più importante di un blog, quella che si aggiorna continuamente, e si differenziano dalle “Pagine” del sito Web. Mentre queste ultime possono essere considerate come statiche, in quanto difficilmente modificate e sempre presenti nel menu principale del blog (ad esempio: chi siamo, dove siamo, cosa facciamo, contatti ecc), gli articoli vengono pubblicati periodicamente, dando vita a un ricambio continuo di contenuti (ovviamente condizionato dalla frequenza con cui i contenuti vengono aggiornati).



Gli articoli, inoltre, possono essere associati a delle categorie (pensate alle categorie delle notizie di un quotidiano: politica, esteri, sport, spettacolo ecc.), al contrario delle Pagine, che in un certo senso fanno parte della “cornice” del sito.

La voce **Media** del menu dà accesso alla Libreria multimediale, contenente tutti i file multimediali caricati sul portale visualizzati in un elenco

di titoli o di icone o di thumbnail. Per aggiungere una nuova immagine o un nuovo video, basterà cliccare sulla sottovoce **Aggiungi Nuovo**.



In seguito, troviamo la voce **Pagine**. Come già anticipato, queste rappresentano le pagine statiche del sito, come ad esempio *Chi siamo*, *Dove siamo*, *Privacy*, *Contatti* ecc., e sono associate alle voci di menu presenti nel portale.

Subito dopo Pagine è presente la voce **Commenti**. Tramite questa sezione è possibile sospendere, approvare o cestinare i commenti agli articoli lasciati dai lettori, se la funzione è prevista.

Da qui in avanti, il menu propone link a funzionalità generalmente gestite dai programmatori o dai Webmaster del sito. Innanzitutto, troviamo la voce **Aspetto**. Si tratta di una sezione molto importante, dalla quale è possibile accedere ad alcune funzioni utili per strutturare graficamente il front end. Oltre alla scelta del tema, si potrà impostare un'immagine di sfondo, gestire le voci dei menu (la loro posizione nella struttura, l'ordine delle voci) e anche i widget che dovranno comparire nelle varie pagine.

Proseguendo, troviamo la voce **Plugin**, programmi il cui scopo è quello di integrare le funzionalità del CMS. Ad esempio, alcuni possono servire per aggiungere i pulsanti dei social, altri ne migliorano l'ottimizzazione SEO, altri ancora gestiscono gli utenti, e così via.

Proprio a questi ultimi è dedicata la prossima voce di menu. Cliccando su **Utenti** si accede alla sezione dalla quale viene gestita la registrazione degli account e la profilatura degli utenti (o user), che può essere di tipo amministratore, editore, autore, collaboratore e sottoscrittore (ciò che viene visualizzato in questo spazio dipende dal livello di accesso):

- **Amministratore**: è colui che ha la piena gestione del sito, fin nei mi-

nimi dettagli: lui solo può cambiare tema, customizzarlo, aggiungere/togliere widget, aggiungere/cancellare utenti e modificarne i ruoli...

- **Editore:** può creare, pubblicare e modificare tutti gli articoli e le pagine presenti sul sito, moderare i commenti, aggiungere/eliminare categorie e tag, caricare immagini. In sostanza può gestire sia i suoi articoli che quelli degli altri autori, ma non ha il controllo della “struttura” del sito.
- **Autore:** ha un ruolo più limitato dell’Editore: infatti può creare nuovi articoli e pubblicarli, e intervenire modificandoli, ma non può modificare gli articoli degli altri autori; può anche caricare media.
- **Collaboratore:** il suo ruolo è simile a quello dell’Autore - cioè scrive e gestisce i propri articoli - ma non può pubblicare alcun articolo: questo compito viene fatto da un Amministratore, da un Editore o da un Autore, che aprono un suo articolo e lo mettono online.
- **Sottoscrittore:** è un semplice lettore; può leggere commenti, fare commenti, ricevere newsletter: è come un normale visitatore, ma col vantaggio che resta aggiornato, perché iscritto al sito online.



Il monitoraggio: Google Analytics e gli Insight di Facebook

Google Analytics è il servizio gratuito di Google che permette di monitorare un sito web fornendo dati statistici molto dettagliati.

Attraverso il monitoraggio è possibile capire i comportamenti di chi visita il nostro sito, i contenuti che hanno successo e quelli che invece passano inosservati, e quantificare i dati relativi a visite, fasce orarie, demografica: conoscerli significa sapere come intervenire per migliorare.

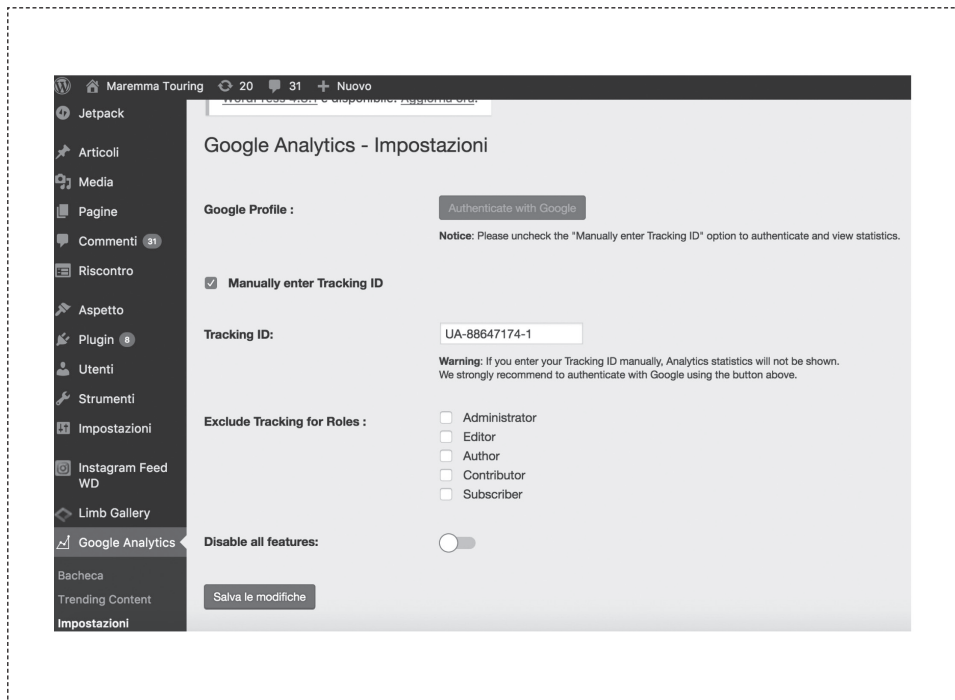
Per collegare questo strumento di analisi al proprio sito, prima di tutto bi-

sogna possedere un'email di Gmail in modo da poter accedere al servizio da questa pagina: <http://www.google.it/intl/it/analytics/>.

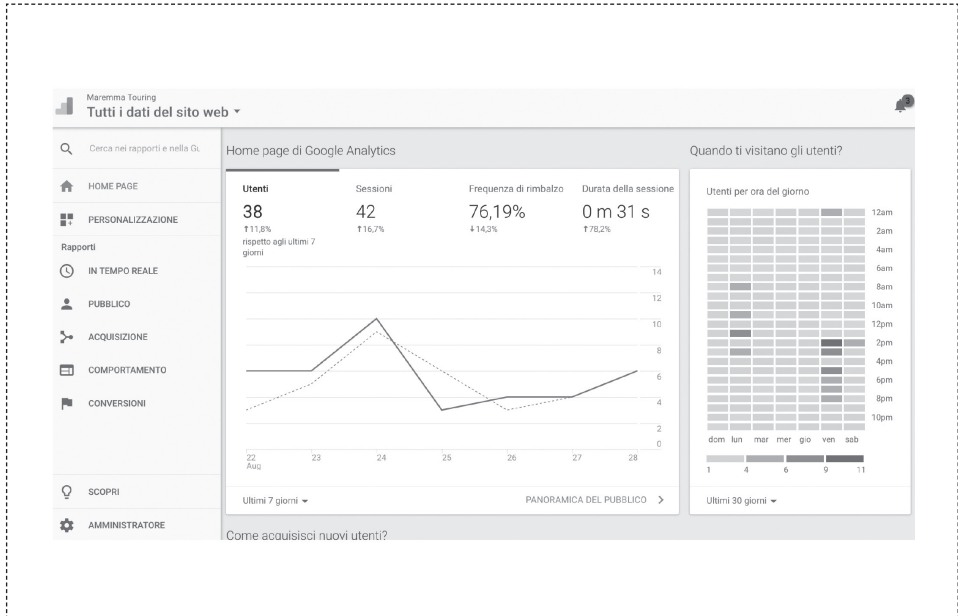
Successivamente, bisogna entrare nel pannello di Google Analytics e selezionare la voce “Crea nuovo account” dalla voce *Account* della sezione *Amministrazione*, quindi compilare il form con i dati “nome sito”, “nome account” ecc., e ottenere ID (identificativo) di monitoraggio.

Ottenuto il numero di ID e/o lo Script (codice HTML per incorporare il servizio di analisi di Google al portale web) deve essere inserito all'interno delle vostre pagine web.

Quest'ultimo passaggio può essere laborioso, e per questo per i CMS esistono delle estensioni/moduli/plugin che consentono di semplificare la procedura. Nello screenshot riportato sotto, relativo a Maremma Touring, si può vedere che è stato “agganciato” Google Analytics attraverso il plugin specifico “Google Analytics for Wordpress - <http://wordpress.org/extend/plugins/google-analytics-for-wordpress/>”.



La prima schermata che viene visualizzata quando si accede al proprio account di Google Analytics è la *Panoramica* del sito che si sta monitorando, dalla quale è possibile accedere alle singole sezioni (come da screenshot riportato):



- **IN TEMPO REALE:** per controllare direttamente online quanto succede su proprio sito;
- **PUBBLICO:** dove è possibile controllare le informazioni relative agli utenti che si collegano al proprio sito web;
- **ACQUISIZIONE:** una sezione molto importante, da cui ricavare molte informazioni relative a:
 1. **Sessioni** - fornisce il numero totale di sessioni nell'intervallo temporale che interessa analizzare (l'ultimo mese; l'anno precedente; da una certa data a oggi ecc.). Le sessioni sono le "volte" in cui un utente ha interagito con il sito, e possono contenere più azioni di questo utente (visualizzazioni di pagine, interazioni social, registrazione a servizi, acquisti). Ogni volta che un utente accede a quel sito avvia una sessione, la quale si conclude quando esce dal sito, chiude la pagina, o in automatico solitamente dopo 30 minuti di inattività.
 2. **Utenti** - numero di utenti che hanno visualizzato il sito.
 3. **Visualizzazioni di pagina** - numero di pagine che sono state visualizzate.
 4. **Pagina/sessione** - quante pagine vengono visualizzate in media durante una sessione.
 5. **Durata media sessione** - il tempo che gli utenti in media passano sul vostro sito ogni volta.
 6. **Frequenza di rimbalzo** - Quanto spesso capita che un utente

entri ed esca dalla stessa pagina senza interagire con essa e senza visualizzare altre pagine del sito.

7. **% nuove sessioni** - percentuale delle prime visite.

Per ottenere delle analisi precise e puntuali del proprio sito web occorre tenere periodicamente sotto controllo i dati di accesso e di navigazione forniti da Analytics, poiché così si potrà intervenire per creare i contenuti che possano attirare l'attenzione dei destinatari ai quali il portale creato si rivolge, o magari pubblicarli in altri orari, e così via.

Di seguito una schermata relativa ai contenuti più visti della rivista online gestita durante le attività del progetto SMS.

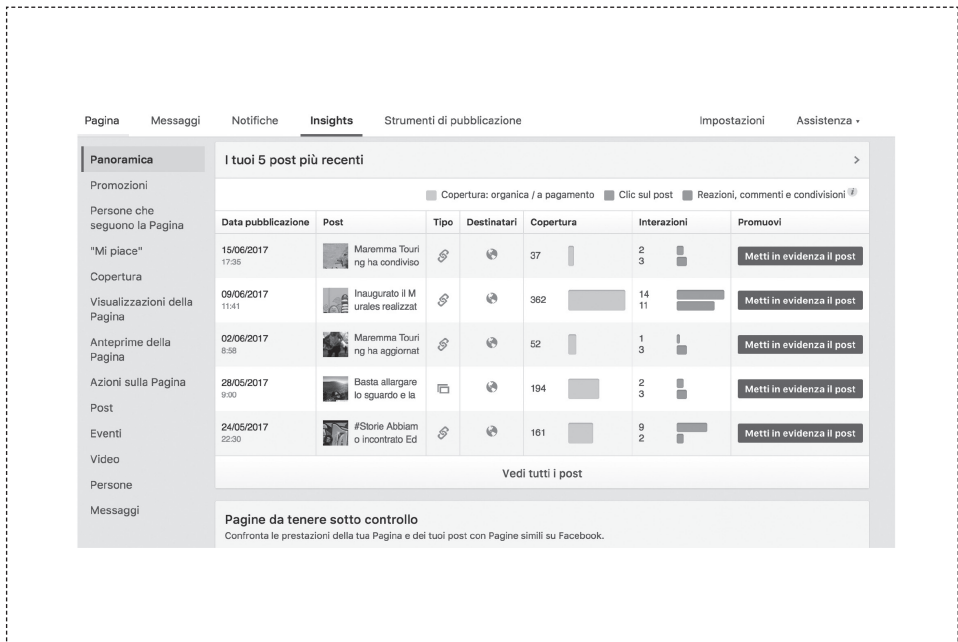
Contenuti più visti

Sorgente	Visualizzazioni di pagina	Durata media visita
Home page	1.489	02:02
I giardini d'arte in maremma	1.221	03:11
La liberazione di Grosseto	416	09:19
Una scuola di nome Bianciardi	280	03:23
Grosseto wave	267	03:01
Una città a tutto murales	195	05:05
Grosseto addio di Luca Bonelli	161	04:53
Arte visibile, invisibile, partecipata, apprezzata	154	03:48
Parole e visioni (categoria)	142	01:40
Storie (categoria)	140	01:05

Allo stesso modo, anche Facebook fornisce i dati statistici relativi ai comportamenti degli utenti: essi sono una preziosa fonte di informazioni per la gestione efficace di una pagina. È grazie a questi che è possibile monitorarne l'andamento, capire cosa funziona e cosa no, in che modo modificare la rotta per creare contenuti sempre più coinvolgenti e utili per il raggiungimento di un obiettivo definito - ad esempio le visite a una rivista online, o l'iscrizione a una newsletter.

Prima di entrare nello specifico, occorre sapere che:

- si possono visualizzare i dati Insights direttamente dall'apposita sezione della pagina oppure esportarli sul proprio computer. Mentre i primi sono in forma aggregata, i secondi sono più precisi e puntuali;
- per ogni sezione di dati è possibile scegliere il lasso di tempo per cui ci interessa avere un riscontro;
- ogni grafico mette a disposizione (sul lato, a destra) anche la funzione Benchmark, che consente di confrontare le prestazioni medie nel corso del tempo.



Gli Insights di Facebook si dividono in sezioni. Accedendo alla sezione Insights della propria pagina, si aprirà una schermata con, sulla destra, le 8 principali categorie di dati che Facebook mette gratuitamente a disposizione, tra le quali: **Mi piace**, **Copertura** e **Post**.

1. **Mi piace** - In questa sezione è possibile analizzare l'andamento della tua pagina in relazione ai fan che hai acquisito o perso in un determinato lasso di tempo.

Nella sezione "Mi piace" si trovano:

- la scelta dell'intervallo di tempo in cui si desidera visualizzare i grafici. Questa funzione è utile soprattutto per capire come hanno reagito i propri fan in seguito a un cambio di strategia o a una campagna di inserzioni pubblicitarie;

- il numero totale di “Mi piace” e il loro andamento nel corso del tempo;
 - i “Mi piace” netti. Qui si può visualizzare l’andamento dei propri *like* per ogni giorno. Per ogni nuovo “Mi piace”, inoltre, è possibile sapere se è stato acquisito *organicamente* oppure da una inserzione pubblicitaria. Qui è anche possibile visualizzare se e quando qualcuno ha deciso di rimuovere il like alla pagina, così da poter intuirne la motivazione.
2. **Copertura** - La copertura o portata (*reach* in inglese) dei post pubblicati su Facebook è il numero di persone che hanno visto il nostro contenuto. In gergo si dice le persone a cui il contenuto è *passato davanti*. Questo vuol dire che non necessariamente il proprio post è stato guardato, osservato o letto.
- In particolare, in questa sezione si può visualizzare la portata *organica* dei propri post e quella *a pagamento*.
3. **Post** - Questa sezione è molto importante per studiare le abitudini dei propri fan e avere un buon punto di partenza per stilare e programmare il proprio calendario editoriale.

Un glossario di base per la gestione del sito

sito web: l’insieme di più pagine Web, collegate tra loro per mezzo di collegamenti ipertestuali, e cui si accede tramite lo stesso indirizzo. È il luogo virtuale nel quale un singolo individuo, una società, un’associazione o un’istituzione offrono contenuto informativo al pubblico dei visitatori.

CMS: un Content Management System (sistema di gestione dei contenuti in italiano), ovvero un strumento software, installato su un server web, il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando il webmaster da conoscenze tecniche specifiche di programmazione. Si tratta del “lato amministrazione” di un sito, ovvero il suo *back end*, quindi non è un’area pubblica: il suo accesso è ristretto a un numero limitato di utenti, o amministratori, del sito che gestisce.

editor (di testo): programma per la composizione di testi, con o senza formattazione (stili: titoli, enfasi, corpo, ecc.). Word, per capirci, è un tipo raffinato di editor o word processor, così come lo sono Pages, o quello fornito da Open Office; Blocco note è uno non raffinato; dentro ai CMS di solito c’è una finestra di editing per inserire i testi da pubblicare, che si incollano dentro copiandoli da un altro file (word).

pubblicazione: il rendere visibile un contenuto online.

condivisione: fare propri contenuti altrui: ripostare, ritwittare, embeddare, “share”: il principio dei social media. Si possono condividere anche i propri contenuti – magari un articolo pubblicato su un blog – esportandoli da un sito a un social network oppure facendoli leggere ad altri via email, sms, messaggistica istantanea ecc.

software: programma o procedura per far eseguire al computer un determinato compito. Esistono i software di base o di sistema, indispensabili al funzionamento del computer, che compongono il sistema operativo; e i software applicativi. In base alla licenza d’uso, il software può essere freeware, Shareware, Software proprietario o Software libero.

html: l’HyperText Markup Language (HTML; traduzione letterale: linguaggio a marcatori per ipertesti), in informatica è il linguaggio di markup solitamente usato per la formattazione e impaginazione di documenti ipertestuali disponibili nel World Wide Web sotto forma di pagine web, nato assieme al web 1.0.

È un linguaggio di pubblico dominio, la cui sintassi è stabilita dal World Wide Web Consortium (W3C), e che è derivato da un altro linguaggio avente scopi più generici, l’SGML.

pagine statiche/dinamiche: le pagine statiche (quelle che in genere riconoscete dall’estensione .html o .htm) sono dei file in codice HTML che descrivono minuziosamente testi da impaginare, grafica e immagini. Quando l’utente di un sito visita una pagina, ciò che avviene è che il server su cui risiede il sito invia al browser (il programma che utilizzato per navigare, ad esempio Safari, Firefox, Chrome) il file HTML; il browser sa decodificare il file, e quindi mostra i contenuti della pagina sullo schermo dell’utente proprio come è stato programmato per essere visto: con quel colore, con le colonne di quelle dimensioni, con quel carattere ecc.

Le pagine dinamiche, invece che contenere il codice HTML (o meglio, invece di contenere solo quello) contengono programmi per il server; questo li esegue e quindi scrive il codice HTML da inviare al browser (che quindi non è preesistente come nella pagina statica).

In altre parole, il contenuto della pagina non è deciso a priori, ma può variare in base a condizioni di vario genere. Un esempio per tutti: quando effettuate una ricerca su Google, la pagina dei risultati che vi si presenta di fronte non esiste già prima della vostra richiesta. Solo dopo che il server ha eseguito la sua ricerca sulla parola o sulle parole chiave che avete inserito viene creato il codice per presentarvi i risultati – risultati che possono cambiare di giorno in giorno o di ora in ora, perché in ogni istante nel web vengono creati nuovi contenuti (o se ne distruggono altri). Ecco quindi che anche una sola pagina dinamica può generare potenzialmente un numero infinito di pagine reali. In fondo è una specie di modello, in cui testi e immagini vengono collocati in base alle esigenze.

Le pagine dinamiche sono funzionali a un aggiornamento costante e rapido di un sito. Pensiamo ad esempio a siti di quotidiani, o a cataloghi di prodotti: realizzarli staticamente significherebbe creare singole pagine per ogni notizia o per ogni articolo del catalogo, con costi elevatissimi e tempi prolungati. Le pagine dinamiche consentono dunque di aggiornare in tempo reale i testi contenuti in una sezione, aggiungere o eliminare voci, creare un motore di ricerca interno, proteggere determinate pagine o cartelle con username e password, chattare in un forum...

I contenuti da pubblicare risiedono in un database; questo permette in alcuni casi di modificare il sito senza conoscenze specifiche, senza dover contattare uno sviluppatore web. Tutto questo è in linea con la tendenza a tenere separate le gestioni di forma e contenuto, ovvero, modificare una non interessa necessariamente l'altro, e viceversa. Un sito dinamico permette di cambiare colori, caratteri e struttura senza andare a intaccare i contenuti, o viceversa, di aggiornare completamente un database senza che la forma del sito subisca variazioni, garantendo velocità e qualità. Le pagine statiche non possono essere aggiornate dall'utente, le dinamiche sì.

3. La produzione e la redazione dei contenuti

di *Simone Giusti e Alessandra Nesti*

Il lavoro di redazione della rivista Maremma Touring ha prodotto 59 articoli inseriti all'interno di uno specifico piano editoriale condiviso dalla redazione. La redazione, inoltre, ha gestito i contatti con gli autori, ha scritto articoli redazionali (gli eventi), ha realizzato interviste e reportage, editando e caricando tutti gli articoli con le relative immagini.

La linea editoriale

Il punto di partenza del lavoro di coordinamento editoriale coincide con il compito affidato dall'Istituzione scolastica (e, in questo caso specifico, dal comitato scientifico del progetto SMS) agli esperti, ai docenti e agli studenti interessati, riassumibile nella richiesta di realizzare una rivista online di promozione territoriale denominata "Maremma Touring". A partire dall'analisi del compito, il gruppo di lavoro degli esperti ha definito i seguenti obiettivi:

- rendere gli abitanti della provincia di Grosseto consapevoli delle risorse culturali e della storia del proprio territorio attraverso una strategia di storytelling;
- costruire una comunità narrativa di persone che hanno fatto esperienza del territorio direttamente (turisti, emigranti) o indirettamente (lettori di guide, lettori di romanzi o spettatori di film sulla Maremma ecc.).

Una volta definita la tipologia e il modello di CMS (vedi capitolo precedente) e chiariti gli obiettivi, è possibile procedere all'individuazione delle caratteristiche dei contenuti, alla costruzione delle categorie o rubriche del sito (nel nostro caso: *Storie, Eventi, Surfing, Mappe, Suoni e visioni*) e quindi alla pianificazione del lavoro.

Categorie	Descrizione	Attività specifiche
<i>Storie</i>	Articoli aperiodici scritti d'autori, giornalisti, esperti, invitati a raccontare (anche con immagini) aspetti rilevanti del territorio.	Gestione dei rapporti con gli autori. Stipula contratti con gli autori. Ricerca iconografica. Editing e pubblicazione
<i>Eventi</i>	Articoli settimanali che propongono una selezione ragionata degli avvenimenti della settimana successiva.	Ricerca e monitoraggio siti internet. Ricerca iconografica. Editing e pubblicazione.
<i>Surfing</i>	Articoli, siti, contenuti individuati online e riproposti.	Ricerca e monitoraggio siti internet.
<i>Mappe</i>	Una sorta di "concorso" di storytelling in cui i lettori sono invitati a raccontare un proprio percorso attraverso il territorio.	Editing e pubblicazione.
<i>Parole e visioni</i>	Brani letterari, spezzoni di film, opere d'arte che rappresentino il territorio di riferimento.	Ricerca e monitoraggio siti internet. Ricerca iconografica. Produzione e pubblicazione.

L'individuazione e la gestione degli autori

Una volta chiariti agli alunni i concetti di "autore", di "opera dell'ingegno", di contenuti digitali e di proprietà intellettuale (può essere sufficiente usare le relative voci di Wikipedia, da integrare con il sito delle licenze Creative Commons), è fondamentale fornire esempi concreti di autori e di contenuti di tipo analogo a quello che ci interessa pubblicare sulla rivista. Soprattutto, è importante che gli studenti abbiano la possibilità di capire chi sono concretamente gli autori, dove pubblicano i loro contenuti, come e perché li producono, quali sono le conseguenze - anche economiche - della loro pubblicazione. A tale scopo è possibile organizzare incontri con esperti e fare ricerche mirate online, nel tentativo di rispondere alla domanda: chi sono le persone che oggi scrivono del/sul territorio che ci interessa promuovere? L'attività di ricerca deve portare alla compilazione di schede che contengono le seguenti informazioni: nome e cognome, recapito telefonico e/o email, eventuale profilo Facebook, LinkedIn o sito internet, eventuale testata, breve descrizione del tipo di contenuti prodotti (articoli, romanzi, foto, video...), eventuali titoli di contenuti rilevanti. Queste informazioni, che sono utili alla compilazione di un albo dei fornitori, devono servire in questa prima fase a selezionare alcuni autori da contattare telefonicamente o per email.

Di seguito si riporta un esempio di “Strategie di ricerca” individuate e attuate da una classe V nell’ambito del lavoro redazionale, seguita da un messaggio di posta elettronica:

ESEMPIO DI STRATEGIA DI RICERCA

Cosa cercare (per la sezione “Storie”)

La sezione **Storie** pubblica reportage, narrazioni fotografiche o documentari che riguardano il territorio della Maremma. Per alimentare la sezione è necessario avere un albo dei fornitori (autori):

- giornalisti
- scrittori (romanzieri ecc.)
- fotografi
- videomaker
- blogger
- fumettisti
- musicisti

Come cercare:

Tutti i tipi di autori

- Annuncio sul sito della scuola con email della redazione (autocandidatura).

Giornalisti

- Ricerca di nominativi dei giornalisti che operano sul territorio. Redazione di Il Tirreno, La Nazione, Il Giunco, Corriere della Maremma, Maremma Magazine. Interviste a docenti o altri giornalisti.
- Compilazione elenco con contatti.
- Email di contatto con proposta.

Fotografi

- Ricerca di nominativi di fotografi: pagine bianche, contatti personali degli studenti, ricerca su libri fotografici della Maremma, nei bookshop dei musei.
- Ricerca tra gli alunni delle classi coinvolte nel progetto e tra i docenti.
- Compilazione elenco con contatti.
- Email di contatto con proposta.

ESEMPIO EMAIL CON RICHIESTA COLLABORAZIONE

Gentile XY,

Buongiorno, siamo la redazione di Maremma Touring di Grosseto, un progetto del Polo Bianciardi.

Maremma Touring è una rivista online che vuole raccontare il territorio maremmano.

Stiamo cercando degli autori per i nostri articoli e vorremmo sapere se Lei è disponibile ad aiutarci; dobbiamo precisare però che non possiamo offrirle nessun compenso. Speriamo che lei voglia comunque collaborare con noi.

Restiamo in attesa di una sua risposta.

Cordiali saluti

La redazione Maremma Touring

Pochi autori, tanti redattori

In fase di progettazione è stato scelto di dare alla rivista online la natura di *magazine* orientato al racconto di un territorio, e quindi di creare e di gestire un prodotto programmaticamente molto diverso dal “giornalino d’istituto” e dalle logiche amatoriali ad esso connesse. Il risultato atteso e il processo dovevano essere in tutto e per tutto professionali: l’ambizione era arrivare a un pubblico il più ampio possibile di lettori trasversali, interessati all’argomento Maremma e non alla provenienza “scolastica” del prodotto; i contenuti da pubblicare dovevano rispondere a criteri oggettivi di interesse pubblico, veridicità, arricchimento culturale, stile, originalità. Per questo si è deciso, come si farebbe in una redazione, di procedere innanzitutto con la ricerca di autori “veri” - ovvero professionisti, giornalisti, scrittori, storici, artisti - senza forzare gli studenti ad assumere quel ruolo a meno che la candidatura non fosse volontaria (molti ragazzi scrivono, alcuni hanno blog, e questi ultimi in alcuni casi si sono offerti e sono stati gli unici autori “interni” alla redazione: ciò che si è cercato di evitare è stata la performance di scrittura coatta assimilabile alla stesura di un tema o di un saggio breve, dato che lo scopo del progetto non era valutare le competenze di scrittura degli studenti).

Il lavoro dei ragazzi, dunque, salvo pochi casi sporadici, consisteva nell’assumere di volta in volta il ruolo editoriale necessario all’approvvigionamento di contenuti della rivista, in genere seguendo un piano editoriale progettato in anticipo durante le riunioni di redazione: ciascun incontro iniziava e terminava con un momento collettivo in cui si faceva il punto della situazione (stato dell’arte del sito, cose da fare; debriefing o restituzione finali e compilazione dei registri) e consisteva poi in lavoro più o meno autonomo (a seconda del compito) nei panni di redattore (o di iconografo, o di segretario di redazione, o di fotografo, o di web editor), spaziando dal procurarsi gli articoli commissionandoli agli autori (o richiedendo interviste, o organizzando uscite o incontri); al prepararli per la pubblicazione (correggendo le bozze), procurare e preparare le immagini correlate, e infine pubblicarli online sul CMS seguendo l’ordine stabilito dal programma.

Tipologia e contenuto degli articoli variavano molto a seconda del piano editoriale e delle esigenze individuate dalla redazione; unico appuntamento fisso era la pubblicazione il venerdì del post dedicato agli *Eventi*: un articolo di servizio, redazionale, contenente gli appuntamenti significativi del weekend e della settimana successiva aventi luogo sul territorio. Ciò ha reso necessario un lavoro preparatorio composito di raccolta delle informazioni, provenienti da più fonti: internet (surfing online su siti di notizie, giornali online, pagine Facebook di associazioni, fondazioni e istituti culturali, comuni), passaparola, locandine, segnalazioni via email alla casella di posta della reda-

zione, e così via, stabilendo in anticipo criteri di scelta che privilegiassero l'importanza intrinseca, la levatura culturale o sociale dell'evento e l'interesse del pubblico. L'elenco così ottenuto e integrato man mano doveva essere chiuso entro l'ultimo giorno utile della settimana, in modo da poter essere formattato, illustrato e pubblicato.

Nella sezione *Storie*, invece, trovavano posto reportage, interviste, approfondimenti su temi diversi, come anche racconti o poesie, sempre d'autore. Anche in quel caso, data la complessità di certi contenuti, il lavoro è stato suddiviso in più giorni e su più gruppi classe, per cui chi procacciava l'articolo, o faceva l'intervista, o assisteva alla performance o partecipava alla visita non necessariamente (anzi, quasi mai) coincideva con chi svolgeva lo step successivo di correzione e pubblicazione del contenuto: proprio perché erano il sito e il suo flusso di produzione a comandare, e si doveva rispondere a logiche collaborative e non personali.

Di seguito il percorso - dal primo contatto alla pubblicazione - che ha portato all'intervista alla scrittrice Roberta Lepri.

1. L'email con il primo contatto

Buon pomeriggio,
siamo la redazione di MaremmaTouring, un sito nato da un progetto chiamato sms (social media school), gestito da alcune classi dell'Istituto del polo Bianciardi di Grosseto.

Le scriviamo per chiederle un attimo del suo tempo da dedicare a un'intervista che le esponiamo qui di seguito; l'intervista verrà pubblicata nel nostro sito <http://www.maremmatouring.it/web/>

- *Quando hai scoperto questa tua passione per la scrittura?*
- *A cosa ti sei ispirata quando hai scritto il tuo primo libro? di cosa tratta?*
- *Cosa ti ha ispirato a diventare una scrittrice?*
- *Qual è tra i libri che hai scritto quello che ti è piaciuto di più?*
- *Qual è stata la più grande difficoltà che hai incontrato per diventare una scrittrice?*
- *Ti capita di rileggere uno dei tuoi libri?*
- *Oltre alla scrittura hai altre passioni?*
- *Qual è stato il libro che ha avuto più successo?*
- *Puoi parlarci brevemente del tuo ultimo libro?*
- *A cosa ti sei ispirata per scriverlo?*

La salutiamo e la ringraziamo anticipatamente per la sua cordialità e collaborazione.

Giovanni e Sabrina

2. La pubblicazione

Una volta ricevuto il file contenente le risposte, un gruppo di redattori ha corretto le bozze, sistemando eventuali refusi e formattando il testo per la pubblicazione (ovvero dandogli un titolo, un sottotitolo, e aggiungendo il profilo

dell'autrice intervistata, cui era stata chiesta una breve nota biografica). Si è poi proceduto nel cercare un'immagine adatta e si è caricato sul CMS programmando la pubblicazione online in base al programma editoriale.

<http://www.maremmatouring.it/web/2017/03/15/roberta-e-la-sua-storia/>



Maremma Touring

Publicato da Patrick Mazzi [?] · 22 marzo · €

#Storie Ci scusiamo per il disagio: è il titolo dell'ultimo romanzo di Roberta Lepri, scrittrice grossetana che abbiamo incontrato e intervistato. Leggi l'intervista sul nostro sito.



Scrivere per vincere la paura

Roberta Lepri ha scritto un romanzo che narra la storia di due personaggi che escono dal ruolo assegnato dalla società e per questo si ritrovano a vivere una vita senza schemi, oltre i confini.

MAREMMATOURING.IT

334 persone raggiunte

Metti in evidenza il post

👍 Mi piace

💬 Commenta

➦ Condividi

MT ▾

👤 La ricerca, Chris Caprio e altri 5

1 condivisione

3. La condivisione

Come per tutti gli articoli del sito, l'ultimo passaggio consisteva nella condivisione sulla pagina Facebook da parte della redazione Social.

L'editing

Una premessa necessaria: così come si è insistito sulla non amatorialità del sito e quindi dei processi di produzione necessari, e non si è cercato di avere studenti autori a tutti i costi ma di avere redattori attenti, scrupolosi e versatili, altrettanto fondamentale è stato sgombrare il campo dagli equivoci legati a presunte gerarchie dei lavori intellettuali, a cos'è creativo e cosa non lo è, cercando di trasmettere il valore della serietà del lavoro fatto bene in tutte le sue fasi, della creatività come qualcosa di trasversale e non appannaggio dei soli "artisti", e della conoscenza del "come si fa", e quindi del "perché si fa così" e dei risultati attesi come forma di potere e di autonomia dai contenuti da quali siamo quotidianamente bombardati, come anche dalle manipolazioni.

«In futuro i contenuti sul web andranno duplicandosi ogni 72 ore. Ci sarà bisogno di una nuova categoria di individui. Non qualcuno che lavori creando ulteriori contenuti, ma che dia un senso a tutti i contenuti creati da altri»: queste le parole - risalenti al 2009 - di Rohit Bhargava, Global Director di Ogilvy. E questo è quello che fa nel 90% dei casi chi gestisce o lavora in una rivista online: il selezionatore e aggregatore di fonti e notizie. Spesso chi non scrive per mestiere o chi è alle prime armi si concentra sul contenuto e non su come scrive, come se l'unico modo per esprimersi sia scriversi, raccontarsi. Nel nostro caso, non essendo impegnati nel giornalino di classe bensì in una rivista generalista, fare questa premessa e arginare le proposte di resoconti ombelicali sulla partita di calcio del sabato prima o sui gruppi metal preferiti è stato un modo per chiarire la natura del sito e dare un senso al tipo di lavoro richiesto, senza mortificare gli slanci o le singole personalità ma addestrandole al pluralismo del lavoro corale e finalizzato a un obiettivo comune e di interesse generale.

Dunque, come già accennato, uno dei compiti principali - sicuramente uno dei più delicati - dei redattori della rivista era quello di editare e correggere le bozze degli articoli da pubblicare. L'editing implica lettura attenta, l'uso di dizionari, conoscenza dell'ortografia e della sintassi, ma anche senso della frase, nonché un po' di coraggio (per correggere il refuso sfuggito al prof, o all'autore pubblicato). Il web editing, inoltre - ovvero la preparazione del testo corretto per la pubblicazione online, con la titolazione, il sottotitolo, la scelta iconografica eccetera - richiede altre competenze e altre rifles-

sioni: valutare il testo nel suo insieme e “spezzarlo” con paragrafi o con spazi per dargli ritmo, se troppo lungo; scrivere un titolo intelligente e veritiero e un sottotitolo che dia sinteticamente l’idea del contenuto e che risulti accattivante per il lettore; posizionare l’immagine in modo che si trovi al punto giusto del testo; avere familiarità con font, dimensioni, formattazioni, stili, perché ciascuno di questi elementi veicola informazioni e pesi diversi. Si tratta di attività che forniscono l’occasione per smontare e vedere in dettaglio come sono fatti i contenuti in cui ci imbattiamo quotidianamente online (stimolando una riflessione proficua sul potere dei titoli e dei sottotitoli, ad esempio, o sull’ergonomia dei testi sullo schermo in base ai naturali movimenti dell’occhio, e così via).

La ricerca iconografica

Una rivista online di cultura, tanto più se votata al “racconto” di un territorio, non può prescindere da un’accurata scelta di immagini. La prassi degli ultimi anni e le ricerche di ergonomia e di marketing sull’efficacia dei contenuti online in ambito di web 2.0 hanno ampiamente consolidato l’uso di contenuti iconografici sui siti come imprescindibili per catturare l’attenzione e per accompagnare e veicolare meglio i contenuti testuali, altrimenti percepiti come più difficili da leggere se non addirittura respingenti.

Di fatto, i template forniti da CMS come Joomla o Wordpress contengono nella quasi totalità dei casi strutture in cui le immagini (sia di sfondo e di contorno sia come oggetto della comunicazione) sono parte integrante, se non principale, della struttura di un sito, a prescindere dai contenuti testuali.

Anche nel caso del template scelto per la rivista Maremma Touring le immagini hanno svolto un ruolo cruciale. Ciascun post pubblicato doveva essere illustrato da almeno un’immagine, la quale compariva sia come immagine d’anteprima nello scroll dei post in home page, sia come immagine (non necessariamente d’apertura) all’interno dell’articolo. Le immagini, nel caso di Maremma Touring, erano spesso fondamentali, e inerenti al contenuto (come nel caso dell’articolo relativo al MEP o Movimento per l’Emancipazione della Poesia, e dunque le immagini a corredo dell’articolo mostravano esattamente il contenuto dello stesso - foto dei muri con affissi i fogli su cui sono stampate le poesie), realizzate espressamente o commissionate, o richieste a esterni.

In altri casi è stato necessario fare ricerche online per trovare fotografie o documenti a corredo di articoli di loro sguarniti di immagini (vedi il caso dell’articolo sulla Resistenza a Grosseto durante la Seconda guerra mondiale);

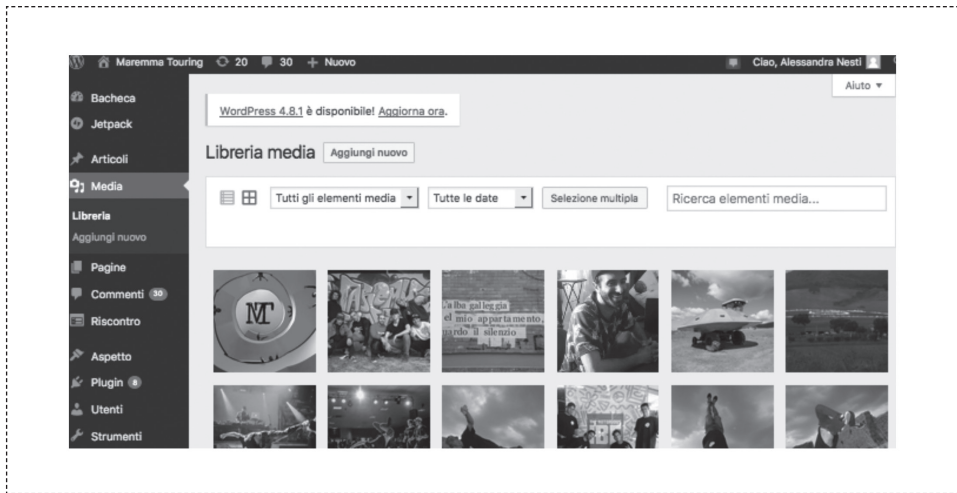
in un paio di occasioni (un racconto inedito e una poesia, entrambe di autori grossetani), la ricerca su internet aveva come obiettivo individuare immagini esornative sulla base delle suggestioni (soggettive, personali, del redattore) del testo narrativo.

Una buona regola è fornire sempre il credito di ciascuna immagine pubblicata, sia essa originale e di proprietà di chi amministra il sito, sia che provenga da internet. L'individuazione dell'autore in quest'ultimo caso può non essere impresa facile, e allora meglio citare almeno il sito da cui si è presa.

Altro aspetto non secondario nella scelta delle immagini è la loro dimensione. Le immagini sul web, dato l'orientamento orizzontale degli schermi dei computer, sono più efficaci se sono anch'esse orizzontali: questa disposizione garantisce una loro visualizzazione completa nella maggior parte dei casi, anche in quelli di immagini di grosse dimensioni; i formati verticali, invece, sono meno facili da gestire, in quanto richiedono una lunghezza massima pari alla lunghezza dello schermo per consentire una visualizzazione integrale, pena lo scroll o il taglio dell'immagine - operazione non facile, non sempre felice e non sempre possibile in caso di immagini d'arte.

Con queste considerazioni in mente, e tenendo presente una risoluzione standard per il web di 72 px, si è condotta di volta in volta, articolo per articolo, la ricerca iconografica e l'editing delle immagini selezionate. Immagini molto piccole o sgranate o di cattiva qualità sono state scartate; immagini grandi e molto "pesanti" (da un mega in su) sono state ridimensionate e ridotte (utilizzando l'editor di immagini di alta in volta disponibile: Photoshop, Gimp, in alcuni casi anche la semplice Anteprima o il Visualizzatore di immagini). Wordpress, che si basa su logiche *responsive* di adattabilità e che è *mobile friendly*, adatta in automatico le immagini caricate sul sito alle dimensioni della gabbia del template, per cui era sufficiente che queste fossero di buona qualità, al massimo 800 o 1000 px di larghezza (per immagini orizzontali) e che non pesassero più di un mega, in modo da non appesantire il database del sito. Altri siti, invece, con template più rigidi o customizzati, richiedono per ogni immagine delle dimensioni precise sia in larghezza che in altezza, perché queste sono inserite dentro "finestre" o gabbie rigide e prefissate.

Le immagini presenti sui siti devono essere prima caricate nel database del CMS; perciò, una volta selezionate, era necessario procedere con l'upload delle immagini nell'area *media* del sito, l'archivio online di Maremma Touring da cui andare a pescare di volta in volta l'immagine da richiamare in un determinato articolo. Il caricamento Wordpress consente contestualmente l'attribuzione di didascalie e di crediti dell'immagine, poi visualizzati sotto la stessa ogni volta che la si usa nell'articolo.



In un caso, l'utilizzo di una fotografia senza l'autorizzazione all'autore ha richiesto l'invio allo stesso di una mail per farne richiesta, poi ottenuta:

Salve XY,

Siamo i ragazzi di Maremma Touring (progetto di alternanza di scuola-lavoro dell'ist. Polo Bianciardi), abbiamo usato una sua foto in un articolo di surfing che riportava una poesia di Luca Bonelli e l'abbiamo riportata sul sito <http://www.maremmatouring.it/web/2017/01/25/grosseto-addio-di-luca-bonelli/> senza la sua autorizzazione. Possiamo tenerla?

Aspettiamo una sua cordiale risposta, grazie e buon lavoro.

La redazione SMS

La questione iconografica è stata elemento di interesse e di coinvolgimento degli studenti, naturalmente abituati alla cultura visuale derivante dai social network, da internet, dai film e dai videogiochi e più semplicemente dal mondo in cui tutti siamo immersi; anche per questo, al di là delle esigenze editoriali, era spesso previsto durante gli incontri affidare a un gruppo l'attività di documentare le esperienze (visite, incontri, interviste, uscite, ma anche il semplice lavoro di redazione) con fotografie (o video) fatte con i mezzi a disposizione (il telefonino).

In un caso, ad esempio, è stata organizzata una visita straordinaria al Giardino dei Tarocchi, giardino d'arte concepito dall'artista Niki De Saint-Phalle, in occasione della quale è stato intervistato uno degli artigiani impegnati nella realizzazione dell'opera. Durante la visita una studentessa ha realizzato un vero e proprio servizio fotografico del parco, poi pubblicato sotto forma di gallery fotografica insieme all'intervista su Maremma Touring (<http://www.maremmatouring.it/web/2017/03/15/tarocchi-in-maremma/>).



Il surfing: alla ricerca di risorse online

Il lavoro di redazione ha richiesto un uso quotidiano, intensivo ed efficace di internet come fonte di contenuti, contatti, immagini, suggestioni e argomenti. Saper cercare le informazioni sulla rete è fondamentale per un redattore, e si sono dedicate ore a surfare, all'inizio specializzando molto l'oggetto della ricerca, in modo che questa fosse mirata.

Nelle prime fasi della preparazione della rivista, dopo aver analizzato le sezioni e i loro contenuti specifici, si sono stabilite le strategie di ricerca online per alimentare i contenuti di ciascuna di esse.

Quindi si è proceduto ricercando sistematicamente le fonti attendibili e i siti di riferimento per categorie e finalità, inseriti successivamente in più database - condivisi su Google Drive - pronti da consultare per trovare le informazioni necessarie di volta in volta. Il foglio di Google usato era suddiviso nelle sezioni:

- Portali turistici
- Quotidiani e riviste online
- Siti istituzionali
- Associazioni/Enti culturali
- Gruppi Facebook.

Di ciascun sito censito (ad eccezione ovviamente dei gruppi Facebook) era poi riportata la tipologia, i contatti mail e/o telefonici e la sede, e i social network relativi.

Un altro database risultante da questo surfing preliminare era quello che raccoglieva autori contattati o potenziali, fotografi, artisti, giornalisti, e relative email o numeri di telefono.

Sistematico, come si è detto, è stato il surfing settimanale mirato agli eventi da inserire nel post del venerdì. Ma quotidiana era anche la lettura delle versioni online dei quotidiani locali, la consultazione di archivi, la ricerca per parole chiave significative o l'approfondimento e chiarimento di argomenti trattati da articoli in preparazione. Una conoscenza e un uso efficace dei motori di ricerca è stato dunque imprescindibile.

Era previsto un hashtag specifico, #surfing, appunto, per indicare quegli articoli non originali (intendendo non scritti apposta per noi) ritenuti interessanti e attinenti ai contenuti e allo scopo della rivista: è il caso di due pezzi - un approfondimento sulla tradizione locale di poesia, e un'intervista a un editore locale - per i quali è stata richiesta l'autorizzazione alla ripubblicazione su Maremma Touring direttamente agli autori, citati insieme al sito su cui erano originariamente comparsi.

Gentile XY,

Buongiorno, siamo la redazione di Maremma Touring di Grosseto, un progetto del Polo Bianciardi.

Maremma Touring è una rivista online che vuole raccontare il territorio maremmano, e fa parte di un progetto di alternanza scuola-lavoro.

Abbiamo trovato online il suo articolo intitolato "Nella patria della poesia estemporanea", che ci è sembrato molto interessante.

Ci piacerebbe poterlo pubblicare sul nostro sito, ovviamente citando fonte e autore.

Pensa che sia possibile?

Restiamo in attesa di un suo gentile riscontro, nel frattempo la ringraziamo per l'attenzione.

Arrivederci!

Francesco

Redazione Maremma Touring

Il surfing, infine, è servito anche per popolare la sezione *Parole e visioni*, nata con lo scopo di creare una sorta di esposizione permanente di risorse testuali e visive che fornissero una rappresentazione artistica del territorio: si veda ad esempio l'articolo *Dante e la Maremma*, che raccoglie tre brani di tre canti diversi in cui il poeta cita personaggi o luoghi maremmani. Il surfing ha consentito il reperimento dei testi e delle immagini a corredo.

<http://www.maremmatouring.it/web/2017/01/30/dante-e-la-maremma/>

4. La gestione dei social media

di Annachiara Scalera

Per promuovere e valorizzare la rivista Maremma Touring sono stati scelti due social network considerati particolarmente adatti al contenuto e al pubblico di riferimento: Facebook e Instagram. Durante il periodo di attività sono stati pubblicati 172 post sulla pagina Facebook e 30 post su Instagram.

La pianificazione editoriale

Prima ancora di aprire la pagina Facebook e l'account su Instagram è stato necessario lavorare alla costruzione di un vero e proprio piano editoriale per definire le finalità e le linee tematiche dei canali scelti. Il piano è stato condiviso e commentato con i gruppi classe negli incontri iniziali ed è stato via via integrato e riadattato sulla base dei feedback.

Obiettivi	Canali social	Metriche social	Linee tematiche	Hashtag
Promozione del marchio	Facebook	Interazioni	Condivisione di notizie interessanti sul territorio	#Surfing
			Condivisione eventi sul territorio	#Eventi
			Condivisione foto, video, dirette del gruppo classe a lavoro	#Backstage
			Condivisione articoli sul progetto SMS	#Rassegna
	Condivisione di foto dalla pagina facebook degli "Instagramers Grosseto"	#BuonaDomenica		
	Instagram	interazioni	Foto del territorio prodotte dal gruppo classe	#MaremmaTouring #(geografici) #(tematici) #(comunità territoriali)
portare traffico al sito	Facebook	Click al sito	Storie del gruppo classe a lavoro/anteprime editoriali	#Maremma Touring
			Repost foto del territorio pubblicate da altri utenti instagram	#MaremmaTouring #repost #(geografici) #(tematici) #(comunità territoriali)
			Condivisione articoli pubblicati sul sito	Condivisione foto, video prodotte dal gruppo classe nella realizzazione degli articoli

L'apertura della pagina e dell'account ha inoltre comportato la scelta di un nome, dell'immagine di profilo, l'immagine di copertina per la pagina Facebook (che è stata cambiata più volte anche in seguito agli stimoli dei diversi gruppi classe) e la descrizione del canale.

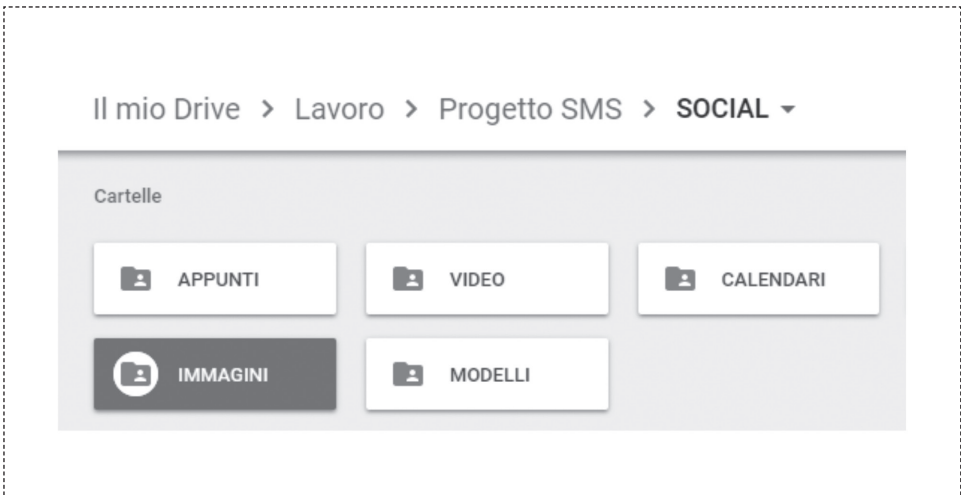


Gli strumenti e l'ambiente di lavoro

Per realizzare le attività di social media management è stato necessario avere a disposizione alcuni strumenti:

- un video proiettore
- almeno un pc collegato a internet ogni 2/3 studenti
- smartphone
- programmi di grafica: Inkscape, programma open source di grafica vettoriale, e Gimp, programma open source di elaborazione digitale delle immagini.

È stato inoltre usato, come per la redazione della rivista, l'ambiente virtuale di Google Drive, organizzato in cinque aree: "Appunti", "Immagini", "Video", "Modelli" "Calendari".



Calendari editoriali

Il calendario editoriale, realizzato su un foglio di Google, è lo strumento di programmazione delle uscite dei post, così organizzato:

- Data di pubblicazione
- Fascia oraria di pubblicazione
- Linea tematica del post
- Testo dei post
- Indicazioni per la stesura del post

	orario	Linea	Testo	Istruzioni
mer 1 mar	09:00	Citazione		1. Cercare l'immagine MAREMMA_AMARA_CIT: cartella SOCIAL-cartella IMMAGINI-cartella MT-CITAZIONI 2. Scrivere nella casella "TESTO" un testo introduttivo all'immagine: descrizione del contenuto + un invito all'azione 3. Programmare il post su Facebook nel giorno e nella data indicata dal calendario
	14:00			
	17:00			
	21:00			
gio 2 mar	09:00			
	14:00	Rassegna		1. Aprire il link e leggere l'articolo: http://blog.giovanisi.it/2017/02/22/maremma-touring-a-grosseto-latte-manza-scuola-lavoro-si-fa-social/ 2. Scrivere nella casella "TESTO" un testo introduttivo all'immagine
	17:00			
	21:00			
ven 3 mar	09:00			
	14:00			
	17:00			
	21:00			

I calendari editoriali sono stati presentati al gruppo classe, fin dall'inizio, come i principali strumenti per la programmazione dei post sui social. Perché ogni gruppo classe familiarizzasse con questo strumento, il calendario ha aperto le riunioni di apertura di ogni gruppo classe ed ha rappresentato sia un efficace strumento di presentazione dell'ordine del giorno in fase di riunione di apertura, sia un efficiente strumento operativo che ha consentito a più gruppi di lavorare contemporaneamente sullo stesso foglio.

La gestione del lavoro in aula

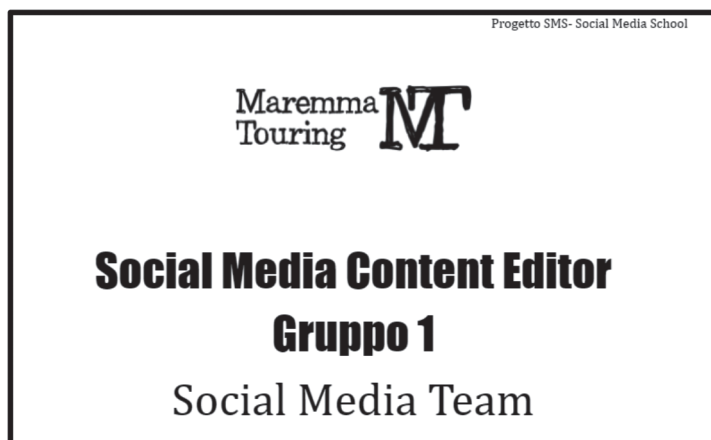
In fase di riunione di apertura di ogni incontro, dopo la presentazione dell'**ordine del giorno**, il gruppo classe è stato organizzato in **gruppi di lavoro** a cui sono stati assegnati specifici compiti.

Dimensione dei gruppi. La dimensione del gruppo di lavoro variava a seconda del compito assegnato e dei pc a disposizione (massimo 3 studenti per postazione).

Assegnazione dei compiti. Per l'assegnazione dei compiti si è tenuto conto delle preferenze espresse dagli studenti e dalle studentesse.

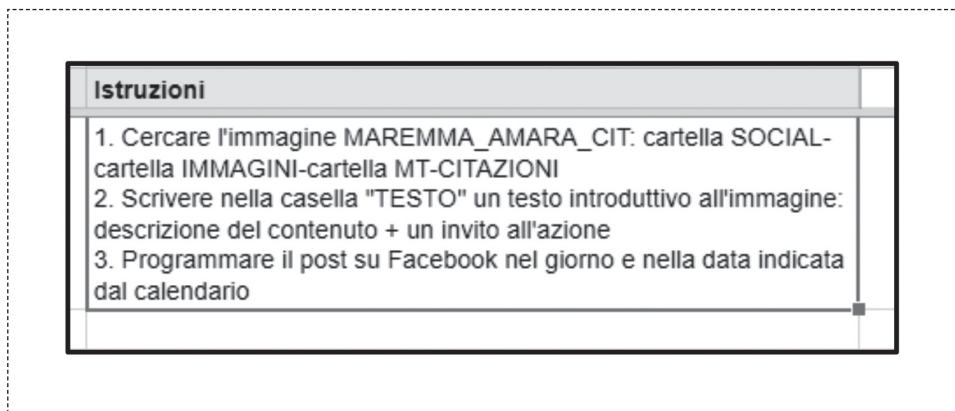


Suddivisione degli spazi. Si è rivelato utile suddividere gli spazi a disposizione, individuando delle postazioni di lavoro opportunamente segnalate da dei cartelli: ha aiutato gli studenti a entrare in un'ottica lavorativa, a familiarizzare con il marchio per cui stavano lavorando e a chiarire loro il ruolo e il compito che erano stati chiamati a compiere.



Programmazione post su Facebook. La programmazione dei post su Facebook è avvenuta in due fasi: compilazione del calendario editoriale e programmazione dei post usando gli strumenti di pubblicazione della pagina.

1. L'esperta ha preventivamente compilato il calendario editoriale in alcune delle sue parti con particolare attenzione alla sezione "Istruzioni" che costituisce una sorta di promemoria di quanto già esposto in fase di riunione di apertura. Le istruzioni contengono anche indicazioni editoriali e punti su cui fare attenzione in fase di programmazione su Facebook (inserimento di hashtag particolari, tag a altre pagine Facebook, assicurarsi che il link abbia un'immagine di anteprima coerente e di qualità).



2. Il gruppo di lavoro compila, quindi la sezione testo appuntando già gli hashtag, i tag e i link che andrà a inserire nel post su Facebook.
3. Il gruppo di lavoro apre la pagina Facebook, apre la sezione "strumenti di pubblicazione", programma il post nella data e l'orario indicato sul calendario, seguendo le linee guida indicate nelle "Istruzioni".

Si possono individuare più gruppi di lavoro che seguano questa attività assegnando loro la programmazione da 2 a 4 post a seconda della produttività del gruppo classe.

La dimensione ottimale del gruppo di lavoro per questa attività è di massimo 3 studenti/studentesse a PC.

Social media team. Per ogni incontro è stato individuato un social media team a cui è stato assegnato il compito di produrre foto e/o video che raccontassero il backstage dei lavori. Anche i social media team hanno lavorato seguendo queste fasi:

1. produzione di foto e/o video con i propri smartphone;
2. pubblicazione in diretta di parte del materiale prodotto sulla pagina Facebook e/o su Instagram;

3. archiviazione di tutto il materiale prodotto nella cartella IMMAGINI - cartella BACKSTAGE.

La dimensione ottimale del gruppo di lavoro per questa attività è di massimo 6 studenti/studentesse.

Alcuni compiti direttamente collegati alla programmazione dei post su Facebook sono stati svolti all'occorrenza da gruppi a sé:

- Produzione grafica e/o video;
- Ricerca contenuti sul web.

Segreteria. Nel corso degli incontri almeno un gruppo di lavoro si è occupato di svolgere alcuni compiti di segreteria: condividere la cartella SOCIAL con il resto della classe, inviare comunicazioni a altri gruppi classe, inviare comunicazioni a personale tecnico-amministrativo della scuola per eventuali richieste tecniche/permessi; gestione dell'archivio dei materiali (immagini, video, bozze) contenute nelle cartelle di Google Drive.

L'autoformazione

Uno dei compiti di chi gestisce i social media è l'autoformazione, un'attività che è stata condotta tramite la lettura di blog di settore e la visione di video da pagine Facebook o canali YouTube. Il video garantisce sicuramente un maggiore coinvolgimento del gruppo classe. È preferibile collegare i momenti di formazione alle attività che sono state già svolte o che saranno svolte nel corso dell'incontro.

Di seguito alcuni link utili da cui trarre materiali per i momenti di autoformazione:

- Ninjmarketing: <http://www.ninjamarketing.it/>
- Marketing Arena: <http://www.marketingarena.it/>
- Veronica Gentili: <http://www.veronicagentili.com/>
- Skande.com: <https://www.skande.com/media/social-media>
- Rudy Bandiera: <https://www.rudybandiera.com/>
- Cinzia di Martino: <http://cinziadimartino.it/blog/>
- Marina Pitzoi: <http://marinapitzoi.com/>

Organizzazione micro-eventi

Alcuni degli incontri sono stati dedicati a micro-eventi e all'organizzazione degli stessi. I micro-eventi che abbiamo organizzato sono stati di varie tipologie, elencate di seguito in ordine crescente di complessità:

- incontri in aula con autori, esperti o rappresentanti delle istituzioni del territorio;
- visite guidate a luoghi di interesse;
- instawalk (una passeggiata fotografica finalizzata alla realizzazione di foto da pubblicare su Instagram).

Per ciascun evento i gruppi classe sono stati coinvolti svolgendo le seguenti tipologie di attività:

- segreteria;
- copertura social pre-evento;
- copertura social durante l'evento;
- copertura post-evento.

L'instawalk per il centro di Grosseto è stato il micro-evento con più alto grado di complessità: l'evento in sé ha coinvolto due gruppi classe, due esperti, due docenti e Chiara Beni, una dei rappresentanti della comunità degli Instagramers di Grosseto. L'evento si è sviluppato in due momenti:

1. presentazione del social media Instagram e della comunità degli instagramer di Grosseto; indicazioni sullo svolgimento dell'Instawalk (percorso e temi);
2. passeggiata in gruppi distinti per il centro storico della città.



Di seguito il dettaglio delle attività svolte:

Instawalk di Grosseto	
Segreteria di produzione	<ul style="list-style-type: none"> • contatti con il referente esterno per chiedere le sue disponibilità e eventuali esigenze tecniche • contatti con il personale tecnico amministrativo per verificare la disponibilità di aule attrezzate secondo le esigenze del referente esterno
Promozione pre-evento	<ul style="list-style-type: none"> • realizzazione della locandina per l'Instawalk • creazione di un evento su Facebook • realizzazione e invio di un comunicato stampa • scrittura e pubblicazione di un articolo sul sito • pubblicazione post sui social
Promozione durante l'evento	<ul style="list-style-type: none"> • pubblicazione su Instagram di alcune foto scattate durante l'Instawalk
Promozione post-evento	<ul style="list-style-type: none"> • pubblicazione su Instagram del resto delle foto realizzate durante l'Instawalk • pubblicazione di una gallery fotografica su Facebook • scrittura e pubblicazione di un articolo sul sito

Scheda Il coinvolgimento della classe nelle attività di Social Media Management

Fase di lavoro	Attività	Descrizione attività	Coinvolgimento gruppo classe
Organizzativa	Pianificazione editoriale	<ul style="list-style-type: none"> • selezione dei canali social da utilizzare • individuazione delle principali linee tematiche 	debole
	Creazione strumenti di lavoro	<ul style="list-style-type: none"> • organizzazione di un sistema di cartelle • creazione di file (calendario editoriale) 	debole
Incontri	Riunione d'apertura	<ul style="list-style-type: none"> • presentazione ordine del giorno • presentazione dello stato di avanzamento dei lavori • assegnazione dei compiti • suddivisione in gruppi • comunicazione delle tempistiche e delle pause 	debole
	Fase operativa	<ul style="list-style-type: none"> • stesura del testo dei post sul calendario editoriale • programmazione dei post su Facebook • ricerca di notizie, eventi, immagini, video relativi al territorio • produzione di contenuti grafici • social media team • eventuali mansioni di segreteria • eventuali momenti di formazione • organizzazione micro-eventi/uscite 	forte
	Riunione di chiusura	<ul style="list-style-type: none"> • esposizione del lavoro svolto da parte di ogni gruppo di lavoro • stesura del report giornaliero • compilazione scheda alunno da parte di ogni componente del gruppo classe 	media

Terza parte

Le risorse per l'orientamento

Affinché la scuola contribuisca allo sviluppo delle competenze orientative necessarie a “pianificare il proprio apprendimento e le esperienze di lavoro in coerenza con i propri obiettivi di vita, in collegamento con le proprie competenze e interessi, contribuendo al personale soddisfacimento” (MIUR) occorre che qualsiasi attività didattica sia integrata da azioni di orientamento che accompagnino l'intero percorso degli studenti coinvolti, dall'accoglienza fino alla certificazione degli apprendimenti.

Di seguito si illustrano alcuni strumenti usati nell'ambito del progetto SMS.

1. Il monitoraggio delle competenze

di *Andrea Caldelli e Simone Giusti*

Con l'emanazione delle *Linee guida nazionali per l'orientamento permanente* (2014) il Miur ha sottolineato la necessità di accompagnare i processi formativi con azioni di consulenza orientativa mirato allo sviluppo di competenze di competenze di monitoraggio/gestione del percorso individuale di ciascuno studente. Nell'ambito del progetto SMS, come richiesto anche dal bando della Regione Toscana, le azioni di orientamento hanno accompagnato l'intero percorso, con l'obiettivo di esercitare in particolare le seguenti competenze orientative specifiche individuate dalla C.M. 29 del 12 aprile 2012 su *Orientamento longlife* del Miur:

- saper analizzare le proprie risorse in termini di interessi e attitudini ma anche di saperi e competenze;
- saper esaminare con realismo le opportunità e le risorse a disposizione ma anche vincoli e condizionamenti che regolano la società e il mondo del lavoro;
- mettere in relazione opportunità e vincoli in modo da trarne indicazioni per scegliere;
- monitorare e valutare le azioni realizzate e lo sviluppo del progetto in termini di criticità e forza e di aggiustamenti necessari.

Di seguito si illustrano le attività programmate e realizzate.

Il seminario iniziale: l'autovalutazione delle competenze

Per gli studenti partecipanti al progetto, l'attività ha avuto inizio con un seminario che ha coinvolto i docenti e alcuni esperti del settore della produzione e gestione di contenuti digitali, i quali hanno presentato i risultati delle indagini preliminari e illustrato le caratteristiche fondamentali del mercato del lavoro e delle competenze richieste ai lavoratori in quel determinato settore (cfr. Report delle indagini preliminari in Appendice).

In particolare, si è ritenuto importante insistere sulla necessità di acquisire non tanto e non solo competenze tecnico-professionali nell'area delle ICT, quanto semmai di avere le conoscenze e le competenze sufficienti a diventare consapevoli dei cambiamenti generati dal digitale (Osservatorio delle Competenze Digitali 2015).

Come è stato evidenziato dai lavoratori e imprenditori che hanno preso parte a un focus group organizzato durante la fase delle indagini preliminari, «Tutti i lavoratori dovrebbero conoscere le potenzialità della comunicazione per capire quali attività promuovere sui social e quali invece su altri mezzi. Più che la competenza tecnica occorre capire quali sono le caratteristiche degli strumenti multimediali che sono a disposizione, e occorre saper leggere l'organizzazione nel contesto in cui si trova» (Focus Group Indagine SMS 2016).






È in quest'ottica di sviluppo della consapevolezza delle competenze digitali che gli studenti sono stati invitati a lavorare, prima individualmente e poi in gruppo, sull'autovalutazione delle proprie competenze digitali. A tale scopo si è fatto ricorso alla Scheda per l'autovalutazione messa a disposizione dal progetto Europass (<https://europass.cedefop.europa.eu/it/resources/digital-competences>), che prende in esame cinque indicatori:

- Elaborazione delle informazioni;
- Creazione di contenuti;
- Comunicazione;
- Risoluzione dei problemi;
- Sicurezza.

Una volta compilata individualmente la scheda, gli studenti sono stati invitati a discuterne in gruppo e a compilare una scheda in cui annotare i dubbi (“cosa non abbiamo capito”) e in punti di forza e di debolezza del gruppo rispetto a ciascun indicatore.

Scheda lavoro di gruppo Autovalutazione competenze digitali

Competenze digitali - Scheda per l'autovalutazione

	Utente base	Utente autonomo	Utente avanzato
 Elaborazione delle informazioni	<p>Posso cercare informazioni online utilizzando un motore di ricerca. Uso uno o più siti per trovare informazioni in linea (social media).</p> <p>Posso salvare o memorizzare file e contenuti (ad esempio testi, immagini, musica, video, pagine web) e recuperare una volta salvato o archiviato.</p>	<p>Posso utilizzare diversi motori di ricerca per trovare le informazioni. Uso file per la ricerca (ad esempio cartelle, video, musica).</p> <p>Potrei trovare fonti diverse per valutare l'affidabilità delle informazioni.</p> <p>Classifico le informazioni in modo metodico utilizzando i file e le cartelle per individuarle più facilmente. Faccio il backup di informazioni o file che ho memorizzato.</p>	<p>Posso usare strategie di ricerca avanzate (ad esempio utilizzando operatori di ricerca) per trovare informazioni affidabili su Internet. Posso usare i feed web (come RSS) per essere aggiornato sui contenuti che mi interessano.</p> <p>Posso valutare la validità e l'attendibilità delle informazioni utilizzando una serie di criteri. Sono a conoscenza di nuovi progressi nella ricerca di informazioni, archiviazione e recupero.</p> <p>Posso salvare le informazioni trovate su Internet in diversi formati. Posso utilizzare i servizi cloud di storage delle informazioni.</p>
 Comunicazione	<p>Posso comunicare utilizzando il telefono cellulare. Uso over IP (ad esempio Skype o email) e chat, utilizzando le funzionalità di base (ad esempio messaggi testuali, SMS, invio e ricezione di email, invio di file).</p> <p>Posso condividere file e contenuti con semplici strumenti.</p> <p>So che posso utilizzare le tecnologie digitali per interagire con alcuni servizi (come governo, banche, ospedali).</p> <p>So che è conveniente di averli di servizi networking e strumenti di collaborazione online.</p> <p>So che è conveniente del fatto che quando si utilizzano strumenti digitali, vengono applicate alcune regole di comunicazione (ad esempio, la condizione delle informazioni personali).</p>	<p>Posso utilizzare le funzioni avanzate di diversi strumenti di comunicazione (ad esempio utilizzando i video over IP e la condivisione di file).</p> <p>Posso usare i strumenti di collaborazione e contribuire a condividere documenti i file che qualcuno altro ha creato.</p> <p>Posso utilizzare alcune funzionalità di servizi on-line (ad esempio servizi pubblici, e-banking, lo shopping online).</p> <p>Troverei il modo di fare la connessione con gli altri online (ad esempio attraverso strumenti di social networking o in comunità online).</p> <p>Conosco e utilizzo le regole della comunicazione online ("netiquette").</p>	<p>So che una vasta gamma di strumenti di comunicazione (posta elettronica, chat, SMS, messaggia istantanea, blog, video, blog, reti sociali) per la comunicazione on-line.</p> <p>Posso creare e gestire i contenuti con strumenti di collaborazione (ad esempio calendari elettronici, sistemi di gestione dei progetti, di stampa in linea, fogli di calcolo on-line).</p> <p>Praticherei abitualmente e saprei come si utilizzano diversi servizi online (ad esempio servizi pubblici, e-banking, lo shopping online).</p> <p>Posso utilizzare le funzioni avanzate di strumenti di comunicazione (ad esempio, videoconferenza, condivisione di dati, condivisione di applicazioni).</p>
 Creazione di Contenuti	<p>Posso produrre semplici contenuti digitali (ad esempio, testi, etichette, immagini, file audio) in almeno un formato utilizzando strumenti digitali.</p> <p>Posso fare editing di base di contenuti prodotti da altri.</p> <p>So che i contenuti può essere coperti da diritto d'autore.</p> <p>Posso applicare e modificare le impostazioni di default del software e delle applicazioni che uso (ad esempio cambiare le impostazioni di default).</p>	<p>Posso produrre contenuti digitali complessi in diversi formati (ad esempio di testi, tabelle, immagini, file audio). Posso usare strumenti per la creazione di pagine web o altri utilizzando modelli (ad esempio WordPress).</p> <p>Posso applicare la formattazione di base (ad esempio, inserire note, grafici, tabelle) ai contenuti che ho o altri hanno prodotto.</p> <p>So come utilizzare i contenuti coperti da diritto d'autore.</p> <p>Conosco le basi di un linguaggio di programmazione.</p>	<p>Posso produrre e modificare i complessi, contenuti multimediali in diversi formati, utilizzando una varietà di piattaforme digitali, strumenti e ambienti.</p> <p>Posso creare un sito web utilizzando un linguaggio di programmazione.</p> <p>Posso utilizzare le funzioni avanzate di formattazione di diversi strumenti (ad esempio, stampa online, documenti oggetto di lavoro di diversi formati, utilizzando formati avanzati, nuovi).</p> <p>So come applicare licenze e diritti d'autore.</p> <p>Posso utilizzare diverse linguaggi di programmazione. So su progettare, creare o modificare i database con uno strumento informatico.</p>
 Sicurezza	<p>Posso prendere accorgimenti fondamentali per proteggere i miei dispositivi (ad esempio, utilizzando anti-virus e password). So che non tutte le informazioni in linea sono affidabili.</p> <p>So che le reti wireless (come i wireless e i personal) possono essere rubati. So che non devo rivelare le informazioni private on-line.</p> <p>So che ho funzionalità di sicurezza di base (ad esempio, può bloccare il registratore la mia salute).</p> <p>Prevedo le misure fondamentali per il risparmio energetico.</p>	<p>Ho installato i programmi di sicurezza sul dispositivo (o che uso per accedere a Internet) del mio smartphone, tablet, il blocco degli programmi e il aggiornamento regolarmente.</p> <p>So come difendere i contenuti per accedere a dispositivi e servizi digitali e la modifica periodicamente.</p> <p>So che ho funzionalità di sicurezza di base (ad esempio, può bloccare il registratore la mia salute).</p> <p>So che ho funzionalità di sicurezza di base (ad esempio, può bloccare il registratore la mia salute).</p> <p>Capisco i rischi e i benefici connessi con l'uso della tecnologia digitale (su argomenti, rischio di dipendenza).</p> <p>Capisco l'importanza di proteggere i dati dalla tecnologia sofisticata.</p>	<p>Posso controllare frequentemente la configurazione e i sistemi di sicurezza dei dispositivi che utilizzo (applicazioni che uso).</p> <p>So che fare se il computer è stato rubato da un virus.</p> <p>Posso configurare e modificare le impostazioni di sicurezza dei miei dispositivi digitali.</p> <p>So come proteggere i file e le email (spam).</p> <p>Per evitare problemi di salute (fisico e psicologico), faccio un uso ragionevole delle tecnologie digitali (informazioni e della comunicazione).</p> <p>Ho un piano informativo sull'uso della tecnologia digitale sulla vita di tutti i giorni. E lo attuo regolarmente e flessibilmente.</p>
 Risoluzione dei problemi	<p>Posso trovare il supporto e assistenza quando sorgono un problema tecnico o quando si utilizza un nuovo dispositivo, programma o applicazione.</p> <p>So che sono disponibili i servizi di assistenza (ad esempio chiedere un programma, risolvere il computer, installare i programmi, aggiornarli).</p> <p>So che gli strumenti digitali possono aiutare a risolvere i problemi ma so anche che non sono infallibili.</p> <p>Di fronte ad un problema di natura tecnologica o non tecnologica, posso utilizzare gli strumenti digitali che conosco per risolverlo.</p> <p>So che devo aggiornare regolarmente le mie competenze digitali.</p>	<p>Posso risolvere la maggior parte dei problemi più frequenti che sorgono quando si utilizza un nuovo dispositivo, programma o applicazione.</p> <p>So che sono disponibili i servizi di assistenza (ad esempio chiedere un programma, risolvere il computer, installare i programmi, aggiornarli).</p> <p>Posso risolvere problemi tecnologici esplorando le impostazioni e i parametri di programmi e strumenti.</p> <p>Regolarmente aggiorno le mie competenze digitali. Sono consapevole del mio livello e cerco di saperne di più.</p>	<p>Posso risolvere tutti i problemi che sorgono utilizzando la tecnologia digitale. Posso scegliere il giusto strumento, dispositivo, applicazione, software o servizio per risolvere i problemi non tecnici.</p> <p>Sono a conoscenza di nuovi sviluppi tecnologici. Capisco come funzionano nuovi strumenti di lavoro.</p> <p>Posso aggiornare le mie competenze digitali.</p>

I dati raccolti sono stati poi utilizzati per la compilazione di una scheda personale.

POR FSE REGIONE TOSCANA 2014-2020 ASSE C) ISTRUZIONE E FORMAZIONE INTERVENTI QUALIFICANTI PER IL MIGLIORAMENTO DELL'OFFERTA FORMATIVA DEGLI ISTITUTI TECNICI E PROFESSIONALI Progetto: "SMS – Social Media School"			

Istituto Tecnico Istituto Professionale

Classe: _____

	Cosa non abbiamo capito	I nostri punti deboli	I nostri punti di forza
Elaborazione delle informazioni			
Comunicazione			
Creazione di contenuti			
Sicurezza			
Risoluzione dei problemi			

Un percorso didattico per la compilazione di un cv Europass

Il cv Europass è uno strumento ritenuto fondamentale dal Miur, tanto da averlo inserito direttamente nel curriculum di studi dell'insegnamento di Lingua e letteratura italiana (classi V). Nell'ambito del progetto SMS è stato compilato con il supporto di consulenti di orientamento. Di seguito si forniscono un percorso elaborato per gli insegnanti di Lingua e letteratura italiana e una dispensa per gli studenti.

Competenza obiettivo	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali
Durata del progetto	6 ore
Articolazione delle attività	Tre incontri di due ore ciascuno
Descrizione delle attività e situazioni per il docente consulente	<p>Fin dal primo incontro è importante far percepire l'importanza del CV come occasione utile a riflettere sul proprio percorso di vita, poiché costringe a scegliere le esperienze più significative e a disporle in ordine per fornire un'immagine di sé coerente e significativa rispetto al tipo di lavoro che si intende svolgere. In questo senso, la scrittura del curriculum vitae assomiglia a quella di un'autobiografia, un particolare tipo di testo narrativo in cui l'autore narra la storia della propria vita per fare ordine dentro di sé e per capire il presente (esempi che possono essere noti agli studenti nell'ambito della letteratura italiana: <i>Vita di Vittorio Alfieri da Asti scritta da esso di Vittorio Alfieri</i>, la finta autobiografia <i>La coscienza di Zeno</i> di Italo Svevo, il romanzo autobiografico <i>Se questo è un uomo</i>).</p> <p>Durante il primo incontro gli studenti sono invitati a riflettere sulle fasi della scrittura e a individuare per ciascuna di esse, insieme al docente, le operazioni da svolgere (a titolo di esempio si riporta di seguito una descrizione delle fasi di lavoro).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definizione della strategia (analisi della situazione comunicativa e definizione di destinatario, scopo, tipo di testo, schema). Esistono, per esempio, schemi già definiti di CV, tra cui il più diffuso è il CV Europeo. È importante tener conto di alcuni criteri generali, tra cui: selezionare ed evidenziare i propri punti di forza e progettare il CV in base al lavoro per cui ci si propone. 2. Ricerca delle idee (ricerca dei contenuti sui quali costruire il proprio testo). In questa fase è importante raccogliere la documentazione utile: i titoli di studio, gli attestati di partecipazione a corsi o convegni, le attività di stage e di alternanza scuola-lavoro, eventuali contratti, attività sportive e di volontariato e tutto ciò che si ritiene utile per illustrare il proprio percorso di studio e di lavoro.

	<p>3. Organizzazione delle idee (selezione dei contenuti e ordinamento, sulla base dello schema individuato). Di solito in un CV si mettono prima le informazioni personali, poi le esperienze professionali, i titoli di istruzione e la formazione svolta, le competenze acquisite nel corso della vita.</p> <p>4. Stesura, cioè scrittura per esteso del CV, secondo il modello scelto e con le informazioni individuate.</p> <p>5. Revisione (rilettura del CV per eliminare eventuali errori di ortografia e verificare che le frasi siano chiare e logiche). In questa fase è opportuno coinvolgere almeno un'altra persona.</p> <p>Nella seconda parte del primo incontro gli studenti, in piccoli gruppi, sono invitati a leggere e analizzare le istruzioni per il CV europeo Europass e a prendere visione del modello, o template. Può essere utile che il docente presenti agli studenti il proprio CV o che utilizzi CV scaricati dal web.</p> <p>Il secondo incontro è dedicato alla ricerca e all'organizzazione delle idee. Gli alunni sono invitati a disporre le loro attività lungo una linea del tempo che inizia con il primo giorno di scuola e finisce con il diploma di Istituto professionale, settore servizi, indirizzo socio-sanitario. Per aiutare gli studenti a capire che il CV deve servire a dare un senso soprattutto al presente ("Chi sono io ora per coloro ai quali mi voglio presentare?") e che non è un semplice magazzino di informazioni disordinate, si può utilizzare l'esempio dell'autobiografia in letteratura, illustrando l'importanza di selezionare le informazioni sulla base del "personaggio-narratore" che l'autore intende costruire nell'immaginazione del lettore.</p> <p>Il terzo e ultimo incontro richiede l'utilizzo di un pc collegato a internet e consiste nella stesura e revisione del proprio CV da parte di ciascun alunno. Durante il lavoro è importante che il docente svolga una funzione di consulente esperto e che utilizzi le soluzioni più interessanti per dare indicazioni di miglioramento a tutti gli studenti.</p>
--	---

Una dispensa

Di seguito si riporta il testo integrale di una dispensa per gli studenti.

Scrivere per presentarsi di Simone Giusti

- Fare le presentazioni
- Presentarsi per lavorare: il *curriculum vitae*
- La scrittura di un *curriculum vitae*
- La lettera di candidatura
- Farsi presentare: la lettera di referenze
- Presentarsi a se stessi: il portfolio delle competenze
- Un profilo personale: i blog e i social network come strumenti di presentazione

Fare le presentazioni

Capita, nella vita quotidiana, di aver bisogno di **presentare se stessi agli altri**: quando incontriamo una persona sconosciuta, le stringiamo la mano e le diciamo il nostro nome. Ci si presenta anche a distanza, utilizzando la scrittura, quando si instaura un nuovo rapporto epistolare, che può essere personale o professionale.

Nel caso di un **rapporto personale**, la presentazione sarà **informale**, come la seguente:

Cara Giulia,
non ci conosciamo ma ho sentito parlare di te dal nostro comune amico Simone Giusti. Mi chiamo Franca, sono un'insegnante appassionata di opera lirica e sto cercando qualcuno che possa aiutarmi a trovare un posto alla prossima rappresentazione del *Don Giovanni* all'arena di Verona...

Se invece si tratta di un **rapporto professionale**, probabilmente la lettera sarà più formale:

Egregio Direttore editoriale,
sono un'insegnante autrice di libri di testo e la contatto per proporre alla sua casa editrice una nuova opera....

In ogni caso, di fronte a un nuovo interlocutore è sempre fondamentale trovare **una rappresentazione rapida ed efficace di se stessi**, per avviare da subito un rapporto chiaro e franco. È infatti attraverso la presentazione che cominciamo ad assumere un senso per gli altri.

Presentarsi per lavorare: il curriculum vitae

Il principale strumento utilizzato per la presentazione di se stessi in un ambiente di lavoro è il **curriculum vitae** (abbreviato **CV**), un testo scritto in cui una persona illustra il proprio percorso di studi e le esperienze professionali compiute.

L'espressione *curriculum vitae* è latina (significa letteralmente **“corso della vita”**), ma viene usata in molte lingue moderne. Si ricorre a un curriculum vitae quando si desidera offrire a qualcun altro (un'organizzazione, un'azienda ecc.) il proprio lavoro. Si tratta di un documento importante, da scrivere con la massima cura, tenendo conto che da esso i lettori dovranno trarre tutte le informazioni utili a farsi un'idea complessiva del suo autore.

La stesura del *curriculum* rappresenta inoltre un'occasione utile a **riflettere sul proprio percorso di vita**, poiché costringe a scegliere le esperienze

più significative e a disporle in ordine per fornire un'immagine di sé coerente e significativa rispetto al tipo di lavoro che si intende svolgere.

In questo senso, la scrittura del *curriculum vitae* assomiglia a quella di un'**autobiografia**, un particolare tipo di testo narrativo in cui l'autore narra la storia della propria vita per fare ordine dentro di sé e per capire il presente.

La scrittura di un curriculum vitae

Per scrivere un *curriculum vitae* occorre rispettare le fasi fondamentali della produzione di un testo scritto, che sono, in sintesi:

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. Definizione della strategia | <p>Analisi della situazione comunicativa e definizione di destinatario, scopo, tipo di testo, schema.</p> <p>Esistono, per esempio, schemi già definiti di CV, tra cui il più diffuso è il CV Europeo. È importante tener conto di alcuni criteri generali, tra cui: selezionare ed evidenziare i propri punti di forza e progettare il CV in base al lavoro per cui ci si propone.</p> |
| 2. Ricerca delle idee | <p>Ricerca dei contenuti sui quali costruire il proprio testo.</p> <p>In questa fase è importante raccogliere la documentazione utile: i titoli di studio, gli attestati di partecipazione a corsi o convegni, i contratti di lavoro e tutto ciò che si ritiene utile per illustrare il proprio percorso di studio e di lavoro.</p> |
| 3. Organizzazione delle idee | <p>Selezione dei contenuti e ordinamento, sulla base dello schema individuato.</p> <p>Di solito in un CV si mettono prima le informazioni personali, poi le esperienze professionali, i titoli di istruzione e la formazione svolta, le competenze acquisite nel corso della vita.</p> |
| 4. Stesura del testo | <p>Scrittura per esteso del CV, secondo il modello scelto e con le informazioni individuate.</p> <p>È importante scrivere frasi brevi e chiare.</p> |
| 5. Revisione | <p>Rilettura del CV per eliminare eventuali errori di ortografia e verificare che le frasi siano chiare e logiche.</p> <p>Per la rilettura è consigliabile coinvolgere una persona esterna, che possa rivedere il testo con uno sguardo critico.</p> |

Il *curriculum vitae* è uno strumento molto utile nella fase della ricerca del lavoro, ma non può sostituire il rapporto diretto con le persone addette alla

selezione del personale. Come **strumento per la ricerca del lavoro** può essere utilizzato nei seguenti modi:

- distribuito tra gli amici e i conoscenti per far conoscere le proprie potenzialità e avere altri contatti;
- inviato o consegnato ad aziende per ottenere un colloquio di autocandidatura;
- inviato in risposta ad un annuncio di lavoro;
- inviato o consegnato a enti e società per essere inserito in banche dati di possibili fornitori;
- consegnato al selezionatore per usarlo come traccia per il colloquio;
- consegnato come promemoria alla conclusione di un colloquio.

Per scrivere un cv in formato europeo **Europass** puoi scaricare il modello da internet o compilarlo direttamente *online* andando alla pagina <http://europass.cedefop.europa.eu/it/documents/curriculum-vitae>).

La lettera di presentazione

L'invio del curriculum vitae può essere accompagnato da una **lettera di presentazione**, con cui abbiamo l'occasione di inquadrare e giustificare il nostro percorso di studio e di lavoro, per **aumentare l'interesse nel nostro interlocutore**, desideroso di essere convinto molto rapidamente dalle informazioni fornite. Solo in questo caso, infatti, il nostro lettore è stimolato a ricercare maggiori informazioni su di noi nel CV oppure a convocarci per un colloquio.

Una lettera, come tutti gli altri generi di testo, rispetta delle regole stabilite per convenzione e tramandate dalle abitudini. Il rispetto delle regole di composizione rende una lettera immediatamente riconoscibile e ne semplifica la comprensione. La lettera di autocandidatura ideale, ordinata e corretta nell'ortografia, deve rispondere alle seguenti domande:

- **perché è stata scelta proprio quell'azienda?** È importante motivare realisticamente la scelta, indicando nella lettera le ragioni per cui ci si rivolge proprio a quell'azienda.
- **perché l'azienda dovrebbe prender in considerazione la candidatura?** Occorre esporre sinteticamente il proprio progetto professionale mettendone in evidenza i punti di forza e gli obiettivi.
- **come sarebbe possibile collaborare?** È utile indicare la disponibilità ad accettare eventuali forme contrattuali agevolate per le imprese (per esempio, apprendistato, collaborazione coordinata continuativa ecc.), a svolgere un tirocinio, ad effettuare turni od orari serali o festivi, a viaggiare ecc.
- **come approfondire la conoscenza reciproca?** È opportuno chie-

dere un colloquio per meglio approfondire quanto accennato sinteticamente nella lettera e nel CV.

Farsi presentare: la lettera di referenze

Quando un lavoratore lascia un incarico può richiedere al suo datore di lavoro una **lettera di referenze**, un testo scritto che testimonia l'esperienza professionale e la qualità del lavoro svolto. Si tratta di un documento utile ad accompagnare e integrare il *curriculum vitae*. Dovrebbe essere stampata su carta intestata e firmata, e contenere le seguenti informazioni:

- il nome del lavoratore
- il periodo del rapporto di lavoro
- il ruolo ricoperto e le mansioni svolte
- un apprezzamento circa l'onestà e le competenze dimostrate in azienda
- la motivazione che ha interrotto il rapporto di lavoro
- l'eventuale disponibilità di colui che redige la lettera di referenze a fornire ulteriori dettagli in merito al lavoratore (aggiungendo anche il proprio recapito telefonico).

È opportuno che chi scrive la lettera di referenze sappia a cosa serve, perché vi siano evidenziate le informazioni utili a far emergere alcune specifiche qualità del lavoratore.

Presentarsi a se stessi: il portfolio delle competenze

Le operazioni che sono alla base della scrittura di un *curriculum vitae* o di una lettera di presentazione sono utili non solo a presentarsi, ma anche a riflettere sul proprio percorso di vita, con preferenze, valori, punti di forza e di debolezza. Mentre ci si sforza di presentarsi agli altri, si diventa più chiari a se stessi.

Per aiutare le persone a riconoscere il proprio valore, a distinguere i propri interessi e a identificare i propri bisogni personali e professionali, si utilizza il cosiddetto **portfolio delle competenze**, un "porta documenti" nel quale sono raccolte le **testimonianze** delle attività svolte da una persona nell'arco della vita.

Il portfolio è **uno strumento personale**, che dovrebbe essere periodicamente aggiornato e riorganizzato. Attraverso la raccolta e l'archiviazione delle **prove** che dimostrano le competenze possedute (per esempio, i titoli di studio e le qualifiche, gli attestati di frequenza e partecipazione, i contratti di lavoro, le lettere di referenza, le patenti e i brevetti, le fotografie o i video di eventuali prodotti realizzati ecc.), esso consente di rileggere e riordinare periodicamente il proprio percorso personale e professionale e, soprattutto, di

trovare, a partire dalle prove delle esperienze compiute, le **competenze** esercitate nei vari contesti di vita, di studio e di lavoro.

Un profilo online: i blog e i social network come strumenti di presentazione

La diffusione delle nuove tecnologie per la comunicazione ha reso possibile, se non necessario, parlare di sé su **internet**, soprattutto attraverso i *blog* e i *social network*.

La parola **blog** è la contrazione di Web Log, “diario in rete”, un sito internet personale in cui il *blogger*, la persona che lo gestisce, può inserire testi e immagini che vengono disposti in ordine cronologico, dal più recente al meno recente. Scrivendo periodicamente sul suo blog, una persona costruisce in modo graduale un’immagine di sé pubblica, che può essere utilizzata anche per presentare il proprio lavoro o le proprie idee.

I **social network** o reti sociali sono dei servizi presenti su internet, solitamente a titolo gratuito, per creare e gestire reti di relazioni interpersonali. I principali social network, come Facebook, Twitter, LinkedIn e Myspace, consentono di pubblicare testi come su un blog e, inoltre, di creare un vero e proprio **profilo** composto da almeno una foto, da informazioni personali e da altri materiali multimediali.

2. Gli atelier di orientamento di gruppo

di *Andrea Caldelli, Erika Marioni e Matteo Arrighi*

Gli atelier di orientamento proposti di seguito sono stati progettati e realizzati con la finalità di permettere agli studenti di riflettere sul loro percorso formativo e in particolare sulle attività di didattica laboratoriale e di alternanza scuola-lavoro (il lavoro di gestione della rivista Maremma Touring e dei relativi social media) svolte all'interno del progetto Social Media School. Si tratta a tutti gli effetti di «attività di accompagnamento e di consulenza orientativa di sostegno alla progettualità individuale, esercitato attraverso competenze di monitoraggio/gestione del percorso individuale», come previsto dalle *Linee guida nazionali per l'orientamento permanente* del Miur (2014). Nello specifico, secondo quanto previsto dalla C.M. 29/2012 *Orientamento longlife*, nella quale si sostiene che «i giovani devono oggi affrontare nel loro percorso di crescita compiti impegnativi, che richiedono la traduzione in comportamenti attivi delle conoscenze e competenze acquisite», queste attività sono finalizzate allo sviluppo delle seguenti competenze orientative specifiche:

- saper analizzare le proprie risorse in termini di interessi e attitudini ma anche di saperi e competenze;
- saper esaminare con realismo le opportunità e le risorse a disposizione ma anche vincoli e condizionamenti che regolano la società e il mondo del lavoro;
- mettere in relazione opportunità e vincoli in modo da trarne indicazioni per scegliere;
- assumere decisioni e perseguire gli obiettivi;
- progettare il proprio futuro e declinarne lo sviluppo;
- attuare i progetti delineati e decisi;
- monitorare e valutare le azioni realizzate e lo sviluppo del progetto in termini di criticità e forza e di aggiustamenti necessari.

La centralità della scelta: coinvolgimento attivo e responsabilità

Questa modalità di organizzazione dei percorsi di orientamento si basa sull'idea che i clienti - gli studenti - hanno la capacità di scegliere e che, quindi, devono avere la possibilità fin dal principio di individuare, tra una

serie di “atelier di orientamento”, quello più adatto alle proprie esigenze. Offrendo agli studenti la possibilità di scegliere tra più opzioni, quindi, si intende usare l'occasione della scelta come momento intenzionalmente formativo. Inoltre, basandosi sulla logica della domanda e dell'offerta - attraverso un'offerta di orientamento si cerca di stimolare l'insorgere di una domanda - si intende costruire un ambiente in cui i servizi di orientamento siano percepiti come la risposta ad un'esigenza e come un diritto dell'alunno e non, come ancora spesso capita, come una perdita di tempo o, peggio, come un servizio per i soggetti più deboli e svantaggiati. Si intende così uscire definitivamente da ogni possibile equivoco tra orientamento e psicoterapia, tra approccio curativo e approccio educativo. L'orientamento non è un servizio per coloro che non sanno o non riescono a orientarsi secondo i docenti: l'orientamento è un servizio per coloro che ritengono opportuno sviluppare alcune competenze orientative.

In particolare, la scelta di uno degli “Atelier di orientamento di gruppo” favorirà il processo di scelta alla luce del percorso fatto all'interno del progetto e permetterà una maggiore consapevolezza rispetto alle proprie aspirazioni e aspettative.

Nell'ambito del progetto SMS, per esempio, sono stati progettati e realizzati tre diversi tipi di atelier tra i quali gli studenti sono stati invitati a scegliere il preferito:

- “applicare le competenze acquisite sul lavoro”
- “creazione di impresa”
- “studiare per specializzarsi”.

Gli atelier e la loro progettazione

Gli atelier sono dei laboratori di orientamento di gruppo che vengono svolti preferibilmente al di fuori dell'ambiente scolastico da due consulenti di orientamento per gruppo di lavoro. Ciascun atelier del progetto SMS si è svolto in mezza giornata durata (4 ore). Gli incontri sono impostati in modo interattivo privilegiando la comunicazione con i ragazzi e l'attivazione di dinamiche di gruppo. I formatori favoriscono il dialogo e stimolano i ragazzi a confrontarsi tra loro e a prendere consapevolezza delle proprie idee e delle proprie caratteristiche attraverso lo scambio di opinioni e la condivisione delle proprie aspettative e desideri.

Ogni microprogettazione declina l'obiettivo specifico nel tema oggetto dell'atelier, in particolare:

- l'atelier “applicare le competenze acquisite sul lavoro” ha l'obiettivo di favorire negli studenti lo sviluppo della consapevolezza su che cosa

possa essere importante in un loro futuro lavorativo, avranno modo di riflettere su come e quali competenze possano essere utili capendo quali sono quelle specifiche e strettamente legate a un particolare contesto e quali sono quelle trasversali;

- l'atelier "creazione di impresa" favorisce la conoscenza delle strategie operative e decisionali per strutturare un'idea di impresa;
- l'atelier "studiare per specializzarsi" offre agli studenti la possibilità di avere uno sguardo d'insieme sui percorsi formativi che li aspettano alla conclusione del loro attuale percorso di studi.

Ogni microprogettazione declina il risultato atteso nel tema oggetto dell'atelier, in particolare:

- capacità di valutare se e quali tipi di esperienze, percorsi, approfondimenti possano contribuire a renderli più capaci e più formati rispetto alle richieste del mondo del lavoro. Gli studenti saranno portati a considerare "valore" ogni esperienza lavorativa, più o meno formalizzata, in quanto portatrice di nuove conoscenze e abilità e che, allo stesso tempo, permetterà loro di rendersi conto di quelli che sono le loro preferenze e i loro desideri;
- sviluppo di una maggiore capacità di analisi e di riflessione sul percorso da seguire in vista di una possibilità di lavoro. Favorire inoltre la capacità di valutare la propria idea di impresa alla luce delle esperienze personali e confrontandola con esperienze nate e attualmente presenti sul territorio che darà loro modo di essere più consapevoli delle proprie possibilità. Saranno portati a puntare su caratteristiche quali la richiesta del mercato, l'innovatività, l'eventuale concorrenza;
- condivisione con i ragazzi di un processo di riflessione e di sintesi che li renderà più consapevoli rispetto alle proprie aspettative ed ai propri interessi. I ragazzi faranno un lavoro di osservazione sulle loro capacità scolastiche e sulle esperienze di studio post diploma con cui sono entrati in contatto sia in modo informale sia attraverso percorsi di orientamento scolastici e saranno portati a valutare con maggiore autonomia quale possa essere un percorso formativo che li qualifichi meglio per quelle che sono le loro aspettative lavorative.

Atelier “applicare le competenze acquisite sul lavoro”

Attività	Tempi	Svolgimento
Introduzione al lavoro dell'atelier	10 minuti	Questo primo momento è dedicato all'accogliere gli studenti e alla presentazione del lavoro che si svolgerà durante l'atelier, i formatori si presentano. Sono introdotte le regole dell'atelier.
Riepilogo e confronto sulle attività svolte all'interno del progetto SMS durante l'anno scolastico	20 minuti	Verrà letto ed analizzato insieme ai ragazzi il “comunicato stampa SMS” che parla della rivista online Maremma Touring. I ragazzi verranno stimolati ad avere una visione d'insieme sulle attività svolte al fine della creazione della rivista per far loro capire quanto siano stati soggetti attivi nel percorso della rivista stessa. Si raccoglieranno anche le loro impressioni e le loro idee per cominciare a far comprendere la caratteristica laboratoriale dell'atelier.
Strumento: Ragioniamo sulle nostre competenze	30 minuti	Agli studenti sarà somministrata una scheda da compilare individualmente che permetterà loro di scrivere sinteticamente alcune informazioni ed esperienze legate alle proprie competenze con cui sono venuti a contatto durante le attività del progetto SMS. La scheda sarà volta ad analizzare le competenze acquisite durante il progetto rispetto alle cose che già ognuno sapeva fare, ciò che risultava spontaneo fare, ciò che ad ognuno riusciva meglio e ciò che invece non voleva fare.
Circle time	40 minuti	La condivisione in plenaria delle informazioni delle schede permetterà ai formatori di far riflettere i ragazzi sulle proprie competenze e sulla consapevolezza di queste. In questa fase, con la tecnica del brainstorming, i ragazzi verranno guidati nell'osservazione e nella distinzione delle competenze tecniche che hanno sviluppato, nel confronto tra le competenze specifiche e quelle trasversali, sarà anche introdotto il tema delle proprie attitudini rispetto alle attività svolte nel progetto.
Stimolo narrativo: “Un pomeriggio scoprì...”	20 minuti	I formatori leggeranno un racconto (“Un pomeriggio scoprì di non essere sfaticato” di Francesco Piccolo, tratto da <i>Storie di primogeniti e figli unici</i>), la lettura mostrerà come un giovane intuisca quale sia la sua attitudine confrontandosi con quello che in famiglia gli veniva detto e rendendosi conto che quello non corrispondeva alla sua vera natura. I ragazzi saranno portati a riflettere sul percorso che ha permesso al giovane di comprendere quale fosse la sua vera natura e faranno il confronto con la propria esperienza di come si sentono quando vengono loro attribuite delle caratteristiche da parte degli altri.

Strumento: La mia persona	30 minuti	A partire dallo stimolo narrativo gli studenti verranno guidati nell'analisi di ciò che ognuno di loro riconosce come conoscenze ed abilità. Verrà posta molta attenzione a quelle che sono le loro attitudini ma anche a ciò che, per loro, costituisce un vincolo (difficoltà, contrarietà).
Strumento: In che modo posso applicare le mie competenze in questi settori?	30 minuti	Agli studenti sarà somministrata una seconda scheda da compilare individualmente che permetterà loro di riflettere su come possano applicare le loro conoscenze precedentemente individuate nella loro vita quotidiana e nel loro futuro lavorativo. Gli ambiti che verranno presi in analisi attraverso la scheda sono la scuola, il lavoro, il tempo libero e gli hobby, lo sport, il volontariato e la vita in famiglia.
Circle time finale	50 minuti	Durante la condivisione dell'attività precedente i formatori guideranno i ragazzi nell'analisi e nella lettura delle competenze individuate, andando laddove possibile a ridefinirle meglio e a guidare i ragazzi nel percorso di consapevolezza rispetto alla comprensione dei propri punti di forza e ai propri vincoli e debolezze, verranno fatti riflettere su quali possono essere le loro risorse in vista dell'ingresso nel mondo del lavoro.
Conclusione riflessiva	10 minuti	Gli orientatori concludono l'attività evidenziando il senso del percorso attuato con gli studenti, gli obiettivi che intendevano perseguire e offrendo una lettura ex post dell'uso che i ragazzi potranno fare in futuro dell'esperienza dell'atelier.

Atelier “creazione di impresa”

Attività	Tempi	Svolgimento, strumenti e modalità operative
Introduzione al lavoro dell'atelier	10 minuti	Questo primo momento è dedicato all'accogliere gli studenti e alla presentazione del lavoro che si svolgerà durante l'atelier, i formatori si presentano.
Spiegazione sull'impresa	15 minuti	Osservando alcune slides e con la mediazione dei formatori i ragazzi cominceranno a familiarizzare con l'idea che per fare impresa sono necessari più fattori: idee, relazioni, fattori produttivi e vedranno come nel nostro paese stiano diffondendosi categorie lavorative come quella degli own account workers.
Stimolo narrativo: Video	5 minuti	Verrà mostrato un breve video ai ragazzi. Il contenuto è una piccola intervista ad un giovane che ha creato la sua impresa (realizzazione di videogiochi) e che sintetizza il suo percorso.
Start up, nascita e successo	30 minuti	A commento del video i ragazzi si confronteranno per cercare di capire come sia nata l'impresa presa ad esempio e proporranno le loro ipotesi.
Circle time	30 minuti	I ragazzi saranno portati ad analizzare la nascita di un'impresa analizzando diverse possibilità (l'idea, l'occasione, la competenza, la proposta, l'attività). Si passerà poi ad osservare quelle che possono essere le caratteristiche che rendono una start up un'impresa di successo (semplicità dell'idea, collaborazioni, conoscenza del mercato, gestione di tempo e risorse, attenzione ai clienti). Le osservazioni e le riflessioni fatte dai ragazzi e raccolte dai formatori verranno applicate ad uno o più esempi pratici di imprese che i ragazzi conoscono in quanto molto popolari oppure perché sono nate nel territorio.
Strumento: Imparare dalle storie di successo	30 minuti	Agli studenti sarà somministrata una scheda da compilare individualmente in cui ognuno cercherà di applicare gli elementi osservati insieme ad un esempio pratico di impresa che conosce. La scheda permetterà ai ragazzi di osservare il loro esempio cercando di concentrarsi sull'idea di partenza dell'impresa, sulle competenze di chi l'ha avviata, sulle difficoltà incontrate, su quali aspetti dell'impresa hanno trovato più interessanti.

Circle time	30 minuti	Verranno ascoltati i ragazzi che espongono il contenuto delle loro schede al gruppo e si confrontano sulle idee che hanno individuato, la conversazione sarà arricchita dai formatori che aggiungeranno stimoli ed informazioni su quelli che possono essere gli elementi costitutivi di un'impresa e su quali siano le competenze e gli strumenti da mettere in campo.
Stimolo narrativo: Video: Restaurant Start Up	10 minuti	Verrà mostrato ai ragazzi un video estratto da un programma televisivo che ha come tema l'avvio di un'impresa (Trasmissione Restaurant Start Up).
Strumento: Brainstorming	20 minuti	In plenaria i ragazzi condivideranno le osservazioni sulla start up presentata nel video ed i formatori richiameranno i contenuti delle precedenti spiegazioni sulla nascita dell'impresa e sul suo successo, sugli elementi costitutivi e sulle competenze.
Strumento: Esercitazione	30 minuti	In modo individuale gli studenti dovranno svolgere un'esercitazione che si basa sul provare a immaginare quale potrebbe essere un'impresa che vorrebbero aprire; l'analisi si svolge completando una scheda e riflettendo sull'idea imprenditoriale, su quale può essere il pubblico a cui si rivolge, sul trovare, se ci sono, degli esempi simili di imprese già avviate, sulle competenze necessarie e su quelle che sono le prime domande che si dovrebbero porre (a un eventuale esperto del settore) per iniziare l'attività.
Circle time	20 minuti	Il momento successivo prevede la condivisione delle idee che i ragazzi hanno analizzato. I formatori porteranno gli studenti a riflettere sulle loro idee rispetto ai contenuti trattati durante l'atelier.
Conclusione riflessiva	10 minuti	Gli orientatori concludono l'attività evidenziando il senso del percorso attuato con gli studenti, gli obiettivi che intendevano perseguire e offrendo una lettura ex post dell'uso che i ragazzi potranno fare in futuro dell'esperienza dell'atelier.

Atelier “studiare per specializzarsi”

Attività	Tempi	Svolgimento, strumenti e modalità operative
Introduzione al lavoro dell'atelier	10 minuti	Questo primo momento è dedicato all'accogliere gli studenti e alla presentazione del lavoro che si svolgerà durante l'atelier, i formatori si presentano.
Brainstorming	20 minuti	I formatori chiederanno ai ragazzi di pensare e raccontare degli esempi di parenti, amici o conoscenti che hanno seguito un percorso di formazione post diploma, si cercherà di analizzare le risposte valutando le possibilità che i percorsi esemplificati hanno aperto, le difficoltà incontrate durante il percorso e, se noti, gli esiti sul futuro lavorativo.
Spiegazione sulla formazione post diploma	30 minuti	Verrà presentato agli studenti il ventaglio delle possibilità di formazione a cui potranno accedere successivamente al diploma: università, ITS, corsi superiori, formazione professionale, formazione non qualificata, apprendistato. I formatori porteranno vari esempi per spiegare ogni tipologia di formazione. In questa fase si comincerà a far riflettere i ragazzi su quale tipo di formazione pensano sia più adatta ad ognuno di loro rispetto alle loro caratteristiche, ai loro desideri, ai loro vincoli.

Strumento: Analisi SWOT	30 minuti	Ai ragazzi verrà spiegato il funzionamento dell'analisi SWOT (punti di forza e di debolezza, opportunità e minacce) e di come questo tipo di analisi possa tornare loro utile quando si trovano di fronte ad una decisione da prendere. Sarà poi chiesto loro di provare ad usare individualmente tale tecnica in relazione al progetto di istruzione/formazione che ognuno di loro ha.
Circle time	40 minuti	I ragazzi esporranno le loro analisi rispetto alle scelte formative che hanno intenzione di fare e i formatori li aiuteranno a comprendere meglio i risultati ottenuti ed a inserire ulteriori informazioni. In questa fase verrà spiegato anche come valutare l'utilità della formazione rispetto alla futura professione a cui i ragazzi aspirano, si osserverà come la professione si compone di attività, attitudini, conoscenze, skills. Si comincerà a riflettere sul percorso da fare per poter accedere ad una professione esemplificativa (nel caso degli studenti dell'indirizzo grafico la professione scelta è quella del fotografo) legata al corso di studi superiore che stanno attualmente frequentando.
Strumento: Informarsi in rete sulle professioni: www.isfol.it	40 minuti	Continuando ad analizzare la professione presa ad esempio, verrà mostrato ai ragazzi il sito internet www.isfol.it nella sezione "fabbisogni", dove vengono raccolte e schematizzate tutte le informazioni relative alle varie professioni. Insieme ai ragazzi verranno osservati nel dettaglio i compiti e le attività specifiche per la professione presa ad esempio, con la relativa importanza e frequenza di ognuna. Si approfondirà poi il tipo di conoscenze necessarie per la professione in ordine di importanza e la complessità delle conoscenze più importanti. Si osserveranno anche le skills più rilevanti per la professione. Si spiegherà in questo modo ai ragazzi quale può essere una strategia operativa per procedere nella costruzione di un percorso formativo che permetta loro di accedere al lavoro a cui aspirano.

<p>Strumento: Le mie risorse a confronto</p>	<p>20 minuti</p>	<p>I ragazzi saranno suddivisi in gruppi composti ciascuno da 5-6 studenti. Ad ogni gruppo verrà affidato un profilo professionale legato al loro percorso di studi. La suddivisione in piccoli gruppi facilita il confronto tra di loro ma l'attività è pensata come individuale in quanto finalizzata ad individuare la distanza tra le competenze e capacità maturate e quanto richiesto dalle caratteristiche della professione stessa.</p> <p>Gli studenti avranno la possibilità di utilizzare le informazioni contenute nel sito e compileranno una scheda che permetterà loro di capire quali sono le competenze tecniche della professione, quali conoscenze e quali competenze trasversali richiede, confrontandosi con la percezione di sé e delle proprie caratteristiche (se e in che misura possiedono ciò che serve per l'esercizio della professione).</p> <p>In tal modo potranno cominciare a individuare il percorso futuro di formazione necessario alla scelta futura.</p>
<p>Plenaria</p>	<p>40 minuti</p>	<p>In questa ultima fase si ascolteranno gli esiti della compilazione delle schede e si faranno esprimere i ragazzi sulle idee che hanno e su come hanno valutato le loro competenze e conoscenze.</p> <p>Una volta condivise le proprie risorse si cercherà di individuare il percorso formativo più adatto per completare la propria formazione in vista di quella specifica professione, ricordando le opzioni presentate nella prima parte dell'atelier.</p> <p>I formatori spingeranno i ragazzi a pensare come questo metodo di analisi possa essere un percorso utile da applicare qualunque possa essere la scelta lavorativa che hanno in mente.</p>
<p>Conclusione riflessiva</p>	<p>10 minuti</p>	<p>Gli orientatori concludono l'attività evidenziando il senso del percorso attuato con gli studenti, gli obiettivi che intendevano perseguire e offrendo una lettura ex post dell'uso che i ragazzi potranno fare in futuro dell'esperienza dell'atelier.</p>

Scheda 1

La mia idea d'impresa	
L'idea imprenditoriale	
Chi può essere interessato (clienti)	
Quali competenze sono necessarie	1. 2. 3.
Tre domande per cominciare	1. 2. 3.

Scheda 2

Ragioniamo sulle nostre competenze	
Cosa ho imparato	Cosa sapevo già
Cosa mi veniva spontaneo fare	
Cosa non mi riusciva fare	
Cosa non volevo fare	

Scheda 3 Le mie risorse per...

Confronto con la professione di riferimento	
Competenze tecniche richieste dalla professione	Lo so fare?
Conoscenze richieste dalla professione	Quanto ne so?
Competenze trasversali (comunicative, organizzative, gestionali)	Lo so fare?

Scheda 4 In che modo posso applicare le mie competenze in questi settori?

Scuola
Lavoro
Tempo libero, sport, hobby
Volontariato
Casa

3. La relazione delle attività svolte

di *Simone Giusti*

L'attività di orientamento deve essere integrata alla didattica e deve trovare riscontro nelle attività curricolari. In particolare, si segnala la necessità di fare in modo che le attività di alternanza scuola-lavoro e, in generale, di qualsiasi attività che possa essere percepita dagli studenti come extracurricolare (anche quando, come nel caso dell'alternanza, formalmente deve essere considerata un'attività didattica curricolare), siano sempre relazionate e in qualche modo "rendicontate" ai docenti, e specificamente a quelli che devono esercitare la competenza "redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali".

Una competenza da costruire

Tra le competenze che ciascun alunno dovrebbe avere alla fine di un percorso di istruzione tecnica e professionale, ha un posto di rilievo "redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali". Si tratta di una competenza al cui sviluppo dovrebbero contribuire diverse discipline, tra cui, ovviamente, Lingua e letteratura italiana.

Per insegnare agli alunni a usare la scrittura occorre naturalmente lavorare sugli aspetti propriamente linguistici, ma anche sulla dimensione metacognitiva, poiché per rendere conto del proprio operato le persone devono essere in grado di gerarchizzare le informazioni e di autovalutarsi.

Per aiutare gli alunni a comprendere il valore di questa competenza e, quindi, per favorire la comprensione del collegamento tra insegnamento e apprendimento disciplinare e attività di alternanza scuola-lavoro, è utile se non fondamentale condividere una griglia di descrittori che definiscano i diversi livelli di competenza sul modello di quella fornita di seguito.

0	1	2	3
Base non raggiunto	Base	Intermedio	Avanzato
	<p>Durante le esperienze svolte (stage, laboratori, visite e sopralluoghi) osserva e raccoglie informazioni e dati essenziali (per es. fotografie, appunti, materiale informativo) allo scopo di documentare le attività. Riporta i dati in forma scritta seguendo uno schema precedentemente assegnato, con una lingua semplice e corretta, e ricorrendo alla terminologia tecnica di base.</p>	<p>Durante le esperienze svolte (stage, laboratori, visite e sopralluoghi) è in grado di osservare, selezionare e raccogliere informazioni e dati (per es. fotografie, appunti, materiale informativo e dati statistici) allo scopo di documentare le attività. Seleziona, ordina e analizza le informazioni e i dati in forma scritta, anche con il supporto di immagini (presentazione multimediale), tenendo conto delle caratteristiche del tipo testuale, con una lingua semplice e corretta, e usando un linguaggio tecnicamente esatto.</p>	<p>Durante le esperienze svolte (stage, laboratori, visite e sopralluoghi) è in grado di osservare, selezionare e raccogliere informazioni e dati (fotografie, testimonianze scritte e orali, dati statistici, ecc.) citando le fonti. Seleziona, confronta e analizza le informazioni e i dati in forma scritta, anche con il supporto di immagini (presentazione multimediale), seguendo un piano di lavoro e usando, con una lingua accurata e corretta, e usando un linguaggio tecnicamente esatto. Esprime giudizi di qualità sull'esperienza e propone miglioramenti o alternative. Propone eventuali miglioramenti.</p>

Un percorso di lingua e letteratura italiana

Gli alunni partecipano ad attività di stage programmate dal consiglio di classe, come previsto dalle *Linee guida per il passaggio al nuovo ordinamento*, secondo le quali «Lo stage, attivato preferibilmente sulla base di una convenzione tra istituzione scolastica ed impresa, consiste nel trascorrere un certo periodo di tempo all'interno di una realtà lavorativa allo scopo di verificare, integrare e rielaborare quanto appreso in aula e/o laboratorio». In particolare,

«la funzione principale degli stage e dei tirocini, propria della filiera tecnica e professionale, è quella di agevolare le scelte formative e professionali degli studenti attraverso un apprendimento fondato sull'esperienza, più o meno prolungata, in ambienti di lavoro esterni alla scuola, che possono riferirsi ad una pluralità di contesti (imprese e studi professionali, enti pubblici, enti di ricerca, associazioni di volontariato, ecc.), selezionate anche in relazione ai settori che caratterizzano i vari indirizzi di studi».

Queste attività si svolgono anche durante le ore di italiano (due settimane corrispondono a otto ore di lezione). Al fine di utilizzare a fini intenzionalmente educativi per raggiungere l'obiettivo previsto è importante incorniciare le attività di stage tra due incontri di due ore ciascuno, uno iniziale, pre-stage, e uno finale, post-stage.

Il sapere dell'esperienza

Competenza obiettivo	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
Durata del progetto	Minimo 12 ore.
Articolazione delle attività (n° incontri e loro durata)	Due incontri di 2 ore ciascuno in aula, prima e dopo un'attività di alternanza scuola-lavoro che abbia una durata minima di 8 ore.
Descrizione delle attività e istruzioni per il docente	Il docente inizia l'incontro chiedendo agli alunni di spiegare i significati della parola "esperienza" (per sollecitare gli alunni e creare un clima favorevole si può leggere un brano in cui un personaggio agisce in modo competente, come, per esempio, la storia di Mark Brown in <i>I marmocchi di Agnes Brown</i> di Brendan 'O Carroll, trad. italiana di G. Cenciarelli, Neri Pozza 2008). Poi, una volta scritti alla lavagna i principali significati emersi, assegna a ciascun alunno il compito di scrivere su un foglio almeno un esempio positivo di "persona esperta" («L'esperienza può essere intesa anche come una dote che acquista chi svolge seriamente il proprio compito professionale. È la capacità, più o meno sviluppata, di agire utilizzando un bagaglio di competenze e applicandolo con destrezza nelle diverse situazione. Conosci una persona esperta di qualcosa? Racconta e descrivi

	<p>questa persona in modo che risulti chiaro le sue capacità»). Gli alunni sono poi invitati a leggere i loro testi e a individuare gli elementi comuni, con particolare riferimento all'idea di esperienza che emerge dalla loro lettura.</p> <p>È importante che il docente focalizzi l'attenzione degli alunni sull'importanza dell'osservazione dell'esperienza altrui e che questi ultimi si preparino a affrontare il loro stage non tanto e non solo per mettere alla prova le loro competenze, quanto semmai per osservare le competenze degli altri. Prima di affrontare gli stage, quindi, al fine di migliorare la capacità di raccontare in seguito l'esperienza, gli alunni sono invitati a raccogliere testimonianze e evidenze (documenti, fotografie, appunti). Il docente può poi assegnare il compito di scrivere un diario e una relazione di stage.</p> <p>L'ultimo incontro, da tenersi dopo le due settimane di stage, ha la finalità di consentire a ciascun alunno di raccontare ciò che è accaduto durante lo stage. Affinché il contesto lavorativo divenga un ambiente di apprendimento, infatti, è importante che la persona abbia la possibilità di rendere conto di ciò che gli accade, di raccontarlo a se stesso e agli altri, appropriandosi, attraverso il linguaggio, del proprio vissuto. Per facilitare il compito, il docente assegna un compito preciso, che prevede che ciascun alunno individui tra i tanti fatti accaduti un solo momento ritenuto particolarmente significativo perché egli stesso è riuscito a svolgere un compito assegnato in modo soddisfacente o, in alternativa, perché ha visto qualcuno degli esperti incontrati fare qualcosa di analogo.</p> <p>Una volta individuato l'episodio da raccontare, gli alunni devono scrivere un breve testo sul modello dell'intervista S.T.A.R. (Situation Task Action Result): nella prima parte va illustrato il contesto in cui ci si trovava (situation), poi si deve descrivere il compito esatto che era stato assegnato (task), spiegare come è stato affrontato il compito (action) e discutere i risultati delle proprie azioni, riportando eventuali riconoscimenti ricevuti (result). È possibile che non tutti gli alunni riescano a svolgere l'esercizio, tuttavia è importante che almeno qualcuno riesca a farlo e che, dopo circa 10-15 minuti di lavoro individuale, inizi una condivisione dei risultati in piccoli gruppi di 3-4 alunni. Da ciascun gruppo deve uscire un racconto selezionato in base alla sua rappresentatività («Si vede davvero che quella cosa è stata fatta bene? È un'esperienza che dimostra una competenza?»).</p>
--	--

Una prova di verifica

Per verificare i livelli di competenza è possibile usare la seguente prova.

Disciplina	Lingua e letteratura italiana
Competenza obiettivo	Redigere relazioni tecniche e documentare le attività individuali e di gruppo relative a situazioni professionali.
Descrizione della prova da sostenere (simulazione di una performance)	La prova ha una durata di 3 ore. Durante la prima ora il valutatore fa svolgere agli alunni un lavoro di gruppo. È importante che l'attività sia gestita in modo rigoroso e che le istruzioni siano fornite solo oralmente. Alla fine dell'attività il docente-valutatore assegna il compito di scrivere una breve relazione che descriva l'attività svolta in modo schematico e completo, fornendo in conclusione un'opinione personale sugli esiti e sulla sua trasferibilità in altri contesti.
Indicatori	<ul style="list-style-type: none"> - Organizzazione del testo (ordine delle informazioni, struttura della relazione); - Esattezza ed esaustività delle informazioni; - Qualità dell'argomentazione personale.

Una dispensa sulla relazione

Al fine di favorire l'acquisizione di conoscenze fondamentali alla realizzazione e alla revisione di una relazione scritta, è importante fornire agli alunni materiali didattici. Di seguito si dà un esempio di dispensa.

La relazione scritta

La relazione è un testo che espone in modo impersonale informazioni e dati a proposito di un argomento studiato o di un'esperienza svolta nell'ambito dello studio o del lavoro.

Esistono vari tipi di relazione. A seconda dell'ambito e della funzione si distinguono:

- **relazioni compilative**, che riordinano materiali preesistenti, come
 - le schede di presentazione;
 - le ricerche;
 - le tesine.
- **relazioni di attività**, che riferiscono esperienze effettuate, come
 - un esperimento scientifico;
 - uno *stage* aziendale;
 - un progetto o un'attività svolta;
 - un'indagine condotta attraverso interviste o questionari.

La relazione generalmente viene compilata in forma **scritta**, ma può essere anche esposta oralmente sulla base di una scaletta o con l'aiuto di **diapositive** (*slide-show*).

Dalla strategia comunicativa alla revisione

Come per qualsiasi altro tipo di testo, anche il lavoro di scrittura di una relazione richiede un'articolazione in fasi.

1. Definizione della strategia - Consiste nell'analisi della situazione comunicativa e definizione del destinatario, quindi dello scopo, del genere testuale, del registro linguistico e dell'argomento;
2. Ricerca delle idee - Ricerca e selezione dei contenuti sui quali costruire il testo;
3. Pianificazione del testo - Organizzazione delle idee in una scaletta;
4. Stesura del testo - Scrittura del testo così come è stato pianificato;
5. Revisione - Rilettura e correzione del testo.

Nel caso della relazione, la ricerca delle idee può richiedere la capacità di effettuare ricerche su internet e su testi di vario tipo (enciclopedie, testi scolastici, saggi, riviste...) oppure di utilizzare specifici strumenti per la raccolta delle informazioni (diari di bordo, questionari, interviste).

La situazione comunicativa e la strategia: chi scrive e chi legge la relazione

La relazione ha due finalità fondamentali:

- rendere conto a qualcuno di un lavoro o di uno studio svolto;
- esporre informazioni e dati acquisiti attraverso lo studio o l'esperienza diretta.

La relazione, quindi, ha sempre un destinatario che può essere facilmente individuato.

In ambito scolastico, la relazione è elaborata da uno studente che deve dimostrare al docente di aver studiato un determinato argomento, svolto un'indagine o compiuto un esperimento ecc.

In ambito professionale, la relazione è elaborata da un lavoratore che deve dimo-

strare alla propria organizzazione di aver portato a termine un progetto (o una delle fasi del progetto) o una determinata esperienza lavorativa.

Il destinatario della relazione, generalmente, si aspetta che il testo elaborato abbia alcune caratteristiche fondamentali:

- l'oggetto principale della relazione deve essere definito chiaramente fin dal titolo e dall'introduzione, dai quali si deve capire di che cosa tratta la relazione esattamente;
- le informazioni sono esposte in modo impersonale, senza che vengano espressi giudizi o opinioni personali;
- le informazioni sono esposte in modo schematico e ordinato;
- le fonti delle informazioni sono indicate in modo preciso;
- le frasi sono semplici, brevi e ben collegate tra loro;
- il lessico è chiaro, facilmente comprensibile e, quando occorre, tecnicamente preciso.

Come è strutturata una relazione

La relazione solitamente è strutturata nel seguente modo:

- **Titolo e eventuale sottotitolo** - è l'etichetta della relazione. Deve essere in grado di far capire subito l'argomento trattato o l'attività esposta (ad es. *Il mercato azionario: le regole e il funzionamento*; oppure *Indagine sulla presenza di alunni non italiani nella scuola...*).
- **Introduzione** - Una o due frasi di riassunto del contenuto e degli scopi della relazione.
- **Corpo centrale** - Testo principalmente di tipo espositivo (ma può essere, specialmente nel caso della relazione di un'attività, anche narrativo o descrittivo) che fornisce tutte le informazioni necessarie.
- **Conclusioni** - Riepilogo sintetico del contenuto della relazione.
- **Riferimenti bibliografici e sitografici** - Elenco delle fonti utilizzate per raccogliere i dati e le informazioni.
- **Allegati** (facoltativi) - schemi, tabelle, grafici, fotografie o altri materiali ritenuti utili a illustrare i dati e le informazioni presentate nel corpo centrale.

Ciascun differente tipo di relazione presenta caratteristiche peculiari.

La ricerca e la tesina

La ricerca e la tesina sono utilizzate in ambito scolastico con la finalità di favorire lo studio autonomo di determinati argomenti (ricerca), oppure per verificare la conoscenza degli argomenti studiati e la capacità di rielaborare in modo critico i contenuti (tesina).

Entrambi i tipi di testo sono relazioni, in quanto si basano sul riordino di informazioni raccolte attraverso lo studio e la selezione di materiali documentari preesistenti. Solitamente, inoltre, nella scrittura di ricerche e tesine non è richiesto di inserire opinioni personali o di dimostrare particolari tesi, come in un testo argomentativo.

Per elaborare una ricerca o una tesina è fondamentale innanzitutto, nella fase di ricerca delle idee, individuare le principali fonti di informazione da consultare

(manuali scolastici, enciclopedie, riviste, quotidiani, siti internet, ecc.). La ricerca viene condotta attraverso la consultazione e la lettura delle fonti, che possono essere sottolineate, ricopiate e rielaborate sotto forma di appunti, schemi, riassunti, ecc.

La relazione di un esperimento scientifico

L'esperimento scientifico è un'attività didattica utilizzata a scuola per favorire l'apprendimento di concetti scientifici (fisica, chimica, biologia, ecc.) e per stimolare l'acquisizione della capacità di risolvere problemi, di lavorare in gruppo, ecc.

Durante l'esperimento, in vista della scrittura della relazione finale, è importante:

- aver chiaro l'obiettivo dell'esperimento (il "compito" assegnato);
- prestare attenzione alle diverse fasi dell'esperimento;
- prendere appunti su ciò che si fa e su ciò che accade;
- trascrivere i dati quantitativi e le informazioni raccolte.

In fase di pianificazione è fondamentale prevedere che il testo contenga i seguenti elementi:

1. Introduzione - Esposizione delle informazioni essenziali sugli autori dell'esperimento (chi?), sull'oggetto principale dell'esperimento (che cosa?), sulla motivazione (perché?), sul luogo (dove?) e i tempi (quando?) dell'esperimento, sulla procedura seguita (come?).
2. Corpo centrale - Esposizione dettagliata del problema e dell'ipotesi di verificare e della metodologia utilizzata. È importante articolare l'esperienza condotta in fasi.
3. Conclusioni - Valutazione dei risultati.

La relazione di stage o di alternanza scuola-lavoro

Lo stage aziendale è un'esperienza di lavoro condotta in un'azienda allo scopo di favorire la conoscenza del mondo del lavoro e di sviluppare capacità di orientamento.

Durante lo stage, in vista della scrittura della relazione finale, è importante:

- aver chiara la missione dell'azienda (che cosa produce, quali servizi offre, a chi, ecc.);
- prestare attenzione ai compiti di volta in volta assegnati;
- prestare attenzione ai ruoli e alle funzioni delle persone con cui si entra in contatto;
- prendere appunti di giorno in giorno su ciò che si fa e su ciò che accade (diario di bordo);
- raccogliere eventuali materiali informativi (depliant, opuscoli ecc.).

In fase di pianificazione è fondamentale prevedere che il testo contenga i seguenti elementi:

1. Introduzione - Esposizione delle informazioni essenziali sull'azienda ospitante, sul ruolo assegnato, sugli scopi, i tempi e i luoghi di svolgimento dello stage.
2. Corpo centrale - Esposizione dettagliata delle attività svolte, dei problemi incontrati, degli strumenti e materiali utilizzati ecc. È importante illustrare gli obiettivi raggiunti e le conoscenze e competenze sviluppate.
3. Conclusioni - Valutazione generale dell'esperienza e dei risultati conseguiti.

La relazione di una visita di istruzione

La visita di istruzione viene compiuta allo scopo di far acquisire particolari conoscenze attraverso un'esperienza diretta (una visita guidata al museo, una gita, un'escurione, ecc.).

Durante la visita, in vista della scrittura della relazione finale, è importante:

- aver chiaro l'obiettivo della visita d'istruzione (che cosa si aspetta l'insegnante);
- prendere appunti su ciò che si fa e su ciò che accade (diario di bordo);
- trascrivere gli eventuali dati quantitativi e le informazioni raccolte;
- raccogliere materiali informativi (depliant, opuscoli, carte geografiche, biglietti ecc.);
- documentare con fotografie, disegni, audiovisivi ecc.

In fase di pianificazione è fondamentale prevedere che il testo contenga i seguenti elementi:

1. Introduzione - Esposizione delle informazioni essenziali sui tempi e luoghi di svolgimento, sui partecipanti e gli accompagnatori, sugli obiettivi didattici della visita.
2. Corpo centrale - Esposizione dettagliata dell'itinerario percorso, delle attività svolte, delle persone incontrate, di eventuali monumenti o luoghi di maggior rilievo, degli eventuali problemi ecc.
3. Conclusioni - Valutazione generale dell'esperienza e dei risultati conseguiti.

La relazione di un'indagine condotta attraverso interviste o questionari

Oltre alle ricerche e tesine compilative, che si basano sullo studio di materiali preesistenti, esistono ricerche e tesine che si basano su un'indagine originale, condotta attraverso interviste o questionari sottoposti a un campione significativo di persone ritenute rappresentative di un determinato gruppo sociale, professionale, ecc. Quando si conduce un'indagine in ambito professionale (ad es. nel lavoro sociologico, statistico, ecc.) è necessario tener conto di principi scientifici complessi. Nel caso di un'attività didattica si tiene conto del fatto che si tratta di una simulazione e si tende a semplificare l'intera procedura.

Per qualunque indagine, comunque, la ricerca delle idee riveste un'importanza straordinaria e richiede di prestare attenzione ad alcune regole e indicazioni operative.

Durante la fase di ricerca delle idee è importante:

- individuare l'argomento dell'indagine e l'ipotesi da sottoporre a verifica;
- individuare un campione di persone da sottoporre all'indagine;
- individuare e preparare gli strumenti di indagine
 - Interviste
 - Questionari

Una volta raccolti i risultati delle interviste e dei questionari, occorre estrapolare le informazioni e i dati. In fase di pianificazione è fondamentale prevedere che il testo contenga i seguenti elementi:

1. Introduzione - Esposizione delle informazioni essenziali sulla finalità dell'indagine, sull'ipotesi sottoposta a verifica (che cosa si intendeva verificare?), sulla metodologia e gli strumenti utilizzati, sul luogo e i tempi di indagine.

2. Corpo centrale - Esposizione dettagliata dei dati acquisiti, anche attraverso grafici e tabelle. Analisi e interpretazione dei dati in relazione all'ipotesi.
3. Conclusioni - Valutazione generale dell'esperienza e dei risultati conseguiti.

La stesura e la revisione di una relazione

Al momento della stesura di una relazione, sia essa compilativa (ricerche scolastiche, tesine) o di attività (relazione di stage, di un esperimento scientifico, di una visita d'istruzione o di un'indagine condotta con interviste e questionari), è necessario avere sul tavolo da lavoro o sulla scrivania del computer i risultati delle precedenti fasi del processo di scrittura: la strategia comunicativa, la documentazione raccolta durante la fase di ricerca delle idee e la scaletta elaborata durante la fase di pianificazione.

La scaletta di una relazione

La scaletta di una relazione dovrebbe avere la seguente struttura:

- Titolo e eventuale sottotitolo;
- Introduzione;
- Corpo centrale;
- Conclusioni e riferimenti bibliografici.

A partire dalla scaletta, e tenendo conto dei vincoli e delle risorse a disposizione, è quindi possibile iniziare la fase di stesura.

La gestione del tempo e degli strumenti

La stesura di una relazione può avvenire in varie situazioni e può essere quindi gestita in una molteplicità di modi. Di solito il processo di scrittura di una relazione non è sottoposto a vincoli precisi. Ciascuno può organizzare il tempo e lo spazio di lavoro in modo autonomo. Ci sono dei tipi di relazione, come, ad esempio, la tesina, che possono richiedere un lavoro lungo, da distribuire necessariamente in più sessioni di scrittura. Ci sono altresì tipi di relazione, come la ricerca di studio o la relazione di stage, che possono essere scritte in un'unica sessione di lavoro di poche ore.

Trattandosi di un testo piuttosto formale, che ha lo scopo di rendere conto a qualcuno di un lavoro, di uno studio o di una ricerca svolta, di solito viene redatto in formato elettronico, sul pc personale o di lavoro.

La scelta della lingua da utilizzare

La relazione solitamente è destinata a dei lettori che sono interessati ad avere informazioni chiare e ordinate. È opportuno dunque usare frasi brevi e schematiche, con una sintassi prevalentemente paratattica. Le frasi possono essere organizzate in paragrafi piuttosto brevi, che, per aggiungere ulteriore chiarezza e schematicità al testo, possono essere dotati di un titolo. I paragrafi devono essere ben collegati tra di loro, in modo da formare un testo coeso e coerente.

Il lessico deve essere chiaro, facilmente comprensibile e tecnicamente preciso allo stesso tempo.

Il registro linguistico deve essere formale:

- evitare le forme e i costrutti del linguaggio parlato;
- rispettare le regole grammaticali;
- utilizzare un lessico specialistico tipico della disciplina affrontata.

Laddove è possibile, è opportuno esporre i dati e le informazioni facendo ricorso a liste, tabelle o schemi.

Scrivere i paragrafi

Una volta preparati i materiali e definite le scelte linguistiche, la stesura del testo può cominciare dalla scrittura del corpo centrale della relazione, lasciando alla fine la scrittura delle conclusioni e dell'introduzione. La scrittura, a questo punto, può procedere sviluppando punto per punto quanto pianificato nella scaletta.

È importante affrontare la scrittura in modo graduale, una frase alla volta, focalizzando l'attenzione sulla realizzazione di un paragrafo, cioè di una porzione di testo compresa tra due a capo, caratterizzata da una unitarietà di significato (tratta una sola idea centrale o dominante) e da una certa autonomia dai paragrafi precedenti e successivi, ai quali deve essere comunque connesso.

L'idea centrale del paragrafo può essere espressa attraverso una frase tematica (*topic sentence*), detta anche frase-regista, che deve essere in grado di introdurre chiaramente l'argomento e di dare un'organizzazione al paragrafo.

La frase tematica presenta caratteristiche diverse a seconda del tipo di paragrafo.

Paragrafo per enumerazione - La frase tematica introduce e sintetizza una serie di elementi che poi verranno ripresi e sviluppati nel paragrafo.

"Ci sono almeno due itinerari per raggiungere Firenze da Roma in auto: lungo la via Cassia o lungo l'Autostrada del Sole. La via Cassia..."

Paragrafo per narrazione - La frase tematica dà un'informazione che sarà sviluppata narrativamente, seguendo quindi un ordine cronologico.

"La prima guerra mondiale è iniziata nel 1914 e si è conclusa nel 1918. L'inizio della guerra è stato causato..."

Paragrafo per confronto e contrasto - la frase tematica presenta due argomenti tra loro in contrapposizione, i quali poi vengono sviluppati nel paragrafo.

"Andare in bicicletta può presentare dei pro e dei contro. La bicicletta, infatti, è molto comoda per..."

Paragrafo per esemplificazione - La frase tematica fornisce un'informazione o afferma un'ipotesi che sarà illustrata nel paragrafo per mezzo di uno o più esempi.

"Fare esperimenti con l'acido cloridrico può essere molto pericoloso. Durante l'esperimento condotto in laboratorio il giorno..., ad esempio..."

Paragrafo per descrizione - La frase tematica presenta in modo generico una persona, un ambiente o un oggetto che il paragrafo descriverà in modo compiuto.

"Il laboratorio di chimica della scuola è dotato delle attrezzature di base. Entrando, si trovano i tavoli..."

Paragrafo per problematizzazione o argomentazione - La frase tematica fa un'affermazione che poi viene sviluppata logicamente nel paragrafo fino ad arrivare ad una conclusione.

"Fumare provoca dei danni alla salute. Non soltanto perché prova un aumento delle malattie..."

Citare le fonti

Un tipo di paragrafo tipico della relazione è il paragrafo che contiene una citazione. Di solito la citazione è introdotta da una frase tematica che presuppone che di seguito venga riportato un brano tratto da una fonte (*Uno dei più grandi storici del Novecento, Eric Hobsbawn, ha espresso un giudizio complessivo sulla prima guerra mondiale: "...").*

Le citazioni, riportate tra virgolette, devono essere sempre precedute o seguite dall'indicazione esatta della fonte. L'indicazione della fonte può essere citata in forma abbreviata, rinviando all'indicazione completa contenuta nei **Riferimenti bibliografici** inseriti alla fine della relazione. Esistono molti modi per scrivere una bibliografia. Di seguito si riporta un esempio.

Citazione con indicazione bibliografica abbreviata:

"Il genere umano è sopravvissuto. Tuttavia il grande edificio della civiltà ottocentesca crollò tra le fiamme della guerra mondiale e i suoi pilastri rovinarono al suolo." Hobsbawn (1995).

Riferimenti bibliografici

Hobsbawn, Eric (1995). *Il secolo breve*. Rizzoli: Milano.

Scrivere paragrafi coesi

La coesione di un paragrafo, cioè la sua unitarietà e compattezza, si ottiene attraverso il collegamento delle parti che lo compongono. In particolare, per ottenere un testo coeso è importante prestare attenzione ad alcune sue caratteristiche grammaticali.

- **Desinenze e concordanze** - Rispetto della concordanza del genere e del numero delle parole (per esempio, tra articolo, nome, pronomi e aggettivo). Rispetto della concordanza del genere e del numero tra soggetto e predicato.
- **Verbi** - Mantenere costanti i tempi verbali, evitando sbalzi cronologici. Verificare la concordanza di modi e tempi tra proposizione principale e subordinata.
- **Pronomi e aggettivi** - Usare pronomi e aggettivi dimostrativi e possessivi in sostituzione di nomi usati in precedenza.
- **Connettivi** - Utilizzare i connettivi (coniunzioni, avverbi e locuzioni avverbiali) che esprimono il legame logico tra parole o frasi di un paragrafo.

Connettere i paragrafi

Per ottenere un testo coerente è fondamentale che i paragrafi, pur rimanendo dotati di una loro autonomia e unitarietà, siano strettamente connessi. Per collegare tra di loro i paragrafi è importante che la scaletta segua un ordine ben definito e che i paragrafi siano dunque organizzati secondo un criterio preciso. Inoltre, è fondata-

tale che vengano utilizzati dei connettivi in grado di esplicitare il tipo di legame che intercorre tra un paragrafo e l'altro.

Tipo di relazione	Connettivi
Presentare una conseguenza	così - allora - quindi
Precisare in che modo	come - nel modo in cui
Concludere, tirare le somme	in conclusione - tirando le somme - quindi in definitiva
Stabilire uno scopo	perché - per - al fine di - affinché - allo scopo di
Stabilire una gerarchia	anzitutto - prima di tutto - in primo luogo - soprattutto
Stabilire le cause	perché - poiché
Definire e spiegare	cioè - vale a dire - ossia - in altre parole
Aggiungere nuove informazioni o dati	inoltre - ancora
Dare indicazioni sul tempo	quando - prima di - dopo che - mentre - durante - ogni volta che
Dare indicazioni di luogo	qui - lì - sopra - sotto a destra - a sinistra - in basso - in alto - altrove
Presentare un'obiezione	ma - però - tuttavia - nondimeno
Stabilire un parallelo o una contrapposizione	d'altra parte - sia che... sia che... - quanto ... tanto - così come
Indicare lo sviluppo di un'esposizione	come abbiamo già visto - come tratteremo più avanti
Fare un confronto	similmente - allo stesso modo - al contrario - invece - piuttosto che

I connettivi, dal punto di vista grammaticale, sono tutte quelle parole o espressioni che hanno la funzione di “collegare”:

- le preposizioni;
- le congiunzioni;
- gli avverbi;
- le locuzioni avverbiali;
- i verbi;
- espressioni composte.

In base alle relazioni logiche che si instaurano tra le parti del testo, si possono individuare diversi tipi di connettivi:

La stesura delle conclusioni e dell'introduzione

Dopo aver scritto il corpo centrale del testo, l'estensore della relazione può scrivere le conclusioni e, infine, l'introduzione. Le conclusioni contengono un riepilogo sintetico dell'argomento trattato, accompagnato da un eventuale interpretazione dei dati (nel caso di una relazione di attività). Le conclusioni devono contenere anche i *Riferimenti bibliografici* con le indicazioni delle fonti utilizzate. L'introduzione ha lo scopo di fornire al lettore, con uno o due paragrafi, un'idea complessiva del contenuto della relazione e della sua motivazione, degli obiettivi, del destinatario, ecc.

Se previsto, è possibile a questo punto raccogliere e elencare gli eventuali allegati utili a completare la relazione: tabelle, schemi, fotografie, fotocopie, cd-rom, ecc.

La revisione del testo

È il momento della riflessione sul lavoro svolto attraverso la rilettura del risultato della prima stesura. Per questo è importante, prima di affrontare la revisione del testo, riposarsi qualche minuto. Poi, si può seguire la seguente procedura:

1. lettura globale del testo;
2. rilettura della consegna della prova e verifica del rispetto delle richieste e delle istruzioni;
3. rilettura e correzione puntuale del testo.

Per quest'ultima operazione è possibile porsi alcune domande (check list):

4. Il testo tiene conto delle strategie indicate?
5. I punti della scaletta sono stati sviluppati?
6. I paragrafi sono collegati tra di loro?
7. Ci sono informazioni superflue rispetto alla consegna e alla scaletta?
8. Il registro linguistico è adeguato?
9. I tempi verbali sono coerenti?
10. La punteggiatura è usata correttamente?
11. Ci sono errori di ortografia?

Anche in questa fase risulta utile la consultazione del dizionario, che può servire tra l'altro a risolvere dubbi sull'ortografia di alcune parole.



QUESTO VOLUME, SPROVVISTO DI TALLONCINO A FRONTE (O OPPORTUNAMENTE PUNZONATO O ALTRIMENTI CONTRASSEGNAO), È DA CONSIDERARSI COPIA DI SAGGIO - CAMPIONE GRATUITO, FUORI COMMERCIO (VENDITA E ALTRI ATTI DI DISPOSIZIONE VIETATI: ART. 21, L.D.A.). ESCLUSO DA I.V.A. (DPR 26-10-1972, N.633, ART. 2, 3° COMMA, LETT. D.). ESENTE DA DOCUMENTO DI TRASPORTO.

Social Media School

Strumenti didattici per la valorizzazione dell'istruzione tecnica e professionale

Il volume raccoglie, commenta e contestualizza le metodologie e gli strumenti usati e sviluppati nel progetto SMS - *Social Media School*. Si tratta di un manuale operativo rivolto agli insegnanti, ai formatori e agli orientatori che si occupano di IFP (Istruzione e Formazione Professionale), di alternanza scuola-lavoro e di didattica laboratoriale.

Nello specifico, il libro affronta il tema delle ICT alla luce delle più recenti ricerche internazionali e nazionali, mettendo in evidenza il ruolo fondamentale del *blended learning* nei processi di apprendimento, anche ai fini di garantire percorsi sostenibili.

Con contributi di Matteo Arrighi, Andrea Caldelli, Fabio Pietro Corti, Daniela Giovannini, Simone Giusti, Marco Milaneschi, Alessandra Nesti e Annachiara Scalerà.

Alessandra Nesti, traduttrice e redattrice, coordina il progetto de «La ricerca» (sito, rivista cartacea e social) e cura le collane di *Quaderni della Ricerca* e di *QdR/Didattica e letteratura*.

GRATUITO

3842

SOCIAL MEDIA SCHOOL

