

NUCLEO FONDANTE: SVILUPPO SOSTENIBILE

Titolo	SAPERE CONSUMARE
Compito significativo	Realizzazione di un prodotto multimediale o di una brochure.
Competenze chiave per l'apprendimento permanente	Traguardi per lo sviluppo delle competenze specifiche di Sviluppo sostenibile
<input type="checkbox"/> COMUNICARE NELLA MADRELINGUA <input type="checkbox"/> COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA <input type="checkbox"/> COMPETENZA MATEMATICA E COMPETENZA DI BASE IN SCIENZE E TECNOLOGIA <input type="checkbox"/> COMPETENZA DIGITALE <input type="checkbox"/> IMPARARE AD IMPARARE <input type="checkbox"/> COMPETENZE SOCIALI E CIVICHE <input type="checkbox"/> SPIRITO D'INIZIATIVA E IMPRENDITORIALITÀ <input type="checkbox"/> CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE	<p>Comprende la necessità di uno sviluppo equo e sostenibile, rispettoso dell'ecosistema, nonché di un utilizzo consapevole delle risorse ambientali.</p> <p>Promuove il rispetto verso gli altri, l'ambiente e la natura e sa riconoscere gli effetti del degrado e dell'incuria.</p> <p>Sa riconoscere le fonti energetiche e promuove un atteggiamento critico e razionale nel loro utilizzo e sa classificare i rifiuti, sviluppandone l'attività di riciclaggio.</p> <p>Promuove la scelta di modi di vivere inclusivi e rispettosi dei diritti fondamentali delle persone, primi fra tutti la salute, il benessere psico-fisico, la sicurezza alimentare, l'uguaglianza tra soggetti, il lavoro dignitoso, un'istruzione di qualità, la tutela dei patrimoni materiali e immateriali delle comunità.</p>
Abilità specifiche	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere uno sviluppo equo e sostenibile, rispettoso dell'ecosistema. • Promuovere un utilizzo consapevole delle risorse ambientali. • Promuovere il rispetto verso gli altri, l'ambiente e la natura. • Riconoscere gli effetti del degrado e dell'incuria. • Riconoscere le fonti energetiche. • Promuovere un atteggiamento critico e razionale nel loro utilizzo. • Classificare i rifiuti • Promuovere l'attività di riciclaggio. 	<p>Tutela dei patrimoni materiali e immateriali delle comunità</p> <p>Educazione alla salute e al benessere</p> <p>Educazione alimentare</p> <p>Educazione ambientale</p>

Alunni destinatari	Alunni classi seconde
Discipline coinvolte	Tutte le discipline
Tempi (Tempi di attuazione in periodi dell'anno)	PRIMO e SECONDO quadrimestre
Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • Lezione frontale e partecipata (anche con l'uso della Lim) • Lezione multimediale • Cooperative learning • Brainstorming • Peer education • Flipped classroom • Didattica laboratoriale

Strumenti e spazi	<ul style="list-style-type: none"> • Libri di testo in adozione • Materiale di consultazione (articoli di giornali anche sportivi, brani della tradizione del Sud Italia, ecc.) • Materiale fornito dall'insegnante (fotocopie, slide ecc.) • Album da disegno, tele, matite colorate, acquerelli, acrilici, tempere • Supporti multimediali e strumenti musicali • Film e documentari • Lim • Computer, tablet, smartphone • Aule • Laboratori • Stampante 3D food
Risorse umane Interne	Tutti i docenti di classe
Verifica	La verifica del livello di acquisizione delle conoscenze e delle abilità previste per gli obiettivi formativi mediante osservazioni, prove, test e la realizzazione del prodotto finale.
Valutazione	Si farà riferimento alla tabella di valutazione per presente nel Diario della valutazione dell'istituto.

OBIETTIVI MINIMI	MODALITA' DI RECUPERO
<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere un utilizzo delle risorse ambientali. • Promuovere il rispetto verso gli altri, l'ambiente e la natura. • Riconoscere le principali fonti energetiche. • Classificare i rifiuti • Promuovere l'attività di riciclaggio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Studio assistito in classe sotto la guida del docente • Semplificazione dei contenuti attraverso schemi e tabelle • Reiterazione degli interventi didattici personalizzati e individualizzati • Lezioni a piccoli gruppi (peer to peer) • Assegnazione di esercizi a crescente livello di difficoltà

Suddivisione monte ore per disciplina			
Disciplina	I quadrimestre	II quadrimestre	TOTALE
	n° ore	n° ore	n° ore
ITALIANO	2	2	4
INGLESE	2	2	4
FRANCESE/SPAGNOLO	2	2	4
STORIA	2	2	4

GEOGRAFIA	2	2	4
MATEMATICA	1	1	2
SCIENZE	2	2	4
TECNOLOGIA	1	1	2
ARTE E IMMAGINE	1	1	2
MUSICA	1	1	2
ED. FISICA	1	1	2
RELIGIONE	1	1	2
TOTALE			36

NUNITÀ DI APPRENDIMENTO EDUCAZIONE CIVICA classe TERZA

Titolo	LA VOCE DELLA COSTITUZIONE
Compito significativo	Realizzare un breve video che illustri la tutela della libertà e dei diritti dei cittadini in uno o più ambiti della vita quotidiana, facendo riferimento anche ai loro doveri.
Competenze chiave per l'apprendimento permanente	Traguardi per lo sviluppo delle competenze specifiche di Costituzione
<input type="checkbox"/> COMUNICARE NELLA MADRELINGUA <input type="checkbox"/> COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA <input type="checkbox"/> COMPETENZA MATEMATICA E COMPETENZA DI BASE IN SCIENZE E TECNOLOGIA <input type="checkbox"/> COMPETENZA DIGITALE <input type="checkbox"/> IMPARARE AD IMPARARE <input type="checkbox"/> COMPETENZE SOCIALI E CIVICHE <input type="checkbox"/> SPIRITO D'INIZIATIVA E IMPRENDITORIALITÀ <input type="checkbox"/> CONSAPEVOLEZZA ED ESPRESSIONE CULTURALE	<p>È consapevole che i principi di solidarietà, uguaglianza e rispetto della diversità sono i pilastri che sorreggono la convivenza civile e favoriscono la costruzione di un futuro equo e sostenibile.</p> <p>Promuove società pacifiche e inclusive ai fini dello sviluppo sostenibile, fornendo l'accesso universale alla giustizia.</p> <p>Promuove i valori sanciti e tutelati nella Costituzione della Repubblica italiana.</p>
Abilità specifiche	Conoscenze
<ul style="list-style-type: none"> • Cogliere i principi di solidarietà, uguaglianza e rispetto della diversità che sono i pilastri che sorreggono la convivenza civile e favoriscono la costruzione di un futuro equo e sostenibile. • Riconoscere società pacifiche e inclusive ai fini dello sviluppo sostenibile, fornendo l'accesso universale alla giustizia. • Individuare, nel testo della Costituzione, l'affermazione dei diritti fondamentali delle persone; i principi di eguaglianza sostanziale, solidarietà, mutualismo, responsabilità sociale e le implicazioni nella vita quotidiana e nelle relazioni con gli altri. • Conoscere i valori sanciti e tutelati nella Costituzione della Repubblica italiana. 	<p>Concetti di: diritto/dovere; solidarietà/mutualismo; responsabilità sociale; eguaglianza/pari opportunità</p> <p>La struttura della Costituzione italiana, il contenuto dei principi fondamentali, la previsione generale della prima e della seconda parte; il contenuto di specifici articoli in relazione a temi e problemi affrontati</p>

Aluni destinatari	Aluni classi terze
Discipline coinvolte	Tutte le discipline
Tempi (Tempi di attuazione in periodi dell'anno)	PRIMO e SECONDO quadrimestre

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> ● Lezione frontale e partecipata (anche con l'uso della Lim) ● Lezione multimediale ● Cooperative learning ● Brainstorming ● Peer education ● Flipped classroom ● Didattica laboratoriale
Strumenti e spazi	<ul style="list-style-type: none"> ● Libri di testo in adozione ● Materiale di consultazione (articoli di giornali anche sportivi, brani della tradizione del Sud Italia, ecc.) ● Materiale fornito dall'insegnante (fotocopie, slide ecc.) ● Album da disegno, tele, matite colorate, acquerelli, acrilici, tempere ● Supporti multimediali e strumenti musicali ● Film e documentari ● Lim ● Computer, tablet, smartphone ● Aule ● Laboratori ● Stampante 3D
Risorse umane Interne	Tutti i docenti di classe
Verifica	La verifica del livello di acquisizione delle conoscenze e delle abilità previste per gli obiettivi formativi mediante osservazioni, prove, test e la realizzazione del prodotto finale.
Valutazione	Si farà riferimento alla tabella di valutazione per presente nel Diario della valutazione dell'istituto.

OBIETTIVI MINIMI	MODALITA' DI RECUPERO
<ul style="list-style-type: none"> ● Cogliere i principi di solidarietà, uguaglianza e rispetto della diversità. ● Riconoscere società pacifiche e inclusive. ● Individuare, nel testo della Costituzione, l'affermazione dei diritti fondamentali. ● Conoscere i principali valori sanciti e tutelati nella Costituzione della Repubblica italiana. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Studio assistito in classe sotto la guida del docente ● Semplificazione dei contenuti attraverso schemi e tabelle ● Reiterazione degli interventi didattici personalizzati e individualizzati ● Lezioni a piccoli gruppi (peer to peer) ● Assegnazione di esercizi a crescente livello di difficoltà

Suddivisione monte ore per disciplina			
Disciplina	I quadrimestre	II quadrimestre	TOTALE
	n° ore	n° ore	n° ore
ITALIANO	2	2	4
INGLESE	2	2	4
FRANCESE/SPAGNOLO	2	2	4
STORIA	2	2	4
GEOGRAFIA	2	2	4
MATEMATICA	1	1	2
SCIENZE	1	1	2
TECNOLOGIA	1	1	2
ARTE E IMMAGINE	1	1	2
MUSICA	1	1	2
ED. FISICA	1	1	2
RELIGIONE	1	1	2
TOTALE			34



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

INTRODUZIONE

È un progetto interdisciplinare che si propone di potenziare la cittadinanza digitale e orientare le nuove generazioni a un modello di consumo circolare in una società più innovativa, sostenibile ed equa.

È un progetto di “Educazione all’uso del digitale per un consumo consapevole e responsabile” promosso e finanziato dal Ministero dello sviluppo economico (ora Ministero delle Imprese e del Made in Italy), in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione (ora Ministero dell’Istruzione e del Merito) all’interno di un protocollo di intesa.

TEMA: Consumo sostenibile

Condividere, riciclare e riutilizzare, rigenerare e trasformare i materiali, riducendo al minimo i rifiuti e valorizzando gli scarti: questo è l’impegno richiesto a ciascuno per assicurare nuovi cicli di vita ai prodotti.

Negli ultimi 50 anni, il pianeta ha registrato il duplicarsi della popolazione, il triplicarsi dell’estrazione di materiali e il quadruplicarsi del PIL.

Un ritmo di crescita e di sfruttamento delle risorse sempre meno gestibile, specie con il modello di economia lineare adottato finora.

Al 1987 risale il rapporto della Commissione Mondiale su Ambiente e Sviluppo, conosciuto come Rapporto Brundtland, dal nome del Primo Ministro norvegese che l’ha presieduta, che tenta di avviare un modo nuovo di pensare l’utilizzo delle risorse naturali, dichiarando che: “Esiste un chiaro legame tra i problemi ambientali e la distribuzione della ricchezza e delle povertà nel mondo”.

Il nuovo secolo chiama alla transizione verde, ovvero a un progredire che salvaguardi l’ecosistema e il futuro delle prossime generazioni, e la prima risposta viene dalla visione promossa anche nelle politiche nazionali ed internazionali, prime fra tutte l’Agenda 2030 e il Piano d’Azione Europeo per l’Economia Circolare. L’invito è a un contributo collettivo per attuare un nuovo modello di economia circolare e di consumo sostenibile basato sulla maggiore consapevolezza di chi si riconosce come cittadina consumatrice e cittadino consumatore.

L’introduzione di un’economia circolare mira a raggiungere un nuovo paradigma di consumo che non dismetta i prodotti e minimizzi l’impatto sull’ambiente, esattamente come natura insegna.

Solo così le sfide ambientali si traducono in opportunità economiche e favoriscono il mercato dei prodotti e servizi sostenibili anche attraverso il coinvolgimento diretto della comunità globale di cittadine consumatrici e cittadini consumatori. A loro spetta il diritto di ottenere informazioni chiare e trasparenti sulle abitudini di spesa più o meno impattanti ecologicamente, sui legami tra consumi e emissioni, sui cambiamenti climatici, sull’inquinamento atmosferico e idrico, sull’uso indiscriminato del terreno e sui rifiuti.

Forte dell’intervento autorevole di ENEA, Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l’energia e lo sviluppo economico sostenibile, e ISPRA, Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale, Saper(e)Consumare approfondisce il tema, contribuendo a: introdurre alla teoria e alla pratica di uno sviluppo sostenibile dotare degli elementi necessari per comprendere i principi alla base del modello economico circolare fornire le nozioni essenziali per un corretto smaltimento, riuso e riciclo dei materiali e dei prodotti.

Link per approfondire Agenda 2030/Rapporto Brundtland - <https://unric.org/it/agenda-2030/>



Navighiamo in un mondo... sostenibile
EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 1

BRANO STIMOLO: “Contro gli sprechi c’è il frigo solidale”

DAL TESTO ALLE COMPETENZE

COMPRESIONE GLOBALE:

1. Che cos'è il frigorifero solidale?
2. In che cosa consiste?
3. Chi è l'ideatrice dell'iniziativa?
4. A che cosa si è ispirata?
5. Dove sono posti i frigoriferi solidali?
6. Chi mette il cibo nei frigoriferi?

COMPRESIONE PROFONDA

7. Perché viene considerato “un buon segno” il fatto che il frigorifero esposto davanti alla Trattoria sia poco fornito?
8. Per quale motivo “la povertà della porta accanto” è la più difficile da combattere?
9. Nel testo si legge che l'iniziativa dei frigoriferi solidali “serve anche a creare una rete contro queste solitudini”: a quali solitudini si riferisce?

COMPRESIONE PUNTUALE

10. Che cosa ha fatto il comune di Parigi per sostenere questa iniziativa?
11. Perché il diffondersi di iniziative di sharing economy è una cosa positiva ma costituisce anche un campanello di allarme.
12. Che cosa si può mettere nei frigoriferi?
13. Che cosa invece è vietato mettere?

RIFLESSIONE LINGUISTICA

14. Qual è il significato dell'espressione “fare bella mostra di sé”?
15. Scrivi il contrario dell'espressione “sta facendo strada”.

SCRITTURA - RIASSUNTO

16. Riassumi l'articolo che hai appena letto seguendo il metodo delle 5 W (Chi? Che cosa è successo? Dove? Quando? Perché?). Se alcune informazioni non sono presenti nel testo, cerca di ricavarle dal contesto. Ricorda che non è necessario seguire l'ordine delle domande.

SUGGERIMENTI DIDATTICI

Dopo aver letto il brano cercate in Internet con gli studenti iniziative analoghe a quella raccontata vicino a noi (ce ne sono tantissime, esistono persino delle app che segnalano queste possibilità). Individuate queste realtà solidali; potreste decidere di pubblicizzarle nella scuola.

Dave Bruno

Consumare, non sprecare



SUGGERIMENTI DIDATTICI

Prima di leggere il brano chiedete ai ragazzi di scrivere su un foglio l'elenco delle cose che possiedono, ma che di fatto non usano. Fate in modo che si concentrino su che cosa hanno negli armadi, nei cassettei ecc... Poi, dopo aver letto il brano, chiedete loro se sono disposti a seguire l'esempio dell'autore.

Il testo è tratto da un saggio a carattere argomentativo scritto da un imprenditore e padre di famiglia americano, che ha deciso di sottrarsi alle sollecitazioni del consumismo eliminando ciò che di superfluo c'era nella sua vita e adattandosi a vivere con solo cento oggetti scelti accuratamente tra i numerosi che possedeva.

La consapevolezza di essere schiavo delle cose non è stata per me un'illuminazione improvvisa.

Era già da qualche tempo che rimuginavo¹ sui mali della cultura consumistica – sul fatto che sia come individui sia come collettività ci misuriamo in base ai beni che possediamo e a quanti ne abbiamo accumulati.

Sentivo il bisogno di liberarmi dal senso di oppressione, ma non avevo chiaro in cosa consistesse di preciso. Stavo male, e al mio malessere non trovavo diagnosi meno vaga di “consumismo² all'americana”. Da cosa volevo liberarmi esattamente?

Mi era più facile dire da cosa non lo volevo fare. Opporsi al consumismo non vuol dire, come si potrebbe pensare, rifiutare complessivamente gli acquisti, rifiutare i beni materiali e il denaro, punto e basta. Volevo forse vivere in una comune preistorica e procurarmi il necessario con il baratto³? No. Io le comodità moderne le adoro. Per diagnosticare con esattezza il mio malessere mi è servito analizzare l'espressione “consumismo all'americana”.

Ho trovato illuminante la definizione di “consumatore” che offre il dizionario. Oggi il termine ha connotazioni prevalentemente positive.⁴ In quanto acquirenti, siamo tutti dei consumatori. Si parla anche dei diritti dei consumatori. Il termine è più o meno sinonimo di “colui che acquista qualche cosa”.

In origine il suo significato era molto diverso. Secondo l'*Oxford English Dictionary* il significato primo di “consumatore” era: «Colui o ciò che consuma, sperpera,⁵ spreca o distrugge».

Ecco, il senso autentico è quello di “sprecone”, “distruttore”.

È corretto affermare che gran parte di ciò che consumiamo (ovvero, acquistiamo) lo consumiamo sul serio (ovvero, lo distruggiamo).

Se non volevo rifiutare quel sistema e fare di me un emarginato, allora dove

1 rimuginavo: pensavo insistentemente.

2 consumismo: tendenza delle società capitalistiche a incrementare i consumi, anche grazie all'influsso dei mass media.

3 baratto: forma di scambio diretto di beni, senza uso di denaro.

4 connotazioni prevalentemente positive: aspetti valutati complessivamente in modo positivo.

5 sperpera: spende senza criterio e controllo.



vo scegliermi delle regole per disciplinare la mia adesione. Stabilii che quel che criticavo non era il consumo in sé, ma il consumo eccessivo – dal che deriva che il problema è il consumare più del necessario. Ma neanche questo risolveva la questione, perché avevo constatato che il consumo eccessivo non è tanto l'eccezione quanto la norma. I mali del consumismo non si basano necessariamente su un eccesso di consumo, ma di consumo del superfluo. Noi compriamo più dello stretto necessario (al di là del cibo, quanti acquisti ci sono realmente indispensabili?), ma compriamo anche più di quanto effettivamente desideriamo. Siamo indotti a desiderare una cucina nuova, un'automobile, un computer nuovo, ma dopo averlo acquistato siamo davvero più felici o soddisfatti di quanto lo fossimo con il modello vecchio? Secondo me l'insoddisfazione è una componente intrinseca⁶ del consumismo. L'America è un grande paese di acquirenti insoddisfatti. Perché il sistema prosperi,⁷ è necessario che noi vi prendiamo parte. Se fossimo tutti dei semplici osservatori, sarebbe costretto ad adeguarsi per sopravvivere. Io ho deciso di fare la mia parte, non cambiando il sistema, ma cambiando il ruolo che vi svolgo. Ho deciso di non essere più l'idiota compulsivo⁸ che acquista di continuo, ma una persona più libera, meno soffocata. E più felice. L'esatto contrario di ciò cui mira il marketing⁹ quando ci vende cose con la promessa che, se le compriamo, ci sentiremo più liberi, più disinvolti, più felici. Per come la vedo io, non è così.

D. Bruno, *La sfida delle cento cose*, trad. di S. Bertoncini,
Tecniche nuove

Chi l'ha scritto?

Dave Bruno

È un giovane imprenditore che vive a **San Diego**, in California, con la famiglia. È cofondatore della casa editrice **ChristianAudio**, specializzata in audiolibri. Il libro da cui abbiamo tratto il testo, *La sfida delle cento cose*, ha come sottotitolo: *Come mi sono liberato di quasi tutto, ho ricostruito la mia vita e mi sono riappropriato della mia anima.*

6 intrinseca: propria, inerente alla natura più intima.

7 prosperi: si sviluppi bene.

8 compulsivo: chi ripete sempre le stesse azioni in maniera meccanica.

9 marketing: l'insieme delle tecniche che servono alla commercializzazione di un prodotto.



Navighiamo in un mondo... sostenibile
EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 2

BRANO STIMOLO: “Consumare, non sprecare”

DAL TESTO ALLE COMPETENZE

COMPRESIONE GLOBALE

1. La consapevolezza di essere schiavo delle cose è un disagio che l'autore:
2. Con quali parole definisce genericamente il suo malessere?
3. Come viene definito il termine *consumatore* nei dizionari di oggi e qual era la sua definizione in passato? Cerca la risposta nel testo e trascrivila.
 - Oggi:
 - In passato:
4. Che cosa decide di fare l'autore quando si accorge di essere diventato *consumista*?

COMPRESIONE PROFONDA

5. Che cosa provoca nell'autore il fatto di sentirsi vittima, in modo vago, del “consumismo all'americana”?
6. Perché si parla di “consumismo all'americana” e non di “consumismo” in modo generico?

COMPRESIONE PUNTUALE

7. Quale risultato ottiene l'autore, nel momento in cui decide di non essere più un “idiota compulsivo”?

ARRICCHIMENTO LESSICALE

8. Con quale verbo puoi sostituire “Siamo indotti”?

- | | | | |
|-----------------------------------|--------------|-----------------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> A | Siamo felici | <input type="checkbox"/> C | Siamo consigliati |
| <input type="checkbox"/> B | Siamo spinti | <input type="checkbox"/> D | Siamo dissuasi |

9. L'aggettivo “intrinseca”, riferito al nome “componente”, può essere sostituito da:

- | | | | |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------------------|----------------------|
| <input type="checkbox"/> A | indiscussa. | <input type="checkbox"/> C | iniziale. |
| <input type="checkbox"/> B | infelice. | <input type="checkbox"/> D | legata strettamente. |

ANALISI DEL TESTO

10. Qual è il problema intorno a cui si argomenta nel testo?
11. Quale soluzione propone l'autore?

SCRITTURA – TESTO EMOTIVO - ESPRESSIVO

12. L'autore descrive con sincerità i suoi comportamenti prima di prendere piena consapevolezza del fatto di essere un consumista. Scrivi un breve testo sul rapporto con i beni di consumo, seguendo le domande proposte.

- Qual è la tua inclinazione attuale?
- Acquisti o desideri acquistare in continuazione oggetti, anche senza una reale necessità?
- Se sì, quali oggetti in particolare?
- Ti senti soddisfatto dopo aver acquistato l'ennesimo oggetto o, anche tu, provi malessere?
- Che cosa pensi della decisione presa dall'autore del testo?

2 SCONFIGGERE LA FAME



VIDEO

Obiettivo 2

AUDIO

Libro liquido

Paolo Griseri

ARTICOLO DI CRONACA

Contro gli sprechi c'è il frigo solidale

Una studentessa universitaria di economia, che lavora presso una trattoria di Parigi, dà il via a una iniziativa che si sta diffondendo in Francia e in altri Paesi europei: il frigo solidale, che aiuta le persone bisognose e combatte lo spreco alimentare. Un piccolo gesto che non risolve il problema della diffusione della povertà, ma che può rivelarsi di grande aiuto per chi è in difficoltà.

Il piccolo frigorifero fa bella mostra di sé a fianco della lavagna con il menù della *Cantina del 18esimo*, una trattoria alle spalle di Montmartre,¹ a nord della città. Non è molto fornito, per la verità. E questo è un buon segno. «Dipende dalle ore della giornata. Al mattino, per esempio, lo svuotano molti pensionati.»

Il racconto è di Dounia Mebtoul, 27 anni, studentessa di Economia all'università di Parigi. È lei che ha inventato nella capitale francese i "frigoriferi solidali", un'idea per conservare e distribuire il cibo diventato superfluo e che ai poveri del quartiere, invece, serve per sopravvivere.

Questo è il primo frigorifero solidale, ma a Parigi attualmente ce ne sono già altri 7. E presto ne arriveranno altri 11. L'idea è di distribuire i frigoriferi nelle trattorie, nei ristoranti, nei bar e in tutti gli esercizi commerciali in genere. L'obiettivo? «Ampliare la rete dei punti di distribuzione e ridurre gli sprechi.»

Com'è nato tutto questo? Dounia ricorda con un po' di affetto «il giorno del 2017 in cui ho pensato che nella cucina della nostra trattoria c'erano troppi avanzi e che era uno spreco gettarli alla fine della giornata. Così mi è venuta l'idea di portare tutto in un frigorifero. L'ho messo lì, all'ingresso».

Ma chi alimenta il frigo e chi viene a prendere il cibo? In teoria tutto è anonimo, in realtà, gran parte di co-

Chi l'ha scritto?

Paolo Griseri

Giornalista, vive e lavora a Torino. Collabora con i quotidiani "la Repubblica" e "il Manifesto" ed è autore di saggi di carattere **biografico** e **sociale**.

1 Montmartre: è un quartiere che sorge su una collina, il punto più alto di Parigi. Montmartre costituisce il 18esimo *arrondissement*, o circoscrizione, della città. Da qui il nome della trattoria citata nel testo.



loro che portano e che prendono il cibo è gente di quartiere. Tra i poveri ci sono due tipologie: i pensionati e i giovani genitori di famiglie numerose, ma anche studenti e disoccupati.

L'idea sta facendo strada. A giugno il Comune di Parigi ha votato una delibera che sovvenziona l'associazione di Dounia, *Les frigos solidaires*, e paga l'acquisto di 15 frigoriferi da distribuire in città.

Iniziative analoghe, anche se non collegate all'associazione francese, stanno nascendo in diversi Paesi europei, anche in Italia. Un esempio di *sharing economy*² e un segnale positivo dell'attenzione agli sprechi. Ma anche un campanello d'allarme sull'aumento della divaricazione sociale nelle città europee col diffondersi della povertà anche nella classe media: «Questo non è un quartiere povero, ma ormai la povertà si trova dappertutto», sintetizza Dounia. Ed è proprio la povertà della porta accanto, quella insospettabile del vicino che non dà l'impressione di essere indigente,³ la più difficile da combattere. L'iniziativa dei frigoriferi solidali serve anche a creare una rete contro queste solitudini. Nel decalogo dell'associazione c'è l'elenco di che cosa si può portare e cosa no.

Ben accette verdure, prodotti secchi come i biscotti, quelli senza scadenza e non scaduti. Vietato invece per ragioni di sicurezza portare prodotti cucinati in casa o con la confezione aperta. È vietatissimo mettere alcolici.

«L'idea mi è venuta studiando esperienze simili a Berlino – spiega Dounia – e nasce da una constatazione semplice: è assurdo che ci siano milioni di persone che cercano disperatamente del cibo e altri milioni che lo sprecano⁴ senza nemmeno rendersene conto».

P. Griseri, *Parigi ha un cuore. Contro gli sprechi c'è il frigo solidale*, in "la Repubblica", 8 agosto 2019

2 sharing economy: economia collaborativa, della condivisione.

3 indigente: bisognoso, povero.

4 lo sprecano: in Europa, si sprecano 90 milioni di tonnellate di cibo ogni anno.



CONNESSIONI

La campagna Spreco Zero

Secondo la Commissione Europea, ogni anno in Europa si buttano circa **90 milioni di tonnellate di cibo**. Un'indagine dell'**Università di Bologna**, condotta su un campione di 400 famiglie, ci dice che lo spreco del cibo è molto diffuso, anche se gli italiani pensano che non sia lo spreco casalingo il vero problema, ma che il grosso dell'esubero alimentare sia da attribuire al settore commerciale o alle grandi istituzioni pubbliche, come mense scolastiche e ospedaliere.

Per contrastare questo fenomeno, è nata in Italia **la campagna Spreco Zero**, un'iniziativa di sensibilizzazione sullo spreco alimentare che invita i cittadini a seguire **semplici regole** per evitare di buttare buona parte dei nostri acquisti alimentari. Vediamone alcune:

- prima di fare la spesa fai la **lista di ciò che serve** e acquisti solo ciò che hai scritto;
- fai la spesa **con la "pancia piena"**, non sarai attirato a comprare più del necessario;
- controlla le **etichette** e le **scadenze**;
- tieni **in ordine il frigorifero** e posiziona davanti i prodotti in scadenza;
- **congela** gli alimenti freschi che non prevedi di utilizzare in tempi brevi;
- sii creativo nel **trasformare gli "avanzi"** in nuove pietanze.



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 3

TEMA: Spesa KM0

VIDEO STIMOLO: Come diventare consumatori responsabili?

<https://www.youtube.com/watch?v=GBemZPD2XA8>

ELEMENTI PER DISCUTERE: ricerca di un prodotto tipico del nostro territorio, schede per leggere le etichette, confronto tra prodotto coltivato (per esempio intervista a agricoltori sul territorio) e venduto al supermercato.

USCITA SUL TERRITORIO: SPESA al supermercato del paese.

PRODOTTO FINALE: realizzazione di schede descrittive del prodotto scelto (potrebbe essere utilizzato Canva, power point o publisher) e/o brochure.



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 4

TEMA: Non c'è spazio per gli sprechi

Link utili:

<https://www.bancoalimentare.it/it/ricetteantispreco>

<https://www.salute.gov.it/portale/nutrizione/dettaglioContenutiNutrizione.jsp?lingua=italiano&id=4661&area=nutrizione&menu=vuoto>

ELEMENTI PER DISCUTERE: Questionario per alunni e genitori

Costruzione di tabelle e grafici

FORMAZIONE CON FIGURE ESPERTE: Incontro con uno Chef *“Non c'è spazio per gli sprechi”*



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE – SAPER CONSUMARE

QUESTIONARIO “Non c’è spazio per gli sprechi”

DOMANDE SULL’ORGANIZZAZIONE DELLA SPESA

- | | | |
|---|----|----|
| 1. Quando fai spesa, usi una lista per prendere quello che ti serve?
Perché? | NO | SI |
| 2. La tua spesa di frutta e verdura tiene conto della stagionalità dei prodotti?
Perché? | NO | SI |
| 3. Cerchi di comprare prodotti a Km 0 o comunque di produttori non troppo lontani?
Perché? | NO | SI |
| 4. Cerchi di comprare prodotti con pochi imballaggi o comunque non di plastica?
Perché? | NO | SI |
| 5. Fai attenzione alle date di scadenza dei prodotti che compri?
Perché? | NO | SI |
| 6. Se frutta e verdura non sono perfetti, li compri lo stesso?
Perché? | NO | SI |

DOMANDE SULL’USO DEL CIBO

- | | | |
|--|----|----|
| 7. Se non consumi tutto il cibo acquistato, cerchi ricette per riutilizzare ciò che avanza?
Perché? | NO | SI |
| 8. Quale metodo usi di preferenza per mantenere il cibo comprato in eccedenza?
Refrigerazione <input type="checkbox"/> Surgelamento <input type="checkbox"/> Essiccazione/sottovuoto <input type="checkbox"/> | | |
| 9. Nell’ultima settimana ti è capitato di dover buttare via del cibo scaduto o avariato?
Quante volte? | NO | SI |
| 10. Se non riutilizzi il cibo avanzato, lo differenzi nell’umido o fai il compostaggio?
Perché? | NO | SI |

DOMANDE SULLA CONOSCENZA DI INIZIATIVE ANTISPRECO

- | | | |
|--|----|----|
| 11. Conosci l’esistenza di progetti antispreco alimentare?
Quali? | NO | SI |
| 12. Sapendo che esiste una rete per il riutilizzo del cibo in eccedenza, avresti voglia di parteciparvi? | NO | SI |



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 5

TEMA: Produzione alimenti con Stampante 3D alimentare

VIDEO STIMOLO

Cibo stampato in 3D, il futuro dell'alimentazione? https://www.youtube.com/watch?v=EZkuo_s8J6I
Vantaggi e svantaggi della stampante 3D <https://www.stampa3dperscuole.it/2020/08/10/stampanti-3d-cibi-food-printing/>

REALIZZAZIONE GRAFICA dell'alimento (sugarcad)

PRODUZIONE dell'alimento con Stampante 3D alimentare

SEDE DI SVOLGIMENTO: laboratorio di informatica di Moiano

PRODOTTO FINALE: Diario delle attività svolte



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA 6

TEMA: Etichettiamo

VIDEO STIMOLO: <https://hideea.com/blog/etichettatura-alimenti-normativa-europea>

<https://hideea.com/blog/additivi-alimentari-normativa-etichettatura>

PRODOTTO FINALE: realizzazione di etichette nelle diverse lingue straniere per i prodotti realizzati con la stampante 3D per alimenti.



Navighiamo in un mondo... sostenibile
EDUCAZIONE CIVICA CLASSI SECONDE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA suggerimenti

BRANO STIMOLO: "L'ecoschiappa"

dal libro di Antologia "MAPPE E TESORI" VOLUME 2 pagina 445



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

INTRODUZIONE

È un progetto interdisciplinare che si propone di potenziare la cittadinanza digitale e orientare le nuove generazioni a un modello di consumo circolare in una società più innovativa, sostenibile ed equa.

È un progetto di “Educazione all’uso del digitale per un consumo consapevole e responsabile” promosso e finanziato dal Ministero dello sviluppo economico (ora Ministero delle Imprese e del Made in Italy), in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione (ora Ministero dell’Istruzione e del Merito) all’interno di un protocollo di intesa.

TEMA: Educazione digitale

*“La nuova condizione umana nell’era del digitale è **onlife**, un’esistenza ibrida, nella quale la barriera fra reale e virtuale è caduta”.* (Luciano Floridi)

Comunicare, socializzare, viaggiare, divertirsi, informarsi, conoscere e fare acquisti sono **tutte azioni** che, oggi, passano anche, se non principalmente, dai canali **digitali**.

L’esperienza reale risulta perciò traslata e filtrata dalla Rete e conduce a una esperienza di **cittadinanza mai sperimentata prima**.

Un simile scenario rende prioritario comprendere come avvantaggiarsi di tutta la potenzialità delle tecnologie e come tutte e tutti, “native e nativi digitali” e non, si ritrovino ad essere, insieme, spettatrici e spettatori e attrici e attori di un **cambiamento progressivo e incessante**.

La digitalizzazione di un gran numero di servizi così come il moltiplicarsi delle modalità di acquisto disponibili hanno dato una spinta innovativa senza precedenti al contesto socioculturale, economico, filosofico e lavorativo di oggi.

Contestualmente, cittadine consumatrici e cittadini consumatori sono interpreti, protagoniste e protagonisti, dei cambiamenti in atto.

Un ruolo delicato e centrale che richiede di **acquire**, in continuum, le **conoscenze** e le **abilità** chiave per utilizzare e **vivere la Rete nella sua poliedrica ricchezza** e non rischiare di fruirla passivamente.

Il Quadro Europeo delle Competenze Digitali per Consumatrici e Consumatori, messo a punto dall’UE, va proprio in questa direzione e si propone come **punto di riferimento** per sostenere e migliorare il know how digitale inteso come l’insieme di strumenti utili ad agire in modo consapevole e sicuro negli ambienti e nel mercato digitali. L’appropriazione di tali strumenti comporta una crescita personale tangibile, al contrario la loro scarsa conoscenza può aumentare sensibilmente il divario all’interno della società.

In Italia il “**digital divide**” è più **profondo** che in altri Paesi e rappresenta un **freno allo sviluppo** dell’intera società. Ridurlo, sviluppando competenze chiave, favorisce la genesi e la diffusione della cittadinanza attiva e di una partecipazione più inclusiva alla vita democratica del Paese. La **scuola** svolge un **compito primario** in questo senso. Contribuisce, infatti, a formare le nuove generazioni di cittadine e cittadini consapevoli dei pro e anche dei contro di Internet. Ad essa è rivolto questo percorso di **educazione all’uso del digitale** svolto da istituzioni italiane impegnate, al fianco dell’Unione Europea, a potenziare le competenze digitali di cittadine consumatrici e cittadini consumatori: il **Dipartimento per la Trasformazione Digitale** e **AGCOM**, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Link: https://www.treccani.it/enciclopedia/digital-divide_%28Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica%29/

TEMA: Diritti dei consumatori

“L’educazione dei consumatori e degli utenti è orientata a favorire la consapevolezza dei loro diritti e interessi [...] Le attività destinate all’educazione dei consumatori, svolte da soggetti pubblici o privati, non hanno finalità promozionale, sono dirette ad esplicitare le caratteristiche di beni e servizi e a rendere chiaramente percepibili benefici e costi conseguenti alla loro scelta [...]” : così recita l’**articolo 4** del Codice del Consumo, entrato in vigore nel 2005 (DL 6 settembre 2005, n. 206), che sancisce l’**educazione al consumo** come **diritto fondamentale** della cittadina e del cittadino, decisori d’acquisto.

Interpretare i messaggi pubblicitari, gestire la pervasività del marketing off e on line, scegliere fra beni e servizi fisici e offerte digitali da acquistare, accedere al credito: di tutto ciò è fatta gran parte della nostra quotidianità.

Entrare nel merito del Codice equivale ad **apprendere le regole** che disciplinano questo variegato e intricato sistema e a **far valere i propri diritti**, se e quando necessario.

Diritti che evolvono e si aggiornano costantemente, anche a seguito delle sfide derivanti dalla digitalizzazione crescente e dagli input dati a livello continentale.

Un esempio per tutti è la **Nuova Agenda dei Consumatori**, stilata dall’**UE**, che descrive la visione politica a favore di consumatrici e consumatori per il quinquennio **2020 – 2025** e intende rispondere ai loro bisogni anche alla luce della recente pandemia e spronarli verso una ripresa sostenibile.

Link: <https://www.mise.gov.it/mercato-e-consumatori/tutela-del-consumatore/diritti-del-consumatore>
Nuova Agenda dei Consumatori

Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

Gli scopi della pubblicità

► Elena Mutti

Per ottenere il suo scopo, la pubblicità deve fare leva sui nostri desideri profondi, deve saper parlare ai nostri sogni, alle aspirazioni segrete.



Un tempo i banditori, che al rullo di un tamburo si spostavano di luogo in luogo per annunciare fatti importanti, si ornavano vistosamente con abiti colorati e questo li rendeva immediatamente riconoscibili e inconfondibili.

Era una delle prime forme di pubblicità.

Nata per informare, la pubblicità con il tempo ha modificato i suoi scopi e i suoi mezzi.

Oggi la pubblicità, oltre a far conoscere nuovi prodotti, deve soprattutto far sì che essi vengano acquistati dalla clientela; perciò è divenuta più persuasiva, più vistosa e chiassosa, più invadente,

per dimostrare che un prodotto è migliore di un altro, per vincere la concorrenza, per convincere a comprare sempre nuove merci. Gli scopi di un messaggio pubblicitario sono:

- informare il pubblico;
- attirare l'attenzione e farsi ricordare;
- convincere ad acquistare proprio quel prodotto.

Pur di conquistare un grande numero di clienti, la pubblicità fa leva sui nostri bisogni, sui desideri, sui sogni, sulle aspirazioni segrete.

Se essa riuscirà a persuadere la gente che acquistando quella crema, quel tipo di shampoo, quella marca di jeans, comprerà anche un po' della felicità, della bellezza e della spensieratezza che accompagnano il prodotto, allora la campagna pubblicitaria avrà colto nel segno! Siamo tutti sensibili ai miti della bellezza, della ricchezza, del successo, dell'eterna giovinezza, del ritorno alla natura, dell'avventura; così come condividiamo valori come l'amore per i figli, la famiglia, la cura per la casa, l'efficienza sul lavoro, l'importanza della salute.

Su questi ideali lavora la pubblicità servendosi di bambini sorridenti, adolescenti pieni di vita, modelli dal corpo perfetto, donne eleganti e sicure di sé, uomini forti e volitivi, paesaggi esotici, cucine splendide...

Per il mondo della pubblicità gli uomini si possono rappresentare come interessanti portafogli ambulanti e lo scopo è uno solo: vendere, vendere, vendere! Le nostre case si riempiono di cibo e di oggetti, ma solo pochi di essi ci servono a lungo e migliorano davvero la qualità della nostra vita.

PER CAPIRE MEGLIO

1. Gli slogan pubblicitari sono frasette che ci si appiccicano addosso senza che quasi ce ne accorgiamo. Concentrati un attimo e scrivi due slogan pubblicitari che ti vengono in mente:

.....
.....
Declamateli poi in classe, a turno.

2. Prendi in esame la pubblicità indirizzata ai ragazzi della tua età e rispondi.

a. Quali sono i prodotti più reclamizzati?

.....
.....

b. Quali ideali vengono esaltati?

.....
.....

c. Che tipo di immagini vengono proposte per invogliarti all'acquisto?

.....
.....

d. Quali sono gli oggetti "firmati" o "griffati" o "di marca" a cui sei più sensibile?

.....
.....

3. La pubblicità è ovunque. Quali sono i "luoghi" in cui la trovi più spesso?

.....
.....

4. La pubblicità si serve di persone, attori, animali, fumetti per realizzare i propri messaggi. Abbina a ciascun prodotto elencato il personaggio più efficace che sceglieresti per pubblicizzarlo.

PRODOTTO

una merendina
un'auto di lusso
un paio di jeans
uno shampoo antiforfora
un profumo
scarpe da ginnastica

PERSONAGGIO

.....
.....
.....
.....
.....
.....



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 1

TEMA: Passaporto per la felicità

Attività: Ritagliate immagini e slogan pubblicitari, per comporre in gruppo un cartellone che ha un tema: "Felicità pubblicitaria".

SITUAZIONE: La pubblicità, attraverso slogan, immagini accattivanti e colorate, giochi di parole divertenti, *testimonial* famosi, confezioni estrose e persuasive, cerca di convincere noi clienti ad acquistare proprio quel prodotto e non un altro.

Il mondo che la pubblicità ci propone è fatto di merci: ci vuole convincere che AVERE quel certo prodotto renderà la nostra vita migliore e ci renderà un po' più felici.

A volte però i messaggi pubblicitari cadono in contraddizione con sé stessi. Così alcune pubblicità ci inducono a mangiare prelibati salamini, soffici merendine, deliziosi cioccolatini per il dopo cena, mentre altre propongono yogurt speciali per combattere il colesterolo, bibite per la dieta, medicinali per contenere l'appetito. Alcune campagne pubblicitarie sostengono la vendita di birre o alcolici, altre pubblicità-progresso raccomandano di non bere la sera per poi mettersi alla guida e tornare a casa.

CHE COSA SI FA: In gruppo si raccolgono riviste e giornali e si ritagliano pubblicità per ogni genere di prodotto, per comporre insieme un cartellone che racconta: "La giornata dell'uomo felice".

COME SI FA

1. Ci si divide in gruppi di 3-4 persone.
2. Si portano da casa ogni sorta di riviste, giornali, volantini, e si cercano pubblicità di ogni genere.
3. Si decide in gruppo quali ritagli utilizzare per comporre insieme la giornata perfetta dell'uomo felice, secondo la pubblicità. Che cosa dovrà mangiare, bere, comprare, di quali oggetti si dovrà circondare, quali cose dovrà possedere, che cosa dovrà fare quell'essere umano per essere veramente appagato, secondo la pubblicità?
4. Ogni gruppo fa un progetto per spiegare su un cartellone che cos'è la felicità secondo i messaggi pubblicitari. Il soggetto potrà essere un uomo, una donna, un ragazzo, una ragazza oppure un'intera famiglia. Viene descritto tutto ciò che il soggetto deve fare o possedere per essere veramente felice. Si può seguire l'ordine cronologico di una giornata oppure illustrare la vita del soggetto in generale. Si può comporre il *collage* aggiungendo didascalie o frasi esplicative con i pennarelli.
5. Quando i cartelloni sono pronti, ciascun gruppo illustrerà ai compagni e il proprio lavoro.

ELEMENTI PER DISCUTERE: Le presentazioni sono un ottimo spunto per proseguire con una discussione di classe sui valori che vengono trasmessi dalla società dei consumi e per provare a dare una propria definizione di consumismo responsabile.

VIDEO STIMOLO

- Conoscere il mondo dei diritti del consumatore - <https://www.youtube.com/watch?v=GBemZPD2XA8>
- Pubblicità ingannevoli, Fake news e acquistare online in modo competente <https://www.youtube.com/watch?v=KFATJD37HU4>



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 2

TEMA: Conoscere il mondo dei diritti del consumatore <https://unric.org/it/agenda-2030/>

Saper(e)Consumare, avvalendosi del supporto prezioso di **AGCM**, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, e del **Ministero dello sviluppo economico** approfondisce il tema, aiutando a comprendere:

- l'evoluzione della cultura dei diritti
- la scelta d'acquisto in un mondo sempre più digitalizzato
- la sicurezza dei prodotti l'adeguata informazione, la trasparenza e l'equità nei rapporti contrattuali
- l'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede e lealtà
- la tutela dei propri diritti
- la tutela della salute

Link per approfondire:

- Codice del Consumo
- Nuova Agenda dei Consumatori
- Il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti - CNCU

- Tuttoconsumatori <https://tuttoconsumatori.mise.gov.it/>
- Conviene saperlo <https://convienesaperlo.agcm.it/>
concorso <https://convienesaperlo.skuola.net/>

- Prodotti sicuri <https://www.prodottisicuri.it/>

- Sistema di allerta prodotti pericolosi - RAPEX
<https://www.salute.gov.it/portale/sicurezzaGiocattoli/homeSicurezzaGiocattoli.jsp>



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 3

TEMA: Autorità garante della concorrenza e del mercato nei diversi continenti

Saper(e)Consumare, avvalendosi del supporto prezioso di **AGCM**, l'Autorità garante della concorrenza e del mercato, e del **Ministero dello sviluppo economico** approfondisce il tema, aiutando a comprendere:

- l'evoluzione della cultura dei diritti
- la scelta d'acquisto in un mondo sempre più digitalizzato
- la sicurezza dei prodotti l'adeguata informazione, la trasparenza e l'equità nei rapporti contrattuali
- l'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede e lealtà
- la tutela dei propri diritti
- la tutela della salute

Link: <https://www.agcm.it/faq/dettaglio?id=ad42480e-30d7-4a0b-abfc-d2cd3ab0141a>



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 4

INCONTRO CON POLIZIA POSTALE FORMAZIONE CON FIGURE ESPERTE *“Fake news e acquisto online competente”*

ELEMENTI PER DISCUTERE: Questionario per alunni e genitori

Costruzione di tabelle e grafici



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

QUESTIONARIO "Fake news e acquisto online competente"

SOCIAL NETWORK E FAKE NEWS

- | | | |
|---|----|----|
| 1. Utilizzi i social network? | NO | SI |
| 2. Sai verificare una notizia sui social network? | NO | SI |
| 3. Verifichi la veridicità di una notizia prima di girarla ai tuoi amici? | NO | SI |
| 4. Chiunque può diffondere notizie false? | NO | SI |
| 5. Sai cos'è una fake news? | NO | SI |
| 6. Chiunque può creare fake news? | NO | SI |
| 7. Ricevo una notizia su un'app del telefonino, prima di condividerla ne verifico la correttezza? | NO | SI |

ACQUISTO ONLINE COMPETENTE

- | | | |
|--|----|----|
| 8. Acquisti online? | NO | SI |
| 9. Di solito quali prodotti acquisti online? | | |
| 10. Su quali siti acquisti? | | |
| 11. Come effettui i pagamenti? | | |
| 12. Pensi che acquistare online sia sicuro? | NO | SI |



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 5

TEMA: Produzione alimenti con Stampante 3D alimentare

VIDEO STIMOLO

Cibo stampato in 3D, il futuro dell'alimentazione? https://www.youtube.com/watch?v=EZkuo_s8J6I

Vantaggi e svantaggi della stampante 3D <https://www.stampa3dperscuole.it/2020/08/10/stampanti-3d-cibi-food-printing/>

REALIZZAZIONE GRAFICA dell'alimento

PRODUZIONE dell'alimento con Stampante 3D alimentare

SEDE DI SVOLGIMENTO: laboratorio di informatica di Moiano



Navighiamo in un mondo... sostenibile

EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - LA VOCE DELLA COSTITUZIONE

SCHEDA 6

TEMA: Uno spot per il nostro prodotto

Link <https://www.jimdo.com/it/blog/come-creare-uno-slogan-efficace/>

PRODOTTO FINALE: realizzazione di uno spot nelle diverse lingue straniere per i prodotti realizzati con la stampante 3D per alimenti.



Navighiamo in un mondo... sostenibile
EDUCAZIONE CIVICA CLASSI TERZE - SAPER CONSUMARE

SCHEDA suggerimenti

SCHEDA DI APPROFONDIMENTO: "Internet: un problema per i regimi non liberali"
dal libro di geografia "NAMASKAR" volume 3 pagina 244