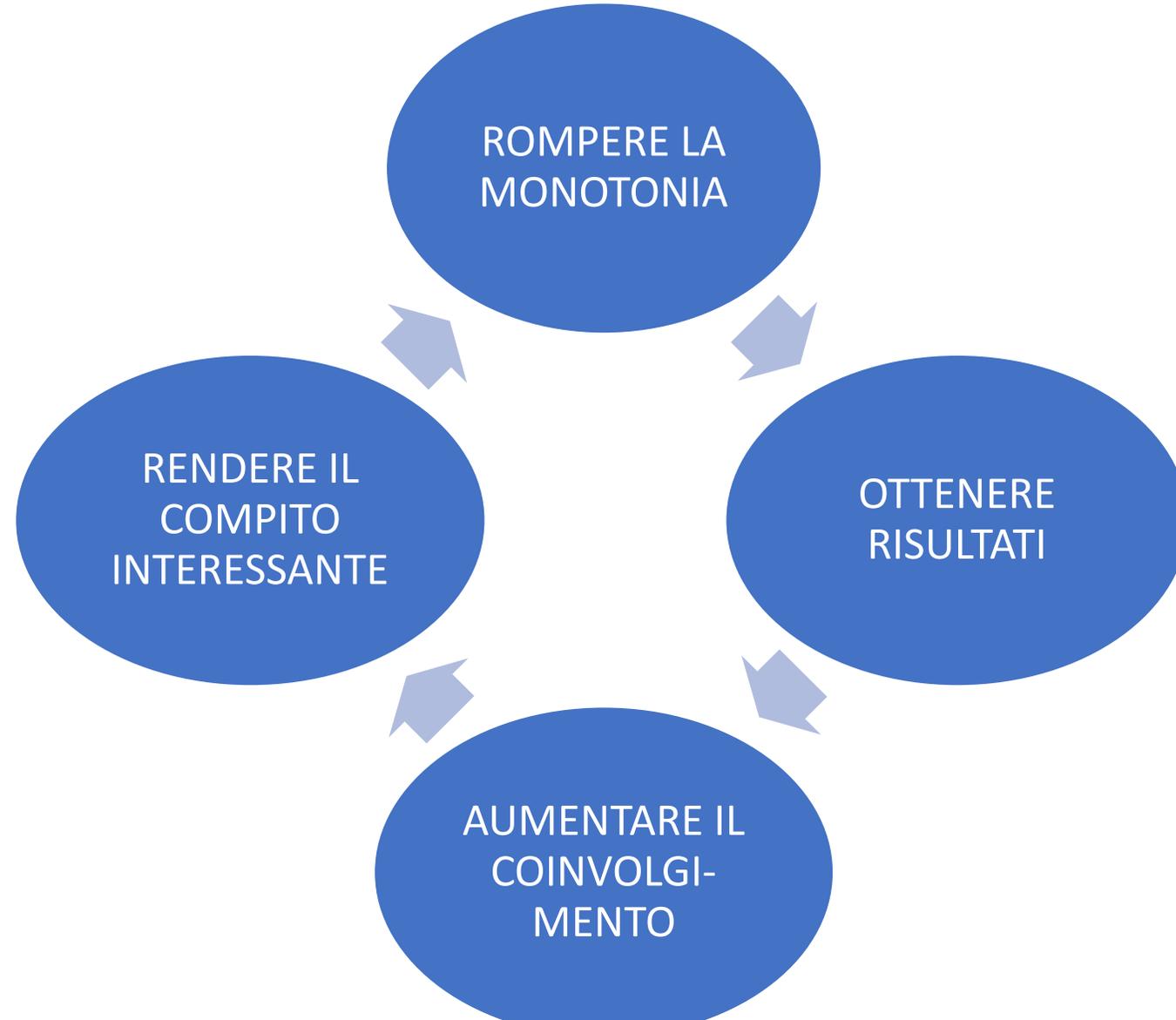


Perché una pubblicità è motivante

- È un materiale autentico che stimola automaticamente gli studenti. .
- È un messaggio breve, riascoltabile, che riflette uno spaccato culturale del paese.
- La componente verbale e quella visiva vanno di pari passo, così l'emisfero destro può occuparsi dell'aspetto visivo/globale e quello sinistro dell'aspetto verbale/analitico.

ROAR



Cono dell'apprendimento (dale)

Si ricorda il 90 %
dell'esperienza

Fare
un'esperienza
reale

COINVOLGIMENTO
ATTIVO

Si ricorda il 70 %
dell'esperienza

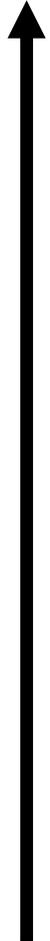
Partecipare ad una
discussione

Si ricorda il 50 %
dell'esperienza

Guardare un film, una
dimostrazione, un'esposizione

Si ricorda il 10/20 %
dell'esperienza

Leggere, ascoltare, guardare una fotografia



RIASSUMENDO

FASE INIZIALE (globalità e motivazione)

- Orientamento, esposizione, spiegazione, comprensione globale

FASE DI RINFORZO (analisi)

- Analisi lessico-
semantica,
strutturale
morfosintattica,
testuale)

FASE DI SINTESI

- Riesposizione al
testo, discussione,
esposizione di
esperienze personali
e punti di vista

FASE DI CONTROLLO

- Test e prove per
accertare la
conoscenza dei
tratti illustrati

OPERAZIONI SUPPLEMENTARI

- Ampliamento della
problematica,
gruppi di lavoro,
esposizione dei
lavori, confronto e
discussione

Bibliografia

- Ballarin, Elena (2012), *Audio e video nel testo multimediale* in Caon, Fabio & Serragiotto, Graziano (a cura di), *Tecnologie e didattica delle lingue. Teorie, risorse, sperimentazioni*, Torino: UTET Università, 143-154.
- Cardona, Mario (2007), *Vedere per capire e parlare*, Torino: UTET Università.
- Cavallo, Simone (2018), *Il caffè degli italiani e il romanesco di Proietti: a me, me piace. Una proposta didattica fra pubblicità e varianti diatopiche*, Biblioteca digitale dell'Università per Stranieri di Perugia, <http://elearning.unistrapg.it/dspace/bitstream/2447/107/3/articolo.pdf>
- Balboni, Paolo E. (2008), *Le sfide di Babele. Insegnare le lingue nelle società complesse*, Torino: UTET Libreria.
- Caon, Fabio (2012), *Tecnologie e insegnamento/apprendimento linguistico*, in Caon, Fabio & Serragiotto, Graziano (a cura di), *Tecnologie e didattica delle lingue. Teorie, risorse, sperimentazioni*, Torino: UTET Università, 5 - 32.
- Mollica, Anthony, Dolci, Roberto, Picchiassi, Mauro, *Linguistica e Glottodidattica, Studi in onore di Katerin Katerinov* (2008), Perugia: Guerra Edizioni.
- Pavan, Elisabetta (2013), *La cultura attraverso la pubblicità*, in "ITALICA" 90.1: 96-117, <https://www.thefreelibrary.com/La+cultura+attraverso+la+pubblicita.-a0322480875>
- Samu, Borbala (2017), *Dispense del corso di Italiano lingua non materna per l'insegnamento della cultura e della civiltà*, Master in Didattica dell'Italiano lingua non materna, Università per Stranieri di Perugia.
- Santipolo, Matteo, (2002), *Dalla sociolinguistica alla glottodidattica*, Torino: UTET Libreria.