

APPROFONDIMENTO EDUCAZIONE CIVICA

Il progetto da sviluppare sulle tematiche di educazione civica, verrà presentato dall'alunno in questa fase del colloquio **su un argomento a piacere**, che permetta di raccontare le competenze di cittadino attivo.

Di seguito alcuni **suggerimenti** per trovare spunti di partenza per il contenuto:

OPZIONE A: AMBIENTE

Agenda 2030 - art. 9 della Costituzione

L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è un programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità **sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU**. Ingloba 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile in un grande programma d'azione per un totale di 169 *target* o traguardi. Rappresentano obiettivi comuni su un insieme di questioni importanti per lo sviluppo: **la lotta alla povertà, l'eliminazione della fame e il contrasto al cambiamento climatico**, per citarne solo alcuni.

Obiettivi comuni significa che essi riguardano tutti i Paesi e tutti gli individui: nessuno ne è escluso, né deve essere lasciato indietro lungo il cammino necessario per portare il mondo sulla strada della sostenibilità.

- 1. eliminare povertà nel mondo;
- 2. ridurre fame, sicurezza alimentare, nutrizione e agricoltura sostenibile;
- 3. salute e benessere per tutti e per tutte le età;
- 4. educazione di qualità, equa ed inclusiva, apprendimento per tutti;
- 5. uguaglianza di genere, emancipazione per tutte le donne e le ragazze;
- 6. disponibilità e gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie;
- 7. accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni;
- 8. crescita economica, occupazione piena e produttiva, lavoro dignitoso per tutti;
- 9. infrastruttura resiliente, industrializzazione equa, responsabile e sostenibile;
- 10. ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni;
- 11. città e insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili;
- 12. modelli sostenibili di produzione e di consumo;

- **13.** combattere il cambiamento climatico;
- **14.** conservare gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile;
- **15.** uso sostenibile dell'ecosistema terrestre;
- **16.** società pacifiche e inclusive per uno sviluppo sostenibile;
- **17.** partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile;

B: LIBERTÀ E DIRITTI

COSTITUZIONE art. 2 e 3

La **Costituzione della Repubblica Italiana** è la legge fondamentale dello Stato che sta alla base dell'ordinamento giuridico della Repubblica. Approvata dall'Assemblea Costituente il 22 dicembre 1947 e promulgata dal capo provvisorio dello Stato **Enrico De Nicola** il 27 dicembre seguente, è entrata in vigore il 1° gennaio 1948.

Considerata una costituzione scritta, rigida, lunga, votata, compromissoria, laica, democratica e tendenzialmente programmatica, consta di 139 articoli (anche se ne sono stati abrogati 5) e relativi commi, suddivisi in 4 sezioni:

I Principi fondamentali

I primi dodici articoli della Costituzione sono i "Principi fondamentali", assenti negli statuti fondativi precedenti, che espongono lo spirito della Costituzione. In essi sono compresi alcuni dei principi supremi della Costituzione che si ritrovano sottintesi in tutto il testo e che non possono essere oggetto di modifica.

Art. 2 La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo, sia come singolo sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità, e richiede l'adempimento dei doveri inderogabili di solidarietà politica, economica e sociale.

Art. 3 Tutti i cittadini hanno pari dignità sociale e sono eguali davanti alla legge, senza distinzione di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali.

È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.

C: PATRIMONIO STORICO ARTISTICO

COSTITUZIONE art. 9

Art. 9 La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni.

DEFINIZIONE DELL'ARGOMENTO SCELTO

Una volta individuato l'argomento da sviluppare lo si dovrà concordare con i docenti in particolar modo con LE MATERIE D'INDIRIZZO E LETTERE E STORIA.

CONCORDARE CON I PROFESSORI L'ARGOMENTO SCELTO E REDIGERE UNA **SCHEDA PROGETTO (VACANZE NATALE) E UNA **PRESENTAZIONE****

Presentare il contenuto e gli sviluppi che si vorranno seguire durante il colloquio in una **breve presentazione scritta**, massimo una cartella A4 attraverso questo **esempio** di schema:

- ARGOMENTO: cyberbullismo;
- RIFERIMENTO ARTICOLO O ALTRO: argomento di educazione civica (punto B, art 2);
- SPIEGAZIONE/BREVE STORIA: in cosa consiste, cosa prevede la legge e storia del cyberbullismo, sviluppi recenti e pericoli futuri;
- ESPERIENZE PERSONALI: (se ci sono, o se di recente avete avuto modo di sentire l'argomento nei mass media);
- RIPERCUSSIONI SULLA CITTADINANZA: (se le trovate) risvolti negativi, misure giudiziarie;
- IDEE ICONOGRAFICHE: ipotizzare foto, video e grafiche (e quindi quali eventi o aziende) che si potrebbero sviluppare.

Cercate di mettere insieme le informazioni necessarie per esporre l'argomento, **eventualmente** con contributi legati ad altre materie come letteratura (es. autore che ha trattato l'argomento), storia (es. la lotta per quei diritti e la sua ripercussione sulla situazione storico-sociale), laboratori tecnici (es. fotografo o regista che ha raccontato la tematica e che può essere una fonte d'ispirazione per il progetto), o comunicazione, o storia dell'arte (pur non essendo tra le materie in esame rimangono uno spunto interessante per arricchire e argomentare), ecc...

L'ideale sarebbe poter avere la capacità di gestire la creatività e la conoscenza per completare un progetto che **nel suo complesso rappresenta la carta vincente per concludere l'Esame di Stato**.

Per tutti i contributi ovviamente ci sarà la massima collaborazione dei docenti.

PROGETTO CREATIVO

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

(Campagna pubblicitaria offline e/o online)

Progettare quindi una **comunicazione**

- a **carattere sociale** per la sensibilizzazione sull'argomento scelto a favore di un ente esistente o di vostra invenzione;
- e/o a **carattere culturale per un evento** (mostra, conferenze, evento di beneficenza per raccolta fondi, campagna per il tesseramento ad un'associazione, ecc.);
- e/o a **carattere commerciale per un'azienda produttrice** (casa editrice sulle tematiche scelte, rivista specializzata, associazione no profit con gadget sulle tematiche scelte, ecc.);
- e/o una **comunicazione che preveda più scopi** (campagna sociale per la quale si prevede un evento, uscita di un libro che viene accompagnato da un evento, ecc...)

Esempio collegato alla scelta del tema cyberbullismo:

Campagna sociale **"CYBERESISTENCE – difendersi ed essere difesi"**

Esempio realmente esistente: <https://www.youtube.com/watch?v=AHHS2lkpYM4>

- Affissione
- (manifesto) per la comunicazione stradale;
- Affissione (flyer) per la comunicazione in interni;
- Editoria-foto (copertina catalogo fotografico) reportage fotografico sull'argomento
- Spot (video) #Cyberesistance youtubers contro il cyberbullismo, su youtube;

Ma anche eventuali eventi:

- evento teatrale *"Fragilità"* al Teatro Alfieri di Torino (spettacolo del 2019),
- ciclo di conferenze *"I sette tipi di cyberbullismo"* (2018) a Milano presso il nuovo Centro Comunicazione Viale Certosa
- mostra fotografica *"Ri-scatti: amico fragile"* (2020) al PAC di Milano

tutte situazioni esistenti, ma possono anche essere inventate

- flash mob *"Stop ai cyberbulli"*
- concerto in beneficenza per contrastare tutte le forme di cyberbullismo *"Musica contro il cyberbullismo"*,
- vendita di magliette con frasi contro il cyberbullismo *"T-Shirt a prova di bullo"*,
- adv del libro sul cyberbullismo *"Cyberbullismo: scopriamo come combatterlo"*.

La campagna sarà da realizzare sia in **versione offline** (grafica, fotografica e/o video) che nella **versione online** come campagna sul WEB, per una comunicazione integrata tra più media.

VERSIONE OFFLINE

Campagna sociale o culturale

La versione offline prevede l'utilizzo di un MEDIUM CLASSICO come l'**affissione** (ad esempio locandina, manifesto, totem, cartolina invito, pieghevole, ecc...), o come la **televisione** per uno spot da 30" (indicativamente), e/o di altre tipologie offline come un **prodotto editoriale** composto da fotografie. **Sempre da concordare con i docenti.**

COSA PRODURRE:

definitivi, In base alla scelta, da concordare con i docenti

VERSIONE ONLINE

Campagna di rafforzamento sul WEB

Una volta definita la campagna di comunicazione si passerà alla fase successiva di rinforzo della comunicazione classica, sul WEB.

Immaginare la comunicazione di un sito web o di una pagina social relativa all'argomento scelto. Prestate attenzione al **tone of voice** e al **target** della comunicazione (anche nella scelta della piattaforma social di riferimento)."

COSA PRODURRE:

Analisi SWOT

punti di forza, punti di debolezza, opportunità del prodotto web;

Scelta della piattaforma

in base all'individuazione del target di riferimento;

2 post fotografici

2 fotografie autoprodotte o materiale esistente con importante post produzione, (da consegnare per la valutazione);

1 video adv da max 30" + storyboard del video da 30"

un breve video che incuriosisca e avvicini all'argomento, anche in questo caso può essere autoprodotto o realizzato con il montaggio di video di immagini esistenti;

1 story (durata a scelta)

sempre in relazione con la comunicazione (sociale/culturale o commerciale che state diffondendo);

2 post grafici

Saranno collegati alla grafica OFFLINE. Che sia un evento (comunicazione culturale) vero o inventato, che sia un'azienda (comunicazione commerciale) che produce e fa pubblicità, in ogni caso la grafica dovrà **essere assolutamente autoprodotta**.

Il formato dei post è a scelta, così come il numero di immagini in essi presenti (nel brief fornito ci sono alcuni formati "creativi" di composizioni fotografiche).

A questo link trovate i vari formati per i diversi media:

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-image-sizes-guide/>

Se lavorate su formato quadrato, usate 1080x1080px.

Scrittura della caption e scelta degli extra di ogni post (geotag, hastag, ecc)

Mockup dei post Eventualmente possono anche essere realmente inseriti sui social, altrimenti andrà bene la simulazione con inserimento del vostro elemento nella pagina social da proiettare durante quest'ultima fase del colloquio.