

Plessoe Area Disciplinare di destinazione (Umanistica, Scientifica, Linguistica, Artistica-Musicale)

Secondaria di 1° grado

Area umanistica

Titolo

Cooking war: anche i cuochi scrivono!

Sintesi del Progetto (max 170 parole) da pubblicare sul sito d'Istituto

Gruppi di studenti fingono di gestire dei ristoranti in una città. Attraverso una serie di missioni che comportano l'utilizzo della lingua e coinvolgono funzioni di essa normalmente poco studiate opportunamente o esercitate, i "ristoratori" si sfidano per conquistare clienti sottratti agli avversari.

Descrizione del Progetto

- Obiettivi
 - Esercitare e affinare particolari funzioni linguistiche;
 - Migliorare l'efficienza della comunicazione orale;
 - Rafforzare il team working.
- Descrizione di dettaglio

L'attività ha un algoritmo e un "game design" ben preciso e collaudato. Inizialmente il gruppo di studenti si suddivide in sotto gruppi spontanei o decisi dal docente. Viene mostrata loro la carta di una città (si consiglia Lucca, che ha un ottimo bilanciamento di elementi per questo tipo di attività e non è molto vasta), nella quale collocano il loro ristorante e gli danno un nome. In base al luogo scelto viene assegnato un punteggio di partenza (cooking power) frutto di un'equazione che contempla vari elementi come parcheggi, numero di abitanti e ristoranti avversari presenti in un certo raggio d'azione, nonché un elemento fortuna casuale. Da ciò scaturisce la classifica di partenza che verrà di volta in volta modificata a seconda del punteggio ottenuto da una serie di "missioni" nelle quali l'uso della lingua, sia scritta, sia orale, è l'elemento portante. La linguistica non viene richiesta fine a se stessa, ma gli studenti vengono portati a un uso spontaneo della lingua mediante contesti immersivi.

- Modalità di misurazione dei risultati

L'attività è stata svolta in orario extra curricolare, dunque priva di valutazione ortodossa (no registro per intenderci). Volendo sarebbe facile applicare i canonici criteri di valutazione della lingua italiana per le

missioni scritte (1, 4) e quelli per monitorare le competenze orali attive e il public speaking per le altre. Nell'attività svolta il punteggio veniva assegnato in parte con i criteri classici appena citati, in parte con un giudizio di una "giuria popolare" alla quale venivano presentati i lavori del gruppo dei ristoratori virtuali garantendo ovviamente l'anonimato.

- Ripetibilità del progetto da parte di altri docenti

Fattibile, ma non immediata. Occorre una predisposizione al gioco didattico e al role play. Il sistema di gioco funziona anche con altri contesti: precedentemente è stato applicato con i dovuti adattamenti a sfide tra cinema e negozi.

- Fasi di realizzazione

1. "Caro architetto..." - Descrizione del ristorante: vuoi dare carattere al tuo locale e trasmettere il giusto "feeling" ai clienti. Scrivi al tuo architetto designer per dargli un'idea di come dovrà apparire il tuo ristorante (insegna, locali e arredamento interno);
2. "Ecco i nostri piatti!" - Il menù: crea un menù a tema in linea con il tuo ristorante. Non sottovalutare l'importanza della grafica!
3. "Pubblicità!" - Pubblicizza il tuo ristorante: un amico che gestisce una radio locale ti regala uno spazio per pubblicizzare il tuo ristorante. Registrate uno spot audio efficace e rapido (avete solo 15 secondi!)
4. "Affossa il rivale": un amico di tuo padre gestisce un giornale locale. Sapendo che sei un appassionato di cucina e addetto ai lavori, ti lascia scrivere una recensione di un ristorante. Puoi approfittarne per togliere clienti a un tuo rivale! Mi raccomando: non essere esagerato o i lettori si insospettiranno...
5. "Facciamoci vedere in TV!" - Tele ricetta: Decidete di partecipare a un concorso televisivo, dove potrete presentare una ricetta con un video. Siate simpatici e "frizzanti": la gente vi riconoscerà e verrà nel vostro ristorante. Clienti assicurati!
6. "All'opera!" – round finale: si tengono sedute di gioco di ruolo dove a turno ogni ristorante simula la sua sala con i tavoli e accoglie dei clienti un po' fastidiosi, perché interpretati dai rivali.

A ogni round il punteggio di un ristorante varia. Salendo aumenta di conseguenza il raggio d'azione del ristorante, dunque il suo potere di attrarre nuovi clienti. Se due raggi d'azione di due ristoranti entrano in intersezione, ogni round comporterà, oltre alla sfida del giorno, uno scontro tra i due valori di cooking power: il vincitore sottrae punti al rivale (leggi clienti e fama).

- Risorse umane ed economiche previste per la realizzazione

Docente, pc o tablet, software videoscrittura o presentazioni.