

Food and Agro-industrial Schools Toward Entrepreneurship by Storytelling and Digital Technology

Intellectual Output 2

Ipervideo multilingue
(sperimentazione pupil-led)

Condizioni per il riutilizzo:

Licenza Creative Commons Share Alike 4.0



Data di rilascio: 31 Luglio 2017

Indice

Lista dei Partner	4
Prefazione	5
I. L'Intellectual Output 2 e la sua struttura complessiva	10
I.2 – Fasi dell'Intellectual Output 2	12
I.2.1 – IO2 Attività 1: Criteri per la scelta e l'ingaggio delle imprese	14
I.2.2 – IO2 Attività 2: Videomaking & Editing	18
I.3 – IO2: i prodotti delle sperimentazioni	28
I.3.a – ITALIA	29
I.3.b – BULGARIA	43
I.3.c – ROMANIA	57
I.3.d – PORTOGALLO	70
II. Risultati delle sperimentazioni pupil-led	80
Conclusioni	96
Appendice I – Esiti di apprendimento Attività C1 Formazione Formatori	100
Appendice II – Storyboard - Log	101
Appendice III - IO2 Griglia per monitoraggio Attività 3	103

Lista dei Partner

NO.	PARTNER	SHORT NAME	COUNTRY
P1 - Coordinatore	CISITA PARMA Srl	CISITA	Italy
P2	S.P.E.L.L. srl	SPELL	Italy
P3 – IO2 LEADER	ISSS GALILEI BOCCHIALINI SOLARI	BOCCHIALINI	Italy
P4	Centrul de Incubare Creativ Inovativ de Afaceri	CICIA	Romania
P5	Bulgarian Chamber of Commerce and Industry	BCCI	Bulgaria
P6	Professional High School of Food technology	PAVLOV	Bulgaria
P7	Confederação Nacional de Jovens Agricultores e Desenvolvimento Rural	CNJ	Portugal
P8	Liceul Technologic Aurel Rainu	RAINU	Romania
P9	Escola Profissional Agricola Quinta da Lageosa	LAGEOSA	Portugal
P10	G.G. Eurosuccess Consulting Ltd	EUROSUCCESS	Cyprus

Prefazione

Il progetto F.A.S.T.E.S.T. coinvolge studenti e insegnanti di scuole VET agro-industriali in pratiche di narrazione digitale, allo scopo di:

- adottare la narrazione digitale come strumento innovativo per incoraggiare le pratiche partecipative, grazie alla creazione di mini-aziende di studenti che assumono il ruolo di videomakers digitali
- sviluppare le competenze imprenditoriali negli studenti, incoraggiandoli all'autoimprenditorialità
- sviluppare competenze digitali e interdisciplinari negli insegnanti VET

Partendo dall'assunto che la narrazione sia di per sé un mezzo potente per trasferire conoscenze, valori, credenze e addirittura il patrimonio culturale, il progetto F.A.S.T.E.S.T. è particolarmente significativo per i paesi e per il settore industriale in esso coinvolti.

Sul versante della formazione degli insegnanti, è importante notare che i paesi dell'Europa meridionale (come l'Italia e il Portogallo) e i paesi dell'Europa dell'Est (come la Bulgaria e la Romania) presentano analoghe criticità: un basso numero di insegnanti di istruzione secondaria superiore che sfruttano le opportunità di formazione/aggiornamento e un numero ridottissimo di corsi di formazione disponibili per lo sviluppo delle competenze degli insegnanti¹.

Relativamente al settore industriale FDMP (Food and Drink Manufacturing and Processing), è da rimarcare che, in Europa, la percentuale di lavoratori altamente qualificati sia molto bassa rispetto ad altri settori industriali (14% nel settore agroindustriale vs 30% in media in altri settori). Inoltre, i giovani lavoratori sembrano preferire altri settori di occupazione, con la conseguenza che il numero di lavoratori sotto i 24 anni di età risulta molto limitato².

1 Cfr. "OECD TALIS 2013 Results – An International Perspective on Teaching and Learning"

2 Cfr. le raccomandazioni del Consiglio Europeo nel documento "Conclusions on entrepreneurship in education and training" (02.17.15)

Su queste basi, il progetto F.A.S.T.E.S.T. mira a coinvolgere gli studenti nel raccontare storie di successo di aziende del settore FDMP dei propri paesi, incoraggiandoli a realizzare video dato che, in quanto nativi digitali, hanno molta familiarità con la tecnologia.

Naturalmente raccontare storie significa familiarizzare con le imprese e gli imprenditori, comprendere come hanno fondato la proprie attività, da quale idea e da quali mezzi sono partiti, e come sono hanno avuto successo superando difficoltà e ostacoli.

Gli impatti del progetto prevedono che gli studenti si appassionino e si entusiasmino al modo in cui gli imprenditori dei propri paesi e culture siano riusciti a creare aziende di successo. L'elaborazione dei diversi elementi di una storia li aiuta anche a percepire diversi livelli di significato, aiutandoli a passare da un apprendimento puramente nozionistico ad un apprendimento di tipo "trasformativo" e riflessivo.

Il risultato atteso è che gli studenti di istruzione secondaria sviluppino le proprie abilità e attitudini imprenditoriali, prendendo quindi in considerazione l'idea di poter fondare una propria azienda di tipo agroindustriale dopo aver completato gli studi.

Ciò si traduce anche, sul versante degli studenti, in un maggiore impegno e motivazione nei confronti dell'istruzione, grazie ad un metodo alternativo e innovativo di apprendimento, molto diverso da quello tradizionale. Ci si aspetta che l'aumento di motivazione degli studenti serva a contrastare l'abbandono precoce della scuola da parte di coloro che hanno basso rendimento e sono a rischio di fuoriuscita dal sistema di istruzione.

Il programma del progetto F.A.S.T.E.S.T. non prevede che gli insegnanti erogino lezioni frontali di tipo tradizionale, ma, al contrario, che gli studenti lavorino insieme ai docenti per comprendere come siano nate e si siano evolute le aziende agroindustriali, scrivendo le sceneggiature delle storie da raccontare e girando i video.

Questo è un modello di apprendimento interdisciplinare, perché gli studenti non si occupano di un unico argomento in particolare, ma devono tener conto di diversi aspetti:

- La struttura di una storia

- La tematica relativa alla specifica azienda e relativa catena produttiva di cui vogliono raccontare la storia (ad esempio la storia di una azienda del settore caseario, con tutte le problematiche ad essa collegate)
- Il periodo storico rilevante nel quale si svolge la storia
- Le problematiche digitali collegate (la realizzazione del video e il suo editing)

L'aspetto digitale dell'attività di narrazione dovrebbe motivare ulteriormente gli studenti, in quanto i giovani hanno grande familiarità con la tecnologia digitale e sono molto felici e motivati ad usarla in un contesto di apprendimento.

D'altra parte, le tecnologie ICT sono esattamente quelle che gli insegnanti VET devono sviluppare, non essendo di norma essi addestrati a questo uso dei mezzi digitali. Anche se sono insegnanti di informatica, non sono abituati a sviluppare programmi didattici interdisciplinari, in cui le nozioni tecniche (relative all'economia o alle tecniche di lavorazione degli alimenti) possono essere apprese insieme alla storia e alle discipline umanistiche.

Il progetto F.A.S.T.E.S.T. coinvolge sia studenti che insegnanti VET nello sviluppo di 8 ipervideo relativi a 8 storie di successo di aziende agroindustriali locali.

Il partenariato è composto da 4 paesi - Italia, Portogallo, Bulgaria e Romania -, in ciascuno dei quali lavorano insieme una scuola secondaria VET e una realtà organizzativa di tipo business.

Ci si aspetta che ogni paese realizzi 2 video per raccontare la storia di 2 diverse aziende locali del settore agroindustriale. I video devono poi diventare ipervideo, arricchiti da collegamenti per navigare tra sequenze diverse, con diversi riferimenti a nozioni didattiche collegate alla storia o al programma scolastico curricolare (IO2).

Una volta terminata la realizzazione, gli ipervideo saranno quindi nuovamente manipolati dagli insegnanti che li adatteranno per renderli strumenti didattici adeguati, idonei a sviluppare programmi scolastici interdisciplinari (IO3).

Come output finale di progetto, verrà rilasciato un set completo di linee guida metodologiche, una sorta di manuale per un uso efficace della narrazione digitale come strumento didattico per lo sviluppo di competenze imprenditoriali in un contesto scolastico di livello secondario (IO4).

Gli Intellectual Output saranno rilasciati come OER (risorse didattiche aperte), a disposizione di quanti più utenti possibili, che potranno usufruire degli ipervideo e dei programmi formativi “blended”. Tutti gli Intellectual Output saranno resi disponibili su database specializzati nella condivisione di risorse e nello sviluppo professionale degli insegnanti, quali ad esempio: la piattaforma istituzionale Open Education Europa <https://www.openeducationeuropa.eu/en>, i siti internazionali OER Commons <https://www.oercommons.org> ed Edutopia <https://www.edutopia.org/>, la learning community britannica TES.COM e il portale italiano Alexandria <Http://www.alexandrianet.it/htdocs>.

Sia gli ipervideo che i file di testo, che insieme costituiscono la OER, sono disponibili per il download gratuito, il riuso e il remix sotto la licenza Creative Commons 4.0 (Attribution-Non Commercial-Share Alike) che prevede l’attribuzione all’autore originale, il riutilizzo e la modifica per scopi non-commerciali e la condivisione del nuovo documento secondo la medesima licenza (cf. www.creativecommons.com per ulteriori informazioni).

L’IO1 è una ricerca-azione intesa come studio preparatorio per descrivere la situazione attuale nei 4 paesi partecipanti circa l’effettivo sfruttamento dello storytelling e del digital storytelling per scopi didattici. IO1 è il punto di partenza oltre il quale le scuole locali VET dovranno andare per trarre profitto dal potenziale educativo dello storytelling e della tecnologia digitale.

L’Intellectual Output 2 è il cuore vero e proprio del progetto F.A.S.T.E.S.T. e si compone di:

- a. 8 ipervideo creati dagli studenti, disponibili per consultazione pubblica sul sito ufficiale del progetto www.fastesteu.com, alla pagina dedicata del social network

Facebook @fastesteuproject e sulla nota piattaforma audiovisiva YouTube
www.youtube.com

- b. Il presente case study, mirato a delineare un quadro complete dell'organizzazione logistica e pedagogica scelta da ciascuna scuola per l'implementazione delle attività di progetto e svolgere l'esperienza di video making, nonché i risultati di apprendimento degli studenti e degli insegnanti misurati dopo la sperimentazione e abbinati a un'elaborazione statistica dei feedback dei partecipanti e degli impatti attesi sui *target groups* di progetto.

I. L'Intellectual Output 2 e la sua struttura complessiva

I.1 Perché gli Ipervideo

L'Intellectual Output 2 è la parte più sfidante e complessa del progetto F.A.S.T.E.S.T. L'esito è un set di 8 ipervideo creati dagli studenti e una relazione valida come interpretazione e linee guida. Nelle sezioni successive descriveremo le fasi di implementazione offrendo un quadro completo del contest specifico di ogni scuola/paese partecipante.

In questo frangente è importante motivare la scelta dell'ipervideo come metodologia educativa ed evidenziarne le potenzialità per lo sfruttamento didattico in qualsiasi ambito dell'Istruzione.

Gli ipervideo non sono semplici video: gli utenti possono certo visionarli dall'inizio alla fine secondo una modalità di fruizione passiva, ma gli ipervideo sono anche dotati di link e bottoni cliccabili e navigabili, permettendo agli utenti di muoversi tra le diverse sezioni e i materiali digitali in modalità non-lineare e di scegliere la propria modalità di fruizione interattiva.

Gli ipervideo sono "video aumentati", arricchiti con link che permettono la navigazione attraverso diverse sequenze narrative, o di aprire finestre su materiali multimediali come ulteriori video, siti web, presentazioni e documenti per un'informazione più ampia e approfondita sui contenuti e gli argomenti trattati e un'esperienza di fruizione più immersiva.

L'ipervideo possiede un potenziale che si combina perfettamente con il tema dell'educazione all'imprenditorialità:

1. Innanzitutto, offre uno strumento didattico "blended" a docenti VET. La didattica tradizionale è infatti povera di metodologie interattive e cross-curricolari, basandosi essenzialmente sul metodo dell'erogazione frontale di contenuti sistematizzati in un programma da implementare. Questo mal si adatta con il tema dell'imprenditorialità, che in nessuno dei paesi partecipanti è una materia scolastica, ma il cui insegnamento afferisce ad aree tematiche di altre materie che toccano tangenzialmente uno o più ambiti delle cosiddette *entrepreneurial skills*. In un ipervideo possono essere trattati vari argomenti senza necessariamente imporre una gerarchia di significati e valori, con un ampio grado di varietà di contenuti stabilendo

di volta in volta il livello di dettaglio e lasciando sempre aperta la possibilità di ulteriori approfondimenti.

2. L'ipervideo aiuta i docenti VET a raggiungere anche studenti con basso livello di profitto, motivazione o con difficoltà di apprendimento, stravolgendo la logica della didattica tradizionale e della verifica degli esiti di apprendimento. Viene infatti stimolata la capacità di coinvolgere l'utente incoraggiandolo a una fruizione interattiva e proattiva, ponendo domande al medium e ricavandone in prima persona risposte
3. L'architettura dell'ipervideo permette di "agire" le cosiddette *entrepreneurial skills* performandole, mettendole in atto. Per trasformare un video in ipervideo è necessario lavorare in gruppo scegliendo contenuti, materiali già esistenti o creandone di nuovi, creare l'inquadramento di contesto logico entro il quale fruirne, e procedere alla manipolazione digitale dei video, per ottenere un prodotto finale che è frutto di progettazione, ricerca e collaborazione in team.

I.2 Fasi di IO2

L'Intellectual Output 2 si compone di tre fasi fondamentali, ciascuna delle quali guidata da partner differenti in base alle effettive competenze e profili:

	<i>Azioni</i>	<i>Partner coinvolti</i>
Attività 1	<p>Criteri per l'identificazione degli imprenditori, delle aziende, dei contesti produttivi soggetti delle video-narrazioni</p> <p>Condizioni per l'effettivo ingaggio</p>	<p>Business Partners:</p> <p>P1 Cisita Parma – Coordinatore</p> <p>P5 BCCI Bulgaria</p> <p>P4 CICIA Romania</p> <p>P7 CNJ Portugal</p>
Attività 2	<p>Realizzazione di narrazioni di impresa</p> <p>Realizzazione di flussi audio e video</p> <p>Montaggio dei video</p>	<p>Partners Education oriented:</p> <p>P3 Polo Agro Industriale Parma - Italia</p> <p>P6 PGHVT G. Pavlov – Bulgaria</p> <p>P8 Liceul Technologic Aurel Rainu - Romania</p> <p>P9 Escola Profissional Agricola Quinta da Lageosa - Portugal</p> <p>Supporto Tecnico: P2 SPELL</p> <p>Supporto alle relazioni education/business: Business Partners</p>
Attività 3	<p>Manipolazione digitale e trasformazione in ipervideo</p> <p>Sperimentazione didattica pupil-led secondo la logica del project-work</p> <p>Realizzazione di mini-imprese di studenti</p>	<p>Partners Education oriented:</p> <p>P3 Polo Agro Industriale Parma - Italia</p> <p>P6 PGHVT G. Pavlov – Bulgaria</p> <p>P8 Liceul Technologic Aurel Rainu - Romania</p> <p>P9 Escola Profissional Agricola Quinta da Lageosa - Portugal</p> <p>Supporto Tecnico: P2 SPELL</p>

		Supporto alle relazioni education/business: Partners	Business
--	--	--	----------

Per un'efficace misurazione degli impatti sui target groups, in fase di programmazione delle sperimentazioni sono stati individuati alcuni indicatori quantitativi per la rilevazione di un adeguato numero di studenti e docenti VET coinvolti nelle sperimentazioni, nonché di un campione significativo e diversificato di aziende del settore FDMP³ coinvolte, e di sperimentazioni didattiche effettivamente svolte:

Docenti VET	Studenti VET	Sperimentazioni	Aziende
1 Team interdisciplinare / Paese = 4 Team interdisciplinari Composizione Team: -Presidente -Docenti con competenze di programmazione dell'offerta formativa -Docenti con competenze VET -Docenti con competenze trasversali	2 classi o gruppi / Paese 20 studenti per classe o gruppo =40 studenti /Paese =160 studenti coinvolti in totale	2 video / Paese = 8 videonarrazioni o videointerviste 2 mini-imprese di studenti / paese per la manipolazione digitale e la resa in ipervideo = 8 mini-imprese di studenti 2 sperimentazioni pupil-led / paese in ottica di project work per la realizzazione di ipervideo = 8 sperimentazioni pupil-led	2 Aziende / Paese *4 Paesi = Tot. 8 aziende del settore FDMP Settori rappresentati: -Pasta e prodotti da forno -Carne fresca e prodotti della lavorazione della carne -Latte e derivati -Industria conserviera (vegetale /animale) -Industria Vinicola

³ FDMP = Food & Drink Manufacturing and Processing. In linea generale, si intendono le aziende del settore agroalimentare / agroindustriale

I.2.1 - IO2 Activity 1

Criteria per la scelta e l'ingaggio delle imprese

L'Activity 1 è intesa come attività preparatoria per l'intero processo di videomaking. Prima di iniziare con la parte tecnologica e digitale del progetto, è molto importante che alle scuole VET sia offerto un supporto pratico nella scelta, nell'approccio e nel successivo ingaggio degli imprenditori locali del settore FDMP disposti a essere intervistati e apparire in filmati destinati a essere resi pubblici.

I docenti VET sono generalmente molto preparati quanto a conoscenze teoriche e competenze pratiche, ma è piuttosto diffusa una maggiore difficoltà da parte dell'Istituzione Scolastica a stabilire relazioni durature con il mondo del business.

Da parte delle scuole VET, è estremamente alto l'interesse a entrare in contatto con aziende del medesimo settore industriale di riferimento, ma d'altra parte i docenti accusano una mancanza di base, nell'infrastruttura scolastica, della capacità di attrarre l'attenzione delle imprese verso i programmi di istruzione VET e soprattutto nei confronti degli studenti che presto inizieranno a cercare il lavoro dopo il diploma.

Anche da parte delle aziende, specialmente nel settore agroindustriale che mantiene un approccio piuttosto conservatore nella gestione del capitale umano, non sempre esiste una chiara comprensione del grande potenziale rappresentato dalle scuole VET come fonti di forza lavoro giovane ed immediatamente disponibile a essere impiegata dopo il diploma. Un altro inesplorato ambito di collaborazione tra le aziende FDMP e le scuole VET, è la possibilità di co-progettare e co-pianificare percorsi di istruzione e formazione VET che insegnino agli studenti le conoscenze, le abilità e le competenze di cui il settore necessita in termini di forza lavoro qualificata.

Questo è il motivo per cui l'Activity 1 ha voluto equipaggiare le scuole di alcuni strumenti per la scelta, l'approccio e infine l'ingaggio di imprenditori disposti ad apparire nei video del progetto F.A.S.T.E.S.T.

P5 BCCI, responsabile per il Controllo Qualità, ha identificato alcuni criteri per la selezione e per quindi procedere con le attività di progetto.

È stato quindi compito di tutti i business partners (P1 Cisita Parma, P4 Cicia e P7 CNJ) condividerli e adattarli al diverso contesto di ogni paese creando le condizioni più favorevoli che permettessero alle scuole di contattare le aziende e di iniziare il processo di videomaking.

I principali ambiti di ricerca sono stati:

1. Come scegliere imprenditori / imprese adatte al digital storytelling
2. Come ingaggiarli e motivarli a partecipare alle video narrazioni
3. Contenuti delle storie

Quanto al punto 1), si è chiesto alle scuole di scegliere due imprenditori / imprese provenienti da due diverse specializzazioni del settore agroalimentare/agroindustriale, incoraggiandoli a concentrare la propria attenzione sui seguenti fattori classificati in base alla facilità o difficoltà di approccio:

Tipo di imprenditore / impresa	1 facile da approcciare – 4 difficile da approcciare
Imprenditore con un'idea innovativa e la prospettiva di iniziare un nuovo business nel settore agroindustriale	1☒
Start-up o giovane imprenditore, agrimprenditore o giovane agricoltore	2☒
PMI o titolare di azienda già affermata e sviluppata	2☒ 3☒
Imprese agricole a conduzione familiare	1☒

Inoltre, è importante menzionare che il digital marketing si avvicina molto alla sfera del digital storytelling e del corporate storytelling in generale, per cui aziende che hanno interesse o che hanno già avviato investimenti nell'ambito del marketing digitale, è più probabile che siano disposte a partecipare alla creazione dei video.

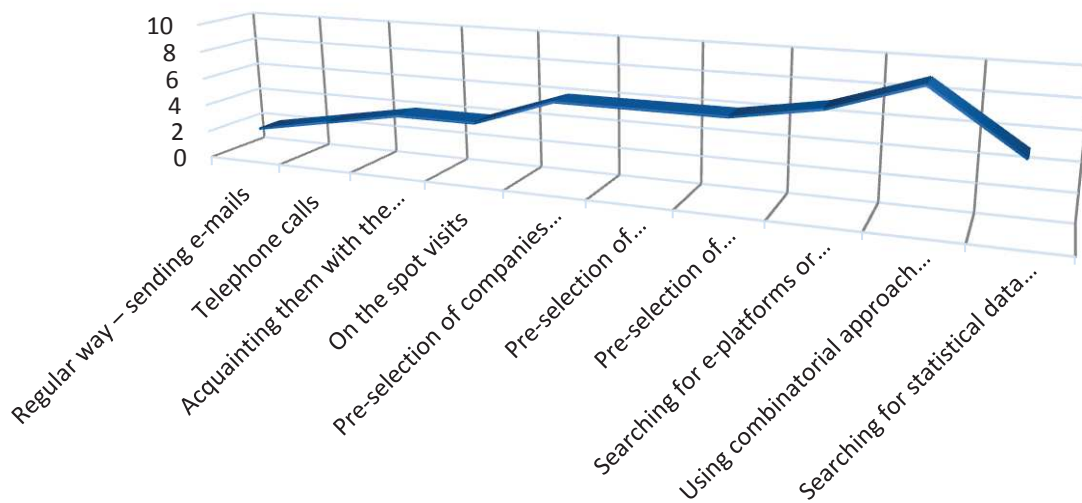
Quanto al punto 2), i partner si sono focalizzati sull'importanza dell'approccio nei confronti di aziende e imprenditori, cercando di scegliere il modo giusto per tenere vivo l'interesse nei confronti dell'education e di motivare l'imprenditore ad accettare la proposta di prendere parte al progetto. I Business partners hanno organizzato un brainstorming al fine di enucleare tutti i mezzi più comuni per entrare in contatto con le aziende e imprenditori target, e la relativa probabilità di successo nell'ingaggiarli.

Come ingaggiare imprenditori e aziende nelle video-narrazioni / modi per motivarli / come tentare di entrare in contatto

Metodi	1 – Bassa probabilità di ingaggio /8 – Alta probabilità di ingaggio							
Inviare e-mail	■	■						
Contatto telefonico	■	■	■	■				
Diffondere e informare le aziende sui dettagli del progetto e inviare loro questionari di interesse da compilare	■	■	■	■				
Visite in loco	■	■	■	■				
Pre-selezione di aziende interessate a investire nel digital marketing attraverso una ricerca desk-based	■	■	■	■	■	■		
Pre-selezione di aziende e imprenditori che utilizzano Social Media Marketing	■	■	■	■	■	■		
Pre-selezione di aziende e imprenditori con una strategia di Online Reputation Management	■	■	■	■	■	■		
Ricerca e-platforms o portali dedicati allo scampi di esperienze imprenditoriali o aziendali legate al digital storytelling	■	■	■	■	■	■	■	
Utilizzare una combinazione di approcci – selezionando criteri molteplici tra quelli descritti sopra	■	■	■	■	■	■	■	■
Ricerca dati statistici sull'interesse delle aziende verso il corporate storytelling	■	■	■	■	■			

Rappresentazione grafica della tavola di cui sopra

Processo di selezione



In generale, si è deciso di rivolgersi ad aziende e imprenditori in grado di comprendere il potenziale di visibilità e di ritorno di immagine derivante dal prendere parte a un progetto di digital storytelling a scopo educativo. Infatti, giovani imprenditori o imprese di recente fondazione hanno interesse a essere conosciute e prendono in maggiore considerazione la cosiddetta brand reputation sia online sia offline, oltre al tema generale della Corporate Social Responsibility. Essere coinvolti nel progetto F.A.S.T.E.S.T. può aiutarli a stabilire buone connessioni con le istituzioni locali ed essere riconosciuti come attori chiave nel proprio territorio.

Circa il tema 3) sui contenuti delle video-narrazioni: i video dovrebbero raccontare le storie di successo nello stabilire un business, evidenziando le qualità di un imprenditore e i tratti di personalità che fanno di un imprenditore un imprenditore.

Le storie da raccontare dovranno quindi essere:

a. Storie di successo – non di business milionari, ma solidi e in salute

b. Con una forte identità e “memoria storica” di imprenditori e lavoratori → per comunicare valori, la missione e le abilità dell’imprenditore stesso, adatti una videonarrazione

c. Con una forte inclinazione all'innovazione di prodotti e processi, per sottolineare le potenzialità occupazionali del settore agroalimentare

d. Con imprenditori e lavoratori dotati di atteggiamento positivo, altamente motivati e ingaggiati nei confronti del progetto F.A.S.T.E.S.T. e che siano interessati a raccontare le proprie storie ad attori locali (scuole, istituzioni) e ad utilizzare i prodotti video finali (OER) per attività promozionali.

I.2.2 - IO2 Activity 2: Videomaking & Editing

Premessa. Il processo di Videomaking per tutte e 4 le scuole partner è iniziato dopo l'attività di formazione formatori classificata come C.1 Short Term Joint Staff Training, prevista dalla pianificazione e dal budget di progetto come momento di training per gli insegnanti coinvolti nel progetto.

L'attività formativa, della durata di 5 giorni, si è svolta al termine dell'Intellectual Output 1 - dopo la fase preparatoria di ricerca sull'utilizzo di storytelling & digital storytelling a scopo didattico e sulle potenzialità della metodologia per l'insegnamento delle abilità imprenditoriali in ambito VET -, e subito dopo il lancio dell'Intellectual Output 2 con il relativo workplan e programma di implementazione.

L'attività, a cui hanno partecipato almeno 3 docenti provenienti da ciascuna delle 4 scuole coinvolte nel progetto, si è posta i seguenti obiettivi di apprendimento per gli insegnanti VET:

- Riconoscere e comprendere gli elementi costitutivi di una storia
- Saper ideare una storia strutturata secondo lo schema prestabilito
- Scrivere la sceneggiatura di uno video in base alla struttura della storia ideata
- Tecniche di ripresa
- Tecniche di montaggio
- Tecniche di manipolazione digitale (ipervideo)

A valle della formazione, è stato redatto e consegnato un documento a raccolta delle capacità e conoscenze acquisite dai docenti grazie alla propria partecipazione all'evento. Le

competenze sviluppate sono state sintetizzate nell'Appendice II in calce al presente documento. Per quanto riguarda invece i dettagli tecnici e i passaggi necessari per fare un video dall'ideazione, alla sceneggiatura, alle riprese e al montaggio, si rimanda alle Linee Guida Tecniche di cui al successivo Intellectual Output 4.



Figg. 1 e 2 –

*Momenti di formazione durante
l'Attività C1 Short Term Joint Staff
Teacher Trainina a Boloana*



Fase preparatoria. Le scuole sono state invitate a considerare l'importanza fondamentale di costruire una storia ben strutturata e una solida sceneggiatura prima di iniziare le riprese video. Immagini filmate senza una storia, video senza una regia sono infatti facili da

produrre ma privi di un significato e un valore educativo. In base alla propensione delle scuole e/o delle aziende coinvolte per le videoriprese, sono state identificate tre possibili strade da seguire:

- a. Video-intervista all'imprenditore selezionato
- b. Storia inventata e interpretata dai ragazzi, ispirata dalla storia dell'azienda o dell'imprenditore selezionato
- c. Combinazione dei due approcci nello stesso video in proporzione variabile

Quanto alla storia, P2 S.P.E.L.L. ha consigliato le scuole di inventarne una utilizzando la struttura archetipica conosciuta come il *Viaggio dell'Eroe*, teorizzata dallo studioso statunitense Christopher Vogler già alcuni decenni fa.⁴ Secondo questo modello, ogni narrazione ripropone uno o più aspetti del seguente schema:

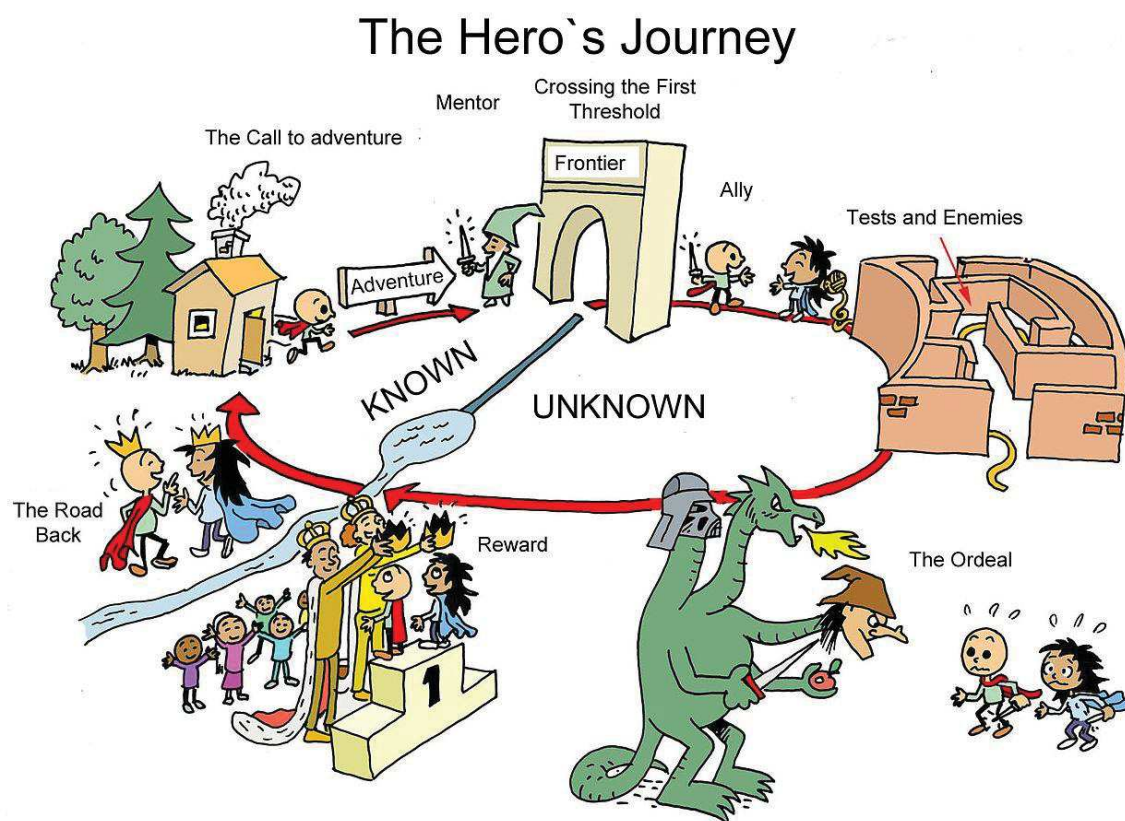


Fig. 3 – Schema del viaggio dell'eroe

⁴ Christopher Vogler, *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*. 3. ed. 2007, per la traduzione italiana Christopher Vogler, *Il viaggio dell'eroe*, Dino Audino, Roma 1992 ed edizioni successive

Il *frame* del Viaggio dell'Eroe tradizionalmente ritrae un protagonista che vive in un mondo ordinario, ovvero in una situazione in cui regna l'equilibrio. Tale situazione di staticità viene turbata da un evento scatenante che compromette per sempre la quiete apparente in cui sembrava trovarsi il protagonista, ispirandolo e chiamandolo più o meno forzatamente all'azione. Si entra in tal modo nel cuore della vicenda avventurosa, che comporta, oltre a una serie di peripezie più o meno complicate, un'evoluzione psicologica e morale dell'eroe, che diventa più maturo e oltrepassa senza possibilità di ritorno una soglia che rappresenta un capitolo successivo nella propria esistenza. In tal modo la storia approda anche a una nuova situazione di equilibrio, un nuovo mondo ordinario in cui però il protagonista, insieme agli altri personaggi, è ormai diventato una persona più saggia e adulta.

Data la propria struttura ricorrente, il modello del Viaggio dell'Eroe si presta molto facilmente ad essere sfruttato in ambito scolastico, grazie al forte valore simbolico, morale e formativo delle vicende, dei protagonisti e dei personaggi. Inoltre, per quanto riguarda più da vicino il progetto F.A.S.T.E.S.T., il tema dell'ispirazione a diventare imprenditori e lo sviluppo di tratti e qualità personali che afferiscono all'ambito dell'imprenditorialità, si avvicinano molto per approssimazione all'evento scatenante che rompe l'equilibrio del "mondo ordinario" del modello di Vogler. Allo stesso modo, la fondazione di un'impresa, l'azione dell'intraprendere una nuova venture e superare una serie di sfide commerciali e finanziarie assumendosene rischi e responsabilità, per poi raggiungere una situazione di consolidata stabilità, ripete perfettamente lo schema archetipico del Viaggio dell'Eroe.

Scelta degli studenti target. Alle scuole è stato chiesto di coinvolgere almeno 2 classi o gruppi di studenti per ciascuna scuola (circa 20 studenti per ogni classe*2 = 40 studenti per scuola/paese = 160 studenti in totale). È stata lasciata alle scuole la decisione sui profili degli studenti da coinvolgere nel progetto. Gli studenti avrebbero potuto presentare qualsiasi delle seguenti caratteristiche:

- Studenti dal profitto elevato oppure studenti dal basso profitto, studenti con bassa motivazione o condizioni socio-economiche favorevoli
- Studenti dotati di abilità informatiche o studenti colpiti dagli effetti del digital divide

- Studenti normodotati o studenti con impedimenti fisici, difficoltà di apprendimento o bisogni educativi speciali

Nonostante ciò, gli insegnanti sono stati incoraggiati a coinvolgere almeno una certa percentuale di studenti a rischio di abbandono scolastico (ESL, fenomeno noto come *early school leaving*) o a rischio di esclusione sociale.

Procedura standard seguita da ciascuna delle quattro scuole/paese coinvolte (P3 Bocchialini, P6 G. Pavlov, P8 Aurel Rainu, P9 Quinta da Lageosa). Nonostante le particolarità dei diversi contesti scolastici, ciascun team di docenti ha seguito una procedura standard che è stata raccomandata sia dal Coordinatore P1 Cisita Parma e dal partner tecnico P2 SPELL. Le attività suggerite in piccoli passi sono state:

1. Partire dallo strumento “Storyboard Tool” contenuto in IO1 – Attività 2

Guidare i propri studenti nell’identificare le due storie tenendo in considerazione:

- a. La struttura di una storia (story finding)
- b. La sceneggiatura del video (story telling)
- c. I collegamenti con le materie scolastiche e i programmi didattici (story expanding)
- d. Il processo di apprendimento e gli impatti sugli studenti (story processing)
- e. Il processo di trasformazione negli studenti e la ricerca del significato del processo stesso (story reconstructing)

Quanto ai tratti imprenditoriali da evidenziare nelle business people che gli studenti via via avrebbero incontrato durante le attività progettuali, sono stati incoraggiati a investigare e valorizzare:

- a. La storia personale dell’imprenditore e la sua visione
- b. La sua ambizione e i suoi valori
- c. La storia di come l’impresa è stata fondata e avviata

2. Abbozzare la struttura dei video utilizzando la griglia per lo storyboard creata dal partner tecnico P2 SPELL (vedi Appendice II).

Dopo aver creato la struttura della storia, agli studenti è stato suggerito di disegnare le diverse scene, per riassumere i punti principali della narrazione e per aver un piano più adeguato per la sceneggiatura. Disegni e schizzi infatti aiutano ad avere un'idea chiara in testa prima di procedere a girare qualsiasi immagine video.

Immagine n ...	Immagine n ...
<i>(scena 1)</i>	<i>(scena 2)</i>
Immagine n ...	Immagine n ...
<i>(scena 3)</i>	<i>(scena 4)</i>

Tavola 1 – Tool per lo storyboard design

Prima di effettuare qualsiasi ripresa, è di vitale importanza produrre uno schema molto dettagliato della sceneggiatura, noto dal punto di vista tecnico come LOG. Nel Log, i videomakers dovrebbero elencare tutte le scene con un'accurata descrizione del SET dove la scene stesse si svolgono, e quale videocamera sta riprendendo le immagini (nel caso siano utilizzate due o più macchine). Ogni scena dovrebbe essere divisa in più *Shots* in base a tutte le diverse azioni o situazioni che si vogliono raccontare, e ogni *ciak* può essere rifatto tutte le volte necessarie (*take*) – in tal modo anche tutti i *ciak* devono essere elencati. Senza compilare il Log, qualsiasi video è privo di una struttura di base logica e del senso stesso della storia che si intende raccontare.

Scena	SET	Shot	Cam	Take	Descrizione	Note	Clip audio	Clip video
<i>Scena 1</i>								
<i>Scena 2</i>								
<i>Scena 3</i>								
<i>Scena 4</i>								

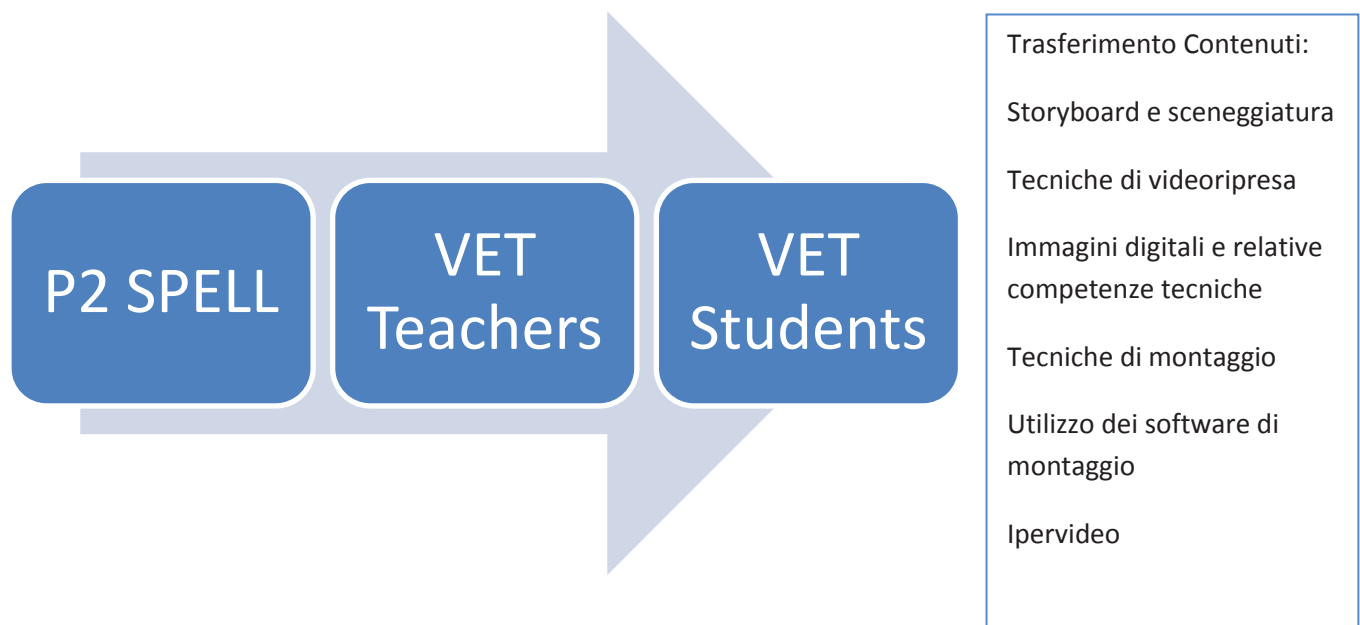
Tavola 2 – Log

Note sull'organizzazione logistica e pedagogica delle sperimentazioni. In tutte e quattro le scuole partecipanti le attività progettuali hanno previsto sin dalle fasi iniziali dell'Attività 2 dell'Intellectual Output 2 una stretta collaborazione e interazione tra docenti e studenti, in una costante commistione di approcci didattici tradizionali e metodologie sperimentali e innovative. La fase più direttamente presidiata dai docenti è stata invece l'Attività 1, dedicata alla scelta e all'ingaggio delle aziende per la partecipazione al progetto. I criteri che hanno guidato i docenti nell'approcciare le aziende e nel proporre loro di aderire all'attività di videomaking sono stati:

- Prima di tutto, pre-esistenti rapporti di collaborazione scuola / azienda per la realizzazione di tirocini curricolari o extra curricolari per la formazione professionale degli studenti
- La possibilità di puntare sul fatto che le aziende potessero godere di una certa visibilità e pubblicità a costo zero e a fronte di un limitato investimento in termini di tempo
- La possibilità di presentare alle aziende giovani prossimi al diploma e quindi a breve disponibili a entrare nel mondo del lavoro come forza lavoro qualificata e adeguatamente formata nell'ambito delle tecnologie agroalimentari /agroindustriali

- In ultima analisi, contatti e conoscenze personali dei docenti con gli imprenditori selezionati, grazie alla prossimità di settore education/business e alla dimensione locale delle attività

Una volta identificate le 2 aziende / paese partecipanti al progetto e ottenuta da esse la conferma di partecipazione all'attività di videomaking, ciascun team di docenti (un team per ogni scuola) ha organizzato le attività di ripresa video e montaggio secondo il seguente schema generale:



Gli insegnanti di tutte e quattro le scuole hanno appreso i contenuti in occasione della Formazione Formatori di Bologna (Attività C1, vedi sopra la *Premessa* al paragrafo I.2.2), per poi trasferirli a propria volta agli studenti nell'ambito delle attività di progetto. Le fasi successive si sono poi svolte secondo una metodologia sperimentale improntata all'apprendimento collaborativo, che ha visto il ruolo dell'insegnante evolversi da una funzione tradizionale di pura erogazione frontale di contenuti e trasferimento di nozioni pronto uso, a un più evoluto ruolo di facilitatore dell'apprendimento, di mediatore tra contenuti tecnici e abilità relazionali all'interno del gruppo di lavoro, e di supervisore guida degli stessi processi di apprendimento partecipativo.

Cosa	Chi	Modalità
Elaborazione della storia da narrare	Studenti	Supervisione docenti: suddivisione dei compiti tra i sotto-gruppi di studenti; controllo della struttura logico-narrativa individuata, estrapolazione di meta-significati e di contenuti non valorizzati dai ragazzi
Elaborazione della sceneggiatura	Studenti	Supervisione docenti: suddivisione dei compiti tra i sotto-gruppi di studenti; controllo della struttura logico-narrativa individuata, eventuale integrazione di elementi mancanti nella sceneggiatura o rimozione / ricalibrazione di elementi superflui o ridondanti
Elaborazione delle domande per l'intervista agli imprenditori	Studenti	Supervisione dei docenti, controllo della correttezza formale delle domande, revisione del registro linguistico utilizzato e messa a punto dei contenuti trattati; estrapolazione di meta-significati e di contenuti non valorizzati dai ragazzi
Visite aziendali	Prima visita da parte dei docenti per concordare con l'imprenditore le modalità dell'incontro coi	Visita all'azienda, ai reparti produttivi. Descrizione dei processi di produzione e dei macchinari.

	ragazzi Seconda visita insieme al gruppo di studenti coinvolti nella sperimentazione	Colloquio con l'imprenditore, svolgimento dell'intervista
Videoriprese	Studenti Docenti (spesso sono state utilizzate due o più videocamere /smartphone) per la registrazione audio e video, e per la creazione di video di backstage o di video di prova poi scartati in fase di montaggio	Monitoraggio in itinere delle videoriprese: correzione e revisione live delle tecniche di ripresa effettuate. Suddivisione dei compiti di ripresa all'interno del gruppo di studenti e docenti (registrazione clip audio e clip video)
Montaggio	Docenti	Utilizzo del software di editing all'interno delle apparecchiature digitali dell'equipaggiamento scolastico
Traduzione in Inglese dei dialoghi e del "parlato"	Studenti	Supervisione docenti: suddivisione dei compiti tra i sotto-gruppi di studenti, correzione e revisione della traduzione

I.3 – IO2: i prodotti delle sperimentazioni

In questa sezione saranno ampiamente descritti e contestualizzati i prodotti multimediali creati dalle scuole partner nell'ambito del progetto F.A.S.T.E.S.T. Come spiegato nelle pagine precedenti, le attività del progetto hanno tenuto distinti i momenti di acquisizione dei flussi audio e video (Videomaking & editing) dalla manipolazione digitale dei prodotti e trasformazione in ipervideo. Quest'ultima fase, codificata come Attività 3, è da intendersi come vera e propria sperimentazione pupil-led organizzata secondo la logica del project work. In essa, gli studenti hanno dovuto agire le proprie abilità imprenditoriali apprese durante le fasi precedenti del progetto, e costituire mini-imprese autogestite per la creazione e implementazione di ipertesti digitali per passare da un semplice video a un video aumentato, arricchito e navigabile (ipervideo). Pur trattandosi di attività separate all'interno del medesimo Intellectual Output 2, per ragioni di struttura logica ne forniremo un'unica descrizione complessiva nei paragrafi a venire, distinguendo per scuola/paese e dando tuttavia evidenza dei passaggi intermedi necessari ad ottenere il prodotto finale:

- costituzione del team di lavoro
- scelta e ingaggio delle aziende
- individuazione della struttura della storia
- sceneggiatura
- acquisizione flussi audio e video
- resa in ipervideo

I.3.a ITALIA

Per quanto concerne la produzione di ipervideo, l'Italia è rappresentata da P3 ISS Galilei Bocchialini Solari, istituto tecnico a vocazione agroindustriale localizzato a Parma, nel cuore della Food Valley. L'istituto è noto come "Polo Agroindustriale". Nelle attività di progetto è stata coinvolta una sola sezione del Polo, l'Istituto Tecnico Agrario Statale "Fabio Bocchialini". L'ITAS Bocchialini offre tre diversi percorsi formativi quinquennali, che portano al Diploma di Istruzione Secondaria Superiore riconosciuto dallo Stato Italiano previo superamento da parte dei candidati dell'Esame di Stato:

- Gestione dell'ambiente e del territorio
- Produzioni e trasformazioni
- Viticoltura ed Enologia

Composizione del team di docenti. Il team si è costituito all'inizio del progetto e ha coordinato tutte le attività nelle varie fasi di implementazione. Il personale coinvolto è stato:

- La Preside dell' ISS Galilei Bocchialini Solari Prof.ssa Anna Rita Sicuri
- Il Vice Preside e docente di Agronomia, Estimo e Genio Rurale Prof. Fabrizio Manfredi
- La docente di Diritto, Economia e Sostegno a studenti con bisogni educativi speciali Prof.ssa Marica Vitti
- Il docente di Produzioni Vegetali e Animali e Trasformazioni Prof. Antonio Ciuffreda

Contatti: ITAS - F.Bocchialini

Viale Piacenza 14, 43126 Parma (PR)

Tel: 0521995616; Fax: 0521982144

Email: itas@poloagroindustriale.gov.it

<http://www.poloagroindustriale.gov.it/>

Organizzazione delle sperimentazioni: le sperimentazioni sono state svolte durante il normale orario scolastico, utilizzando le ore curricolari allocate al Programma Nazionale

noto come “Alternanza Scuola Lavoro” (ASL vd. Riforma della *Buona Scuola*, L. 107/2015). Si tratta della strada italiana verso l’implementazione del Work-Based Learning, che rende obbligatorio per tutti gli istituti secondari VET offrire agli studenti almeno 400 ore di formazione nel triennio superiore sia presso aziende sia a scuola grazie ad attività speciali di simulazione d’impresa. Il progetto F.A.S.T.E.S.T. è stato impiegato per coprire una parte del monte ore/studenti nell’ambito di ASL (almeno 90 ore per studente coinvolto).

Primo Ipervideo – Rodolfi Mansueto SpA, pomodoro a Parma dal 1896

Rodolfi Mansueto SpA

Strada Qualatico 14, 43044 Ozzano Taro (Parma)

Tel.+39.0521.333111

Fax +39.0521.809819

Email: info@rodolfimansueto.com

www.rodolfimansueto.com

Facebook: www.facebook.com/rodolfimansueto

Con più di 120 anni di esperienza, la Rodolfi Mansueto S.p.A. è una delle più antiche industrie italiane a produrre polpa di pomodoro a pezzetti e fine, pasta di pomodoro, salse e sughi, passata di pomodoro e preparati in polvere utilizzando pomodori freschi e coltivati naturalmente.

La Rodolfi Mansueto è particolarmente adatta allo scopo di storytelling, dal momento che si tratta di un business a conduzione familiare tramandatosi nei decenni. Fondata nel 1896 come opificio per la lavorazione del pomodoro da Remigio Rodolfi, è stata ampliata all’inizio del Ventesimo secolo dal nipote Mansueto, che aveva inoltre esperienza nella produzione del Parmigiano Reggiano. Mansueto portò la produzione a livello industriale, costruendo i primi moderni impianti per la lavorazione e trasformazione del pomodoro. Egli diede inizio anche ad alcune attività di marketing inventando brand di passata e polpa di pomodoro e base per sughi come “Alpino”, “Ardita” & “Ortolina” che sono tutt’ora sul mercato. Dopo la Seconda Guerra Mondiale il figlio Giuseppe costruì impianti più grandi e meccanizzati, sostituendo e rinnovando le vecchie linee che erano state danneggiate dai bombardamenti, e iniziò inoltre a produrre sughi pronti conto terzi a livello locale e nazionale. Oggi, insieme

ai figli di Giuseppe Aldo, Isabella e Maria Virginia, la Rodolfi Mansueto è alla quarta generazione di imprenditori, che si trovano ad affrontare le sfide dell'internazionalizzazione e della conquista di nuovi mercati.

Video. Il video sull'azienda Rodolfi Mansueto si intitola "La Passata e il Futuro" ed è disponibile su **YouTube** nel canale ITAS FASTEST al seguente URL pubblico e permanente: https://www.youtube.com/watch?v=1_TaO7WtJn4



Studenti coinvolti: la classe coinvolta è stata la 4D dell'indirizzo Viticoltura ed Enologia. I ragazzi frequentano il quarto anno di scuola secondaria e hanno circa 17-18 anni. Il numero totale degli studenti coinvolti è stato più di 20. All'interno del gruppo sono presenti alcuni studenti non particolarmente brillanti in termini di profitto scolastico, con motivazione talvolta bassa e scarsa attitudine allo studio teorico, oltre che una tendenza a disturbare in classe. È stato quindi importante coinvolgerli in attività pratiche in modo che potessero concentrare la propria attenzione su compiti accattivanti in una situazione di apprendimento non-formale.

La storia. La narrazione è ispirata alla struttura del *Viaggio dell'Eroe* (vedi sopra, paragrafo I.2.2): il protagonista è un business man di successo in età ormai adulta, presentato nel suo momento di massima prosperità economica raggiunta. Il personaggio è interpretato da uno dei ragazzi della classe 4D. Il video utilizza la tecnica del flashback per raccontare la storia di come questo imprenditore di successo ha iniziato a pensare di fondare una propria attività. È iniziato tutto molti anni prima, durante una visita presso l'azienda Rodolfi Mansueto, dove

i suoi insegnanti e compagni di studio incontrano e intervistano Aldo Rodolfi, l'attuale titolare dell'azienda. Il ragazzo si annoia e, senza essere visto, si intrufola negli impianti produttivi insieme a un'altra compagna con cui osserva tutti i macchinari e i processi industriali. Le immagini mostrano tutto quello che i due giovani vedono coi propri occhi, e allo stesso tempo lo spettatore può ascoltare l'intervista con il sig. Rodolfi. Dopo la gita nella fabbrica, i studenti sono sgridati dall'insegnante, che promette di punirli per essersi allontanati dal gruppo e per la loro svogliatezza. Nonostante ciò, questa esperienza ha ispirato il ragazzo, che diventerà egli stesso un imprenditore e, una volta adulto e in carriera, tornerà alla propria scuola per condividere con le generazioni più giovani il segreto del proprio successo.



Immagine 4 & 5 – Studenti e docenti della scuola P3 Bocchialini visitano l'azienda Rodolfi Mansueto e girano alcune video immagini



Ipervideo. Nel pianificare l'Attività 3 di trasformazione in ipervideo, si è tenuto conto prima di tutto della metodologia di lavoro Pupil-led e della logica di Project work con cui si è ricevuto mandato di procedere. I docenti hanno quindi cercato di organizzare le attività in modo che gli alunni potessero il più possibile prendere decisioni autonome in gruppo ed

autogestire il proprio lavoro, con la supervisione e l'intervento dei docenti quando necessario o richiesto.

Il prodotto finale è appunto un video navigabile e cliccabile, che stravolge la logica dello spettatore passivo. Il video si può fruire come una semplice storia narrata, oppure si possono consultare contenuti di carattere storico (Parma e il suo territorio nei secoli), approfondimenti sulle caratteristiche botaniche e nutrizionali del pomodoro in quanto frutto, e sulla filiera industriale del pomodoro in quanto e relativa trasformazione in prodotto finito commerciabile.

È stato creato un apposito portale sfruttando le potenzialità di **Google Sites** che ha permesso l'implementazione di una serie di sotto pagine ciascuna dedicata a un tema specifico e corredata di materiale consultabile e scaricabile gratuitamente ai relativi link:

Storia:

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/parma-history/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/maria-luigia/>

Botanica:

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/agronomia-del-pomodoro/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/fisiopatie/>

Economia, Industria:

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/aziende-del-pomodoro-a-parma/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/macchine-di-raccolta/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/statistica-pomodoro/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/storia-del-pomodoro/>

Prodotti Finiti:

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/prodotti-finiti/>

<https://sites.google.com/a/poloagroindustriale.gov.it/tomato/>

Tutte le sotto sezioni dispongono inoltre di una traduzione in lingua inglese, redatta dagli studenti come parte integrante del lavoro di gruppo. Nel caso in cui un documento non sia disponibile in versione integrale tradotta, sono stati approntati *abstract* riassuntivi per sezione o per argomento trattato.

L'ipervideo contiene inoltre altri due link a video autoprodotti dagli studenti di P3 Bocchialini nell'ambito della medesima sperimentazione, frutto in parte delle visite svolte in azienda durante le videoriprese e interviste con la famiglia di imprenditori, e in parte delle attività pupil-led che ha dato vita alla mini-impresa di studenti:



Figura 6 – lo screenshot del video sulla storia e curiosità di Parma, diretto e interpretato dagli studenti di P3 Bocchialini

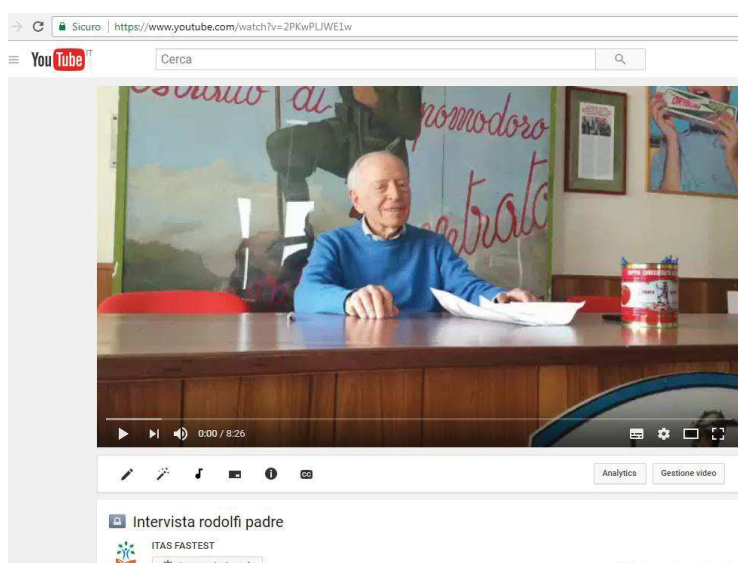
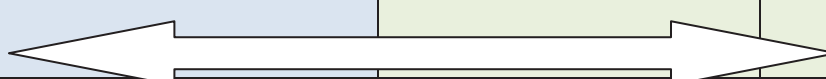


Figura 7 – lo screenshot della video intervista al più anziano rappresentante dell'azienda Rodolfi Mansueto, il signor Giuseppe Rodolfi attualmente titolare della ditta, mentre racconta la storia della propria giovinezza e di come ha iniziato la propria carriera imprenditoriale.

Organizzazione pedagogica della sperimentazione. I docenti hanno organizzato un'attività di brainstorming in classe, per mettere gli studenti nella condizione di individuare loro stessi nodi tematici e contenuti del video, facilitando la meta-riflessione e l'analisi critica di testo e sotto-testo. Una volta individuati i macro-filoni tematici, è stato chiesto agli alunni di

scegliere alcuni sotto-temi da sviluppare e approfondire ulteriormente. Lo schema di lavoro è stato quindi il seguente:

	PARMA e il suo territorio	IL POMODORO	
Tema STORIA LOCALE	Storia di Parma	Botanica del Pomodoro Fisiopatie Pomodoro: usi e ricette	Tema SCIENZE NATURALI - AGROALIMENTARE
	Il Ducato di Parma e la figura storica di Maria Luigia d'Austria	Economia del Pomodoro Trasformazione Pomodoro Prodotti Finiti	Tema FILIERA INDUSTRIALE DEL POMODORO
 <p>TEMI TRASVERSALI: Storia dell'industria del pomodoro Le aziende del pomodoro a Parma Macchinari per la raccolta e la lavorazione del pomodoro</p>			

Gli studenti sono stati quindi divisi in sotto gruppi organizzati in mini-imprese, a ciascuna delle quali è stato affidato il compito di ricerca e sviluppo di materiali e documenti di approfondimento sui temi sopra elencati. Le abilità imprenditoriali messe in campo ed allenate in questa attività afferiscono sia all'area delle competenze relazionali sia delle competenze più tecniche e pratiche:

HARD SKILLS	SOFT SKILLS
Ricerca di informazioni e contenuti digitali e non Organizzazione e sistematizzazione logica dei contenuti Creazione e stesura dei nuovi contenuti Revisione e validazione prodotto finale	Organizzazione del Lavoro di Gruppo Auto-suddivisione dei compiti Gestione di conflitti e ricerca di soluzioni

Secondo Ipervideo – Azienda Agricola Bertinelli, Parmigiano Reggiano dal 1895

Azienda Agricola Bertinelli Gianni e Nicola s.s.

Strada Pedemontana, 2 43015 Noceto (Parma, IT)

Tel.+39. 0521 620776; Fax +39. 0521 621615

www.bertinelli.it

Email: info@bertinelli.it

www.facebook.com/AziendaAgricolaBertinelli/

Fondata nel 1895 da Giovanni Bertinelli come caseificio sociale, attualmente l'azienda condotta dal bis-nipote Nicola Bertinelli si autodefinisce come Azienda Agricola 2.0. Partendo da un prodotto come il Parmigiano Reggiano, con più di 900 anni di storia, l'azienda unisce una tradizione profondamente legata al territorio con l'innovazione legata all'approccio con il territorio. L'idea del titolare Nicola Bertinelli è stata trasformare un'azienda a conduzione familiare in un nuovo modello di business. Nicola ha due lauree (in Scienze Agrarie e in Economia e Commercio), un master in Economia presso la Facoltà di Agraria dell'Università di Guelph (Canada) e ha svolto quattro anni da Professore di Economia in Canada, per poi tornare in Italia e mettersi in gioco in un modo innovativo di produrre nell'agroalimentare.

Oggi l'azienda comprende quattro business units complementari:

- La tradizionale produzione di Parmigiano Reggiano
- Il commercio retail nei punti vendita a marchio Bertinelli
- La ristorazione
- L'intrattenimento serale

L'azienda agricola è la naturale base di tutto: con una storia pluricentenaria alle spalle, produce formaggio rispettando i lunghi tempi di stagionatura previsti. Per dare liquidità al sistema, che diventa remunerativo almeno dopo 2 anni dalla produzione, sono stati aperti punti vendita che rappresentano un'evoluzione rispetto ai classici "spacci aziendali". In particolare il punto vendita adiacente al caseificio a Noceto, che gode di una posizione strategica su un'importante arteria di traffico, offre la possibilità di ristoro agli automobilisti

di passaggio anche molto presto al mattino e tardi la sera, con annesso ristorante e, da circa 10 anni, anche un luogo di intrattenimento serale con piscina, noto come “Caseificio della Musica”. Ciò riflette il pensiero dell’imprenditore, per il quale è di vitale importanza per la salute del business intessere relazioni reciproche con il territorio, in un vicendevole scambio di servizi, utenze e opportunità.

Video. Il video sull’azienda Bertinelli si intitola “Dalle stalle alle stelle: il caso Bertinelli” ed è disponibile su **YouTube** nel canale “4B ITAS F. Bocchialini” al seguente URL pubblico e permanente: <https://www.youtube.com/watch?v=ok5xoZL38mY>



Studenti coinvolti: la classe coinvolta è stata la 4B dell’indirizzo “Gestione dell’ambiente e del territorio”. I ragazzi frequentano il quarto anno di scuola secondaria e hanno circa 17-18 anni. Il numero totale degli studenti coinvolti è stato più di 20. Il gruppo si presenta come particolarmente affiatato e competente nel mettere in campo abilità relazionali e di lavoro di gruppo, mentre dall’altra parte presenta attitudini allo studio e all’apprendimento teorico-pratico di livello superiore alla media delle altre classi dell’Istituto frequentanti il medesimo anno.

Struttura del video. Anche in ragione del profilo elevato degli studenti coinvolti, si è ritenuto opportuno strutturare il filmato come video intervista all'imprenditore Nicola Bertinelli, attuale titolare dell'impresa ereditata da almeno tre generazioni di produttori di Parmigiano Reggiano. Le attività in classe hanno previsto un momento di brainstorming facilitato e supervisionato dai docenti ma condotto in prima persona dai ragazzi, che hanno abbozzato il *concept* del video secondo due filoni principali:

Temi	Contenuti di dettaglio
L'azienda e il processo produttivo del Parmigiano Reggiano	- Il contesto territoriale - Immagini dell'azienda: <ul style="list-style-type: none"> - l'allevamento - la raccolta e trasformazione del latte - la produzione del formaggio - i punti vendita retail - la location adibita a ristorante e intrattenimento
L'intervista all'imprenditore	<ul style="list-style-type: none"> - La storia dell'azienda - La formazione dell'imprenditore - Le competenze necessarie per fare l'imprenditore - Ruoli chiave in azienda - Come funziona l'azienda? - I principi e i valori guida dell'imprenditore - La relazione tra impresa e territorio

In base alla struttura individuata, gli studenti hanno redatto lo schema dell'intervista, alternando le riprese dell'intervista stessa condotta da un alunno in veste di intervistatore, a immagini che mostrano il processo di produzione del formaggio e i locali aperti al pubblico, in modo da dare una visione a 360 gradi della realtà Bertinelli.



Figura 7 – Studenti di P3 Bocchialini in visita all’Azienda Agricola Bertinelli



Figura 8 – Studenti di P3 Bocchialini distribuiscono il foraggio ai bovini dell’allevamento Bertinelli

Ipervideo. Nel pianificare l’Attività 3 di trasformazione in ipervideo, si è tenuto conto prima di tutto della metodologia di lavoro Pupil-led e della logica di Project work con cui si è ricevuto mandato di procedere. I docenti hanno quindi cercato di organizzare le attività in modo che gli alunni potessero il più possibile prendere decisioni autonome in gruppo ed autogestire il proprio lavoro, con la supervisione e l’intervento dei docenti quando necessario o richiesto.

Il prodotto finale è un video navigabile e cliccabile, che stravolge la logica dello spettatore passivo. Il video si può fruire come una semplice videointervista, oppure si possono consultare contenuti di carattere storico (la storia del Parmigiano Reggiano dal XII secolo a oggi), approfondimenti sugli aspetti zootecnici legati ai bovini da latte (nutrizione animale), sulla filiera industriale del latte e relativa trasformazione in prodotto finito commerciabile e sul management di un’azienda agroalimentare.

È stato creato un apposito portale sfruttando le potenzialità di **Google Sites** visitabile al link <https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home> che ha permesso l'implementazione di una serie di sotto pagine ciascuna dedicata a un tema specifico e corredata di materiale consultabile e scaricabile gratuitamente ai relativi link:

<p>Storia & Contesto Zootecnico:</p> <p>https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home/la-storia-del-parmigiano-reggiano</p> <p>Sotto-contenuti: La storia del Parmigiano Reggiano</p>
<p>Alimentazione & Nutrizione:</p> <p>https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home/l-alimentazione-dei-ruminanti</p> <p>Sotto-contenuti:</p> <p>Nutrizione Animale (quali sono gli alimenti per gli animali)</p> <p>Alimentazione animale (formulazione e somministrazione della razione)</p>
<p>La trasformazione dal latte al formaggio (prodotto finito):</p> <p>https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home/la-produzione-del-latte</p> <p>Sotto-contenuti:</p> <p>Le caratteristiche del latte come alimento</p> <p>Il processo di trasformazione del latte in formaggio</p>
<p>Economia zootecnica in aziende di bovini da latte:</p> <p>https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home/economia-in-un-azienda-zootecnica</p> <p>Focus Tematico: I costi aziendali (produzione, trasformazione e stagionatura)</p>
<p>Il management in aziende zootecniche:</p> <p>https://sites.google.com/site/contenutididatticiprogettoka2/home/gestione-della-stalla-e-degli-aspetti-zootecnici</p> <p>Sotto-contenuti:</p> <p>Legislazione sul trattamento degli animali</p> <p>Biosostenibilità</p>

Da segnalare che ogni argomento trattato è accompagnato da documenti in formato word o powerpoint, corredati di immagini e didascalie a commento e approfondimento dei

contenuti proposti. Tutte le sotto sezioni dispongono inoltre di una traduzione in lingua inglese, redatta dagli studenti come parte integrante del lavoro di gruppo. Nel caso in cui un documento non sia disponibile in versione integrale tradotta, sono stati approntati *abstract* riassuntivi per sezione o per argomento trattato.

È inoltre importante segnalare che il Sito, nato per scopi progettuali, è in realtà diventato uno strumento didattico utilizzato dai docenti all'interno dell'Istituto P3 Bocchialini per la formazione anche di studenti appartenenti ad altre classi o indirizzo di studio. Non solo, il Sito è costantemente implementato dagli studenti stessi della scuola, a cui vengono assegnato progetti di ricerca e sviluppo di nuovo materiale da aggiungere alla risorsa multimediale creata. Per questo motivo, il Sito appare come un cantiere aperto, sempre in fase di continuo ampliamento e modifica migliorativa.

Il medesimo canale Youtube offre anche altri due video realizzati per il progetto F.A.S.T.E.S.T.: l'intervista completa all'imprenditore Nicola Bertinelli, senza tagli dovuto ad esigenze di brevità e montaggio, e un breve video-documentario teacher-led sulla trasformazione industriale del latte e sulla produzione del Parmigiano Reggiano:



Figura 9 – lo screenshot della video-intervista integrale all'imprenditore Nicola Bertinelli dell'azienda agricola Bertinelli di Noceto (PR)

Figura 10 – lo screenshot del video dedicato alla produzione del Parmigiano Reggiano, realizzato a scopo didattico dal personale docente di P3 Bocchialini



Organizzazione pedagogica della sperimentazione. La metodologia, le attività e i risultati di apprendimento sono i medesimi del Primo Ipervideo sull'azienda Rodolfi Mansueto (vedi sopra la tabella sulle Hard & Soft Skills da performare e agire nell'ambito della sperimentazione pupil-led).

La realizzazione tecnica dell'ipervideo è stata curata con particolare attenzione dall'alunno Alberto Leporati della classe 4B, che ha raccolto il lavoro di ricerca dei propri compagni sistematizzandolo in un "ambiente ipervideo" funzionante e di facile fruizione.

I.3.b – BULGARIA

Per quanto concerne la produzione di ipervideo, la Bulgaria è rappresentata da P6 PGHVT, la Scuola Professionale per le Tecnologie Alimentari “Prof. Georgy Pavlov” di Sofia, la capitale dello stato balcanico. L’Istituto fu fondato in 1951 come scuola tecnica per la trasformazione di carne e prodotti derivati. La scuola nacque su iniziativa di Marin Marinov, titolare di una macelleria, che poi divenne il primo direttore della scuola stessa. Attualmente la scuola offre quattro indirizzi di studio della durata di 4 anni, in cui la tecnologia è pienamente integrata nel curriculum scolastico:

- Tecnico/ tecnologo per la trasformazione di carne e prodotti derivati
- Tecnico/ tecnologo per la trasformazione dello zucchero e di prodotti derivati
- Tecnico/ tecnologo per la trasformazione del latte e di prodotti derivati
- Tecnico/ tecnologo per la trasformazione dell’alcol e di bevande analcoliche (soft drink)

Composizione del team di docenti. Il team si è costituito all’inizio del progetto e ha coordinato tutte le attività nelle varie fasi di implementazione. Il personale coinvolto è stato:

- La Preside di P6 PGHVT Prof.ssa Neli Stoyanova
- La docente di Biologia Prof.ssa Rositsa Popova
- La docente di Lingua Inglese Prof.ssa Stefka Dimitrova
- La docente di Storia Prof.ssa Elena Georgieva



Denominazione originale:
Професионална Гимназия по Хранително
Вкусови Технологии "Проф.Д-Р Г. Павлов"

PGHVT Scuola Professionale per le Tecnologie
Alimentari "Prof. Pavlov Georgy"

Indirizzo:
Zaharna fabrika street: Haydut Sider No 10, 1309
Sofia, municipalità di Stolichna

Telefono:
+359 (0)2 822-91-00; +359 (0)2 822-94-66;
+359(0)2822-13-74

Email: pghvt_sf@abv.bg

Organizzazione delle sperimentazioni: le sperimentazioni sono state proposte agli studenti come attività opzionale a cui aderire su base volontaria. Sono stati selezionati 40 studenti appartenenti a due diversi indirizzi di studio (Trasformazione della Carne e Prodotti da Forno) e si è curata la composizione dei gruppi in modo che fossero presenti sia studenti con buone capacità relazionali e un alto livello di conoscenze teoriche e abilità tecniche, sia studenti poco motivati, dal profitto di livello medio-basso e dalle scarse capacità comportamentali.

Primo Ipervideo – Tandem, il potere della buona tavola

Tandem

Bul. Iliyantsi 34, Sofia

Phone (02) 915 60 17

Email food@tandem.bg

www.tandem.bg

Facebook @TandemBulgaria

"Tandem" è uno dei maggiori brand bulgari dedicati a prelibatezze a base di carne. Sin dalla propria fondazione ad opera dei fratelli Cyril and Teodor Vutev. Sin dalla propria fondazione

nel 1993, l'azienda ha sviluppato un ricco portfolio, sforzandosi di incontrare il gusto dei propri consumatori grazie a un'eccellente qualità. "Tandem" si specializza nella produzione di prosciutto e filetti a basso contenuto di grassi (fino al 3%). L'azienda possiede inoltre nel distretto di Gabrovo (Bulgaria) una fabbrica specializzata nella produzione tradizionale bulgara di salsicce essiccate e a crudo e altre prelibatezze a base di carne.

I prodotti Tandem possono essere gustati in oltre 100 articoli a base di carne di maiale e vitello in vari tagli e confezioni: prosciutto, filetti, salsicce essiccate a crudo, salsicce piccanti, carne cruda.

Storia

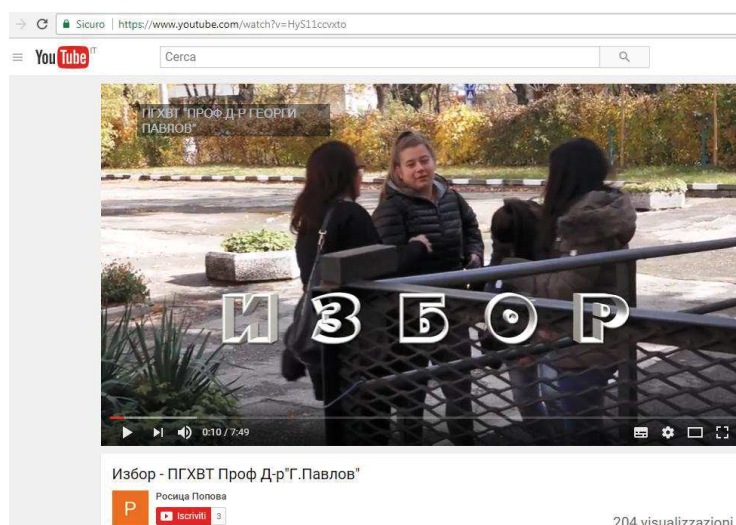
1993: Fondazione di Tandem-B Ltd.

2007: Nel distretto di Gabrovo viene aperta una fabbrica specializzata nella produzione di prodotti di carne della tradizione bulgara.

2008: Tandem riceve la certificazione alimentare internazionale IFS

2010: Il brand "Tandem" riceve il riconoscimento Superbrand nella sezione "Supermarket nel mercato bulgaro".

Video. Il video sull'azienda Tandem company si intitola "Scelta" ed è disponibile su **YouTube** nel canale Росица Попова (Rositsa Popova) channel al seguente URL pubblico e permanente: <https://www.youtube.com/watch?v=HyS11ccvxto&t=246s>



La storia. La narrazione è ispirata alla struttura del *Viaggio dell'Eroe* (vedi sopra, paragrafo I.2.2): il mondo ordinario è rappresentato dalla vita scolastica quotidiana, in cui alcuni

studenti parlano dell'inquinamento ambientale, dell'utilizzo di pesticidi e prodotti chimici che nuociono alla salute umana e animale, e sulla mancanza di cibo sano e genuino come quello tradizionale preparato dalle generazioni precedenti. Tra il gruppo di studenti c'è anche un antagonista che non è interessato a questi argomenti di discussione, ma piuttosto a conoscere nuove ragazze. A questo punto si verifica un nuovo evento: i protagonisti incontrano un altro gruppo di studenti che sta lavorando a un progetto speciale sull'imprenditorialità e su nuove idee di business. All'inizio si discute delle diverse materie scolastiche (Matematica, Geografia, Economia e altro), e su come ciascuna possa aiutare i giovani nell'elaborare un proprio progetto di business. Poi mostrano ai propri compagni un'intervista da loro personalmente condotta a Cyril Vutev, proprietario dell'azienda Tandem, produttrice di carne a Sofia, che spiega il proprio punto di vista sulla missione dell'imprenditore al di là del business, i valori etici che dovrebbero guidare un businessman, dando inoltre buoni consigli agli studenti per le loro future carriere. Grazie a questo evento cruciale, il gruppo di studenti riceve ispirazione e nuove idee per il futuro. Insieme decidono di investire una somma di denaro per affittare terra da coltivare, per produrre cibo genuino e sano come in passato, lavorando per lo sviluppo del proprio paese. A questo punto il giovane antagonista si disinteressa completamente a quelli che ritiene concetti superati ed esprime la propria intenzione di lasciare la Bulgaria per lavorare come cameriere o barista in UK, alla ricerca di denaro e divertimento. Il giovane invita una delle ragazze a unirsi a lui ma lei rifiuta e sceglie di restare in Bulgaria e di impiegare la propria giovinezza per una buona causa insieme ai propri amici.



Figure 11 -12

La presentazione del progetto F.A.S.T.E.S.T. in aperture del nuovo anno accademico presso la scuola P6 G. Pavlov



Una parte del team di lavoro dedicato al progetto – docenti e studenti insieme

Elaborazione dello storyboard. Prima di tutto i docenti hanno guidato gli studenti nello stabilire i confini di dove e quando la storia si sarebbe svolta, per decidere in quale ordine cronologico gli eventi della storia avrebbero dovuto susseguirsi. Il gruppo ha quindi stilato una lista di eventi principali nell'ordine in cui sarebbero stati narrati. È stata inoltre svolta un'attività di brainstorming per decidere come evidenziare passaggi importanti e veicolare messaggi chiave agli utenti. Gli studenti poi hanno suddiviso la trama del film in single scene con uno storyboard separato per ciascuna. Infine gli studenti hanno identificato i punti chiave del soggetto e hanno elaborato la struttura finale della cornice narrativa, per poi effettuare una revisione finale e procedere all'acquisizione delle immagini digitali girando il video.

L'intervista all'imprenditore. Prima della visita all'azienda Tandem company per incontrare il titolare Cyril Vutev, gli studenti sono stati guidati nell'elaborare le domande da rivolgere all'imprenditore. I giovani sono stati invitati da parte dei docenti a riflettere sul ruolo di un imprenditore alla guida di un'azienda, pensando alle abilità e competenze necessarie, nonché a chiedersi in che modo la sua esperienza possa essere di guida e supporto per i giovani che vogliono iniziare una carriera.

Ipervideo. Nel pianificare l'Attività 3 di trasformazione in ipervideo, si è tenuto conto prima di tutto della metodologia di lavoro Pupil-led e della logica di Project work con cui si è ricevuto mandato di procedere. I docenti hanno quindi cercato di organizzare le attività in modo che gli alunni potessero il più possibile prendere decisioni autonome in gruppo ed autogestire il proprio lavoro, con la supervisione e l'intervento dei docenti quando necessario o richiesto.

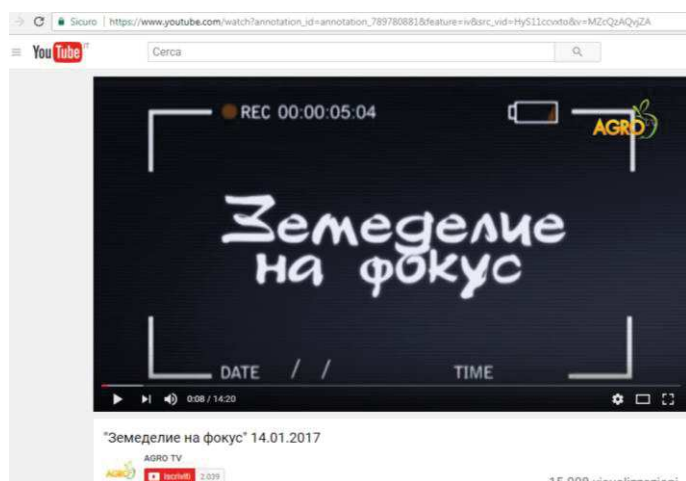
Il prodotto finale è un video navigabile e cliccabile, che stravolge la logica dello spettatore passivo. Il video si può fruire come una semplice storia, oppure si possono consultare contenuti sulla vita scolastica attuale e sulle istanze giovanile, nonché informazioni su una nutrizione corretta e salutare in contrasto al consumo di junk food; dall'altro lato, sono disponibili contenuti sull'imprenditorialità con un focus specifico sull'agroindustria e alcuni dettagli specifici sull'azienda Tandem.

È stato creato un apposito portale sfruttando le potenzialità di **Google Sites** visitabile al link <https://sites.google.com/site/fastestprojectbg2016/home>. La Homepage spiega molto brevemente il significato del video, che è incentrato sulla vita scolastica e sulle scelte di vita. Come descritto infatti nella sezione *Storia*, gli studenti affrontano un'importante decisione per la propria vita: nell'attuale situazione della Bulgaria, i giovani hanno la possibilità di lasciare il proprio paese e cercare fortuna in altri paesi, o di fare sforzi per sviluppare nuovi business offrendo alle persone prodotti genuini. Il sito inoltre ha permesso l'implementazione di una serie di sotto pagine ciascuna dedicata a un tema specifico e corredata di materiale consultabile e scaricabile gratuitamente ai relativi link:

Vita scolastica https://sites.google.com/site/fastestprojectbg2016/school-life
Junk Food https://sites.google.com/site/fastestprojectbg2016/abiot-f-ri
Imprenditorialità https://sites.google.com/site/fastestprojectbg2016/predpriema4estvo
Tandem https://sites.google.com/site/fastestprojectbg2016/tandem

Gli studenti inoltre hanno selezionato un video già esistente su YouTube in grado di dare una panoramica più specifica di che cosa significa essere un imprenditore in un contesto rurale. L'argomento è "l'imprenditorialità nel villaggio" e il video, intitolato "Agricoltura in focus" può essere visionato nel canale Agro TV channel:

https://www.youtube.com/watch?annotation_id=annotation_789780881&feature=iv&src_vid=HyS11ccvxto&v=MZcQzAQvjZA



Organizzazione pedagogica della sperimentazione. I docenti hanno organizzato un'attività di brainstorming in classe, per mettere gli studenti nella condizione di individuare loro stessi nodi tematici e contenuti del video, facilitando la meta-riflessione e l'analisi critica di testo e sotto-testo. Una volta individuati i macro-filoni tematici, è stato chiesto agli alunni di scegliere alcuni sotto-temi da sviluppare e approfondire ulteriormente. Lo schema di lavoro è stato quindi il seguente:

Vita scolastica	Junk Food	Imprenditorialità	Tandem
Indirizzi di studio PGHVT: -Descrizione delle attività, delle materie e delle tecnologie alimentari -Chimica e fisica relative alla	Video da YouTube sul tema Junk food - presentazioni PPT sui fattori ambientali che	Video da YouTube sul tema imprenditoria nell'ambito animal rescue , e un documentario di AGRO	Video dal canale ufficiale di Tandem su YouTube Presentazione dell'azienda da parte

materia organica Formato: presentazioni PPT	che impattano sulla qualità del cibo - Presentazione PPT su aspetti geo- demografici	TV channel sulle scelte di vita - Presentazione PPT sugli Incentivi alla motivazione e sul comportamento in natura e negli animali	di Damian Vutev Intervista a Cyril Vutev durante un servizio televisivo bulgaro
--	--	--	---

Gli studenti sono stati quindi divisi in sotto gruppi organizzati in mini-imprese, a ciascuna delle quali è stato affidato il compito di ricerca e sviluppo di materiali e documenti di approfondimento sui temi sopra elencati. Le abilità imprenditoriali messe in campo ed allenate in questa attività afferiscono sia all'area delle competenze relazionali sia delle competenze più tecniche e pratiche:

HARD SKILLS	SOFT SKILLS
Ricerca di informazioni e contenuti digitali e non Organizzazione e sistematizzazione logica dei contenuti Creazione e stesura dei nuovi contenuti Revisione e validazione prodotto finale	Organizzazione del Lavoro di Gruppo Auto-suddivisione dei compiti Gestione di conflitti e ricerca di soluzioni

Secondo Ipervideo – Miro Rangelov, un giovane panettiere a Sofia

Hlebar Rangelov (Panetteria Rangelov)

Titolare: Miro Rangelov

Indirizzo: Sofia, Kostinbrod, "Slavyanska" str.13

Tel. +359 894 315361

email: hlebar.rangelov@abv.bg

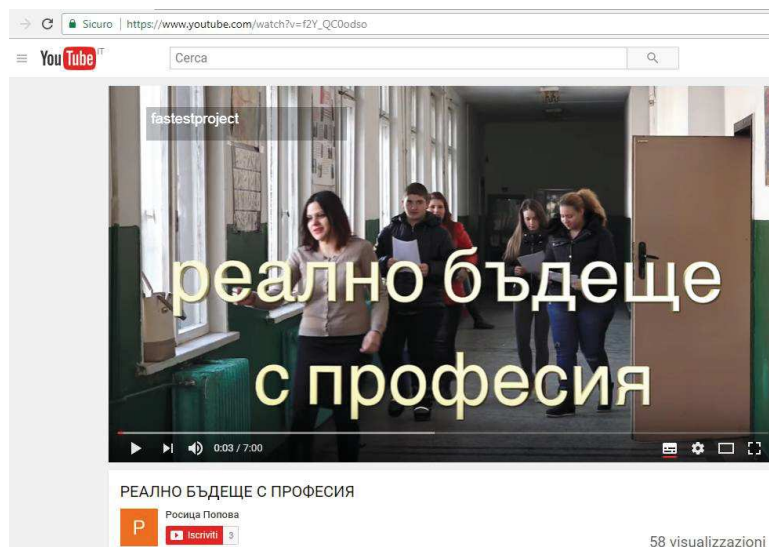
Facebook @hlebar.rangelov

La Panetteria Rangelov è un piccolo forno e panetteria a Sofia, gestita da un imprenditore molto giovane, Miro Rangelov, che ha fondato il proprio business nel 2016 dopo essersi diplomato in Tecnologie Alimentari presso la stessa scuola P6 PGHVT. Ora Miro ha un piccolo team di 2 lavoratori che lavorano presso la panetteria, e producono pane rurale, pane di mais, pane con semi, pane alla greca, pane di patate e altre varietà. La scelta di fare un video sulla Panetteria Rangelov è stata fatta dagli studenti, poichè Miro rappresenta l' esempio di un compagno di studi poco più vecchio di loro che abbia avuto successo e costanza nel perseguire una carriera e nel lavorare per i propri obiettivi. Miro produce il proprio pane per amore e passione, dedicandosi completamente alla propria attività. Il giovane ritiene fermamente che investire in Bulgaria valga tutti gli sforzi che sta facendo, per contribuire alla crescita del proprio paese. Il giovane è molto soddisfatto nel dedicare la propria giovinezza a creare qualcosa in cui crede e non sente la mancanza delle discoteche e delle uscite serali.



Picture 11 – Il panettiere Miro Rangelov, proprietario della panetteria Rangelov insieme al Master Baker greco Nikos Katsioupas conosciuto a livello internazionale

Video. Il video sulla panetteria Rangelov si intitola “Un futuro concreto grazie alla professione” ed è disponibile su **YouTube** nel canale Росица Попова (Rositsa Popova) channel al seguente URL pubblico e permanente: https://www.youtube.com/watch?v=f2Y_QC0odso



La struttura narrativa. Il video è a metà strada tra un'intervista a un imprenditore e un documentario sulla vita scolastica e l'istruzione VET. La scena si apre a scuola durante una normale mattina, con il suono della campanella a segnare il termine delle lezioni. Alcuni studenti si recano presso una pasticceria per prendere una tazza di caffè e un pezzo di torta e parlare della formazione professionale e delle loro future opportunità di sviluppo professionale. Subito dopo ci viene presentato Miro Rangelov, insieme a uno degli studenti che lo intervista sulla sua attività, sui suoi valori e sui suoi piani per il futuro. Nello stesso tempo gli utenti possono vedere alcune immagini della panetteria e del processo produttivo. Dopodichè la scena ritorna a scuola. Un altro gruppo di studenti si riunisce davanti alla fotografia del fondatore e primo direttore dell'istituto Marin Marinov, che costruì la scuola da un vecchio edificio una volta usato come fabbrica, per offrire ai giovani una opportuna formazione professionale. Gli studenti inoltre parlano delle proprie attitudini per le diverse materie scolastiche dichiarando le proprie preferenze, per poi alla fine affermare che l'istruzione VET è il pilastro dell'economia nazionale poichè crea un sistema economico dotato di imprenditori o di lavoratori qualificati con una certa realizzazione professionale.

L'intervista all'imprenditore. Prima della visita alla Panetteria Rangelov per incontrare Miro, gli studenti sono stati guidati nell'abbozzare le domande da rivolgere all'imprenditore. Dal momento che il panettiere non è molto più vecchio degli studenti, essi sono stati incoraggiati a chiedergli come è nata in lui l'idea del business, quali sono i suoi valori guida e la sua motivazione per alzarsi presto ogni giorno e andare al lavoro. Il risultato di questa attività di brainstorming è la seguente lista di domande per l'imprenditore:

Caratteristiche dell'azienda	Motivazione & consigli
<ul style="list-style-type: none"> • Quali prodotti produci? • Quando e come è stato fondato il business? • Quali sono gli obiettivi del tuo business? • Quali sono le tue responsabilità in quanto titolare del business? 	<ul style="list-style-type: none"> • Che cosa ti ha spinto a scegliere questo tipo di business? • Quali consigli daresti a uno studente che volesse diventare un imprenditore? • Quali sacrifici hai dovuto fare per essere un imprenditore di successo? • Da dove nasce la tua motivazione? • Qual è il miglior modo per ottenere un successo di lunga durata?

Ipervideo. Nel pianificare l'Attività 3 di trasformazione in ipervideo, si è tenuto conto prima di tutto della metodologia di lavoro Pupil-led e della logica di Project work con cui si è ricevuto mandato di procedere. I docenti hanno quindi cercato di organizzare le attività in modo che gli alunni potessero il più possibile prendere decisioni autonome in gruppo ed autogestire il proprio lavoro, con la supervisione e l'intervento dei docenti quando necessario o richiesto.

Il prodotto finale è un video navigabile e cliccabile, che stravolge la logica dello spettatore passivo. Il video si può fruire come una semplice intervista / documentario, oppure gli utenti possono consultare contenuti sulle caratteristiche, valori e missione di P6 PGHVT, le opportunità per la Bulgaria di partecipare a programmi Erasmus, nonché alcune

presentazioni a carattere didattico sulle abilità e sui tratti imprenditoriali, e video sull'economia agroindustriale in Bulgaria.



Picture 12 – Students during the brainstorming activity of the hypervideo experimentation

È stato creato un portale sfruttando le potenzialità di **Google Sites**, visitabile al link <https://sites.google.com/site/fastestproject2/home>. I principali temi trattati sono i seguenti:

Focus sul progetto F.A.S.T.E.S.T.:

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/>

Chi siamo

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/who-we-are>

Missione di P6 PGHVT

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/our-mission>

Tecnologie alimentari

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/hot-news-1>

Presentazioni su contenuti didattici

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/faqs>

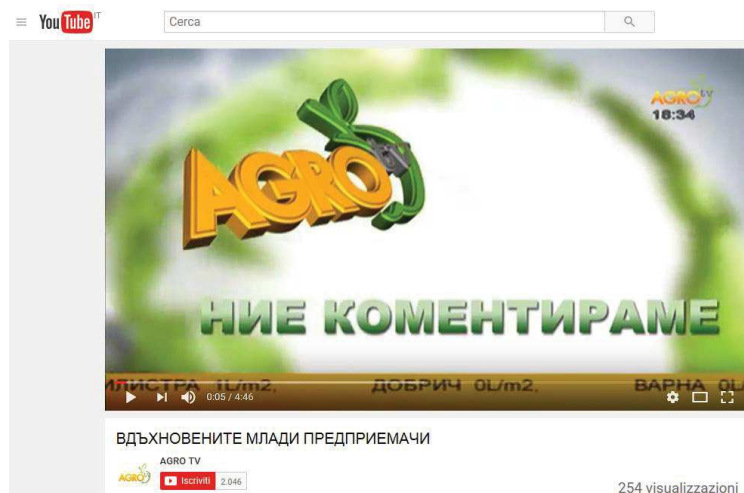
Eventi

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/events>

Contatti

<https://sites.google.com/site/fastestproject2/contact-us>

Un ulteriore video suggerito sull'affermazione di un giovane imprenditore in Bulgaria è visionabile sul canale AGRO TV Channel della piattaforma YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=oK9FzXn7bEk>



Organizzazione pedagogica della sperimentazione. Metodologia, attività e risultati di apprendimento sono i medesimi del primo ipervideo sull'azienda Tandem (vedi sopra la tabella sulle Hard & Soft Skills performate e agite dagli studenti nell'ambito della sperimentazione pupil-led). Come risultato dell'attività di teamwork, gli studenti hanno prodotto alcuni materiali e documentazione per ogni tema dell'ipervideo menzionato nello schema di cui sopra e declinato più ampiamente di seguito:

F.A.S.T.E.S.T.	Chi siamo	Missione	Tecnologie	Presentazioni
-Video da YouTube su Erasmus per Giovani Imprenditori e sui risultati di un progetto europeo completato a titolarità Bulgara	-Breve menzione dei diversi indirizzi di studio - Presentazione PPT sul tema "Business communication"	-Storia e missione della scuola -PPTs descrittive sugli indirizzi di studio (in collaborazione con gli studenti del video Tandem)	-Video da YouTube sulle tecnologie di produzione alimentare Pane e Yoghurt	PPTs a contenuto didattico su: -Comunicazione scritta: standard internazionali - Comunicazione non-verbale e linguaggio del corpo - Brochure promo su partecipazione di P6

				PGHVT al progetto F.A.S.T.E.S.T.
--	--	--	--	-------------------------------------

Infine, nelle sezioni “Eventi” e “Contatti” del sito gli studenti hanno incluso un Calendario Google che è continuamente aggiornato in base a eventi della scuola, della comunità locale o nazionale rilevanti ai fini della didattica o dell’educazione imprenditoriale, nonché i contatti della scuola.

Per quanto riguarda la produzione di ipervideo, la Romania è rappresentata da P8 Liceul Tehnologic Aurel Rainu, Fieni.



Liceul Tehnologic Aurel Rainu

Strada Republici, 28

Fieni, Dambovita, Romania

Telefon/fax 0245.774253

Website: <http://liceulfieni.ro/>

e-mail: rainua@yahoo.ro

Fieni è documentata storicamente come località sin dal 1532, e fu dichiarata “città” nel 1968. Attualmente la popolazione raggiunge circa 7.000 abitanti. Fieni gode di una posizione strategica per le destinazioni turistiche e la vita economica e culturale poichè si trova a circa 106 km da Bucarest. Inoltre, dista 25 km da Targoviste, l’antica capitale della Romania in epoca medievale. Il famoso Vlad l’Impalatore, conosciuto come Dracula, ebbe il suo regno in questa area. Fieni si trova a 40 km away dal complesso montuoso Sinaia, che un tempo fu residenza regale.

Nella città di Fieni c’è solo un cementificio dove lavora la maggior parte dei genitori degli studenti della scuola. Gli abitanti della città sono per la maggior parte di etnia rumena, tuttavia esiste una minoranza rom integrata che vive insieme al resto della popolazione. Tutti parlano la lingua rumena. La scuola secondaria VET “Aurel Rainu” di Fieni è la sola scuola secondaria della zona settentrionale della contea di Dambovita.

Attualmente gli indirizzi di studio presenti nella scuola sono:

Profilo Teoretico	Profilo Tecnologico
Scientifico – matematica e informatica	Meccanico
Filologico	Elettronico

	Edilizia e materiali da costruzione Economico
--	--

La scuola conta 483 studenti divisi in 20 classi, sul totale 3 studenti appartengono alla minoranza rom. Metà degli studenti provengono dai villaggi vicini a Fieni, gli altri vivono in città. Circa 150 studenti vive coi nonni perché i genitori sono emigrati per lavoro. La maggior parte degli studenti appartiene a famiglie modeste con basso reddito, ed è per questo che ricevono borse di studio a sostegno.

Composizione del team di docenti: Il team si è costituito all'inizio del progetto e ha coordinato tutte le attività nelle varie fasi di implementazione. Il personale coinvolto è stato:

La Preside, Prof.ssa Elena Izabel Baicu

La docente di Economia Prof.ssa Simona Ivan

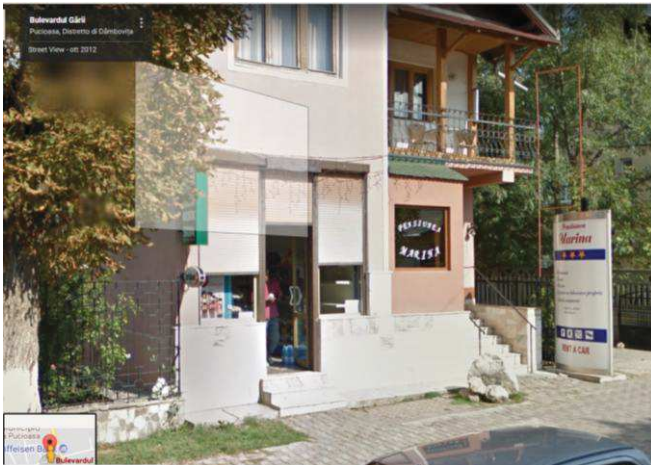
La docente di Inglese Prof.ssa Diana Mandoiu

La docente di Inglese Prof.ssa Corina Vancea

La docente di Biologia Prof.ssa Lidia Vatavu

La docente di Economia Prof.ssa Georghita Botea

Organizzazione della sperimentazione: la sperimentazione è stata proposta agli studenti come attività opzionale a cui aderire su base volontaria. Sono stati coinvolti nelle attività almeno 40 studenti da più indirizzi di studio del profilo Tecnico, per la maggior parte dotati di buone abilità comunicative e comportamentali, nonché di competenze già piuttosto sviluppate in ambito IT. In generale le attività hanno avuto un impatto molto positivo sulla motivazione degli studenti verso lo studio.

Primo Ipervideo –Anis Trading, produzione e vendita di prodotti da forno

Anis Trading Srl

Boulev. Garii, nr. 6, Pucioasa, jud. Dâmbovița

Tel. 0245-76022

Website:

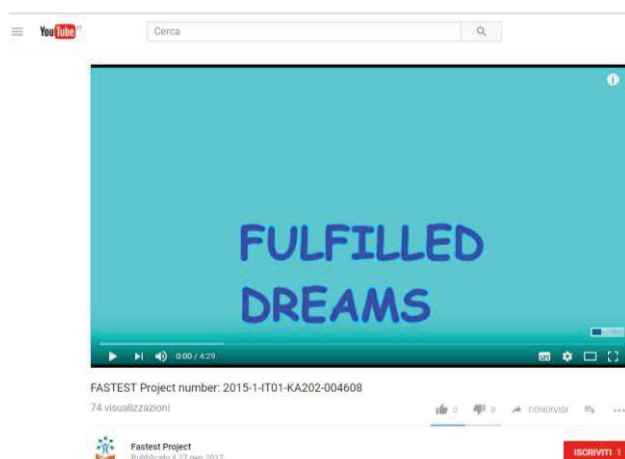
<http://www.romania-turistica.ro/Cazare-Pucioasa/Pensiunea-Marina>

Facebook:

<https://www.facebook.com/pages/Pensiunea-Marina/1458482431045721>

Anis Trading fu fondata nel 2001 come negozio di generi alimentari, poi divenne un laboratorio di pasticceria artigianale con vendita diretta di prodotti da forno prodotti in proprio. La maggior parte della produzione riguarda biscotti, paste, pasticcini e torte. In seguito fu aggiunto un bar-ristorante e un hotel, noto come *Pensiunea Marina*. Si tratta di un business a conduzione familiare con pochi impiegati, in cui il proprietario si occupa del ristorante e dell'hotel, mentre la moglie segue il laboratorio di pasticceria e il negozio, noto in città come *Caferina Café*. L'attività si trova a Pucioasa, una città di medie dimensioni nella contea di Dambovita, molto vicino al centro abitato di Fieni.

Video. Il video sull'azienda Anis Trading si intitola "*Fulfilled Dreams*" (*Sogni Realizzati*) ed è disponibile su **YouTube** sul canale denominato Fastest Project al seguente URL pubblico e permanente <https://www.youtube.com/watch?v=s9IARyAnMfk>



La struttura narrativa del video. Il video non è organizzato come una vera e propria narrazione, e non segue il modello del *Viaggio dell'Eroe*. È piuttosto strutturato come un'intervista al proprietario del business, intervallata da immagini che mostrano i locali, il processo di produzione (laboratorio di prodotti da forno e ristorante). Il video si propone come strumento didattico per giovani, inteso a veicolare un messaggio educativo e d'ispirazione per studenti che si trovano a valutare il proprio futuro percorso professionale.

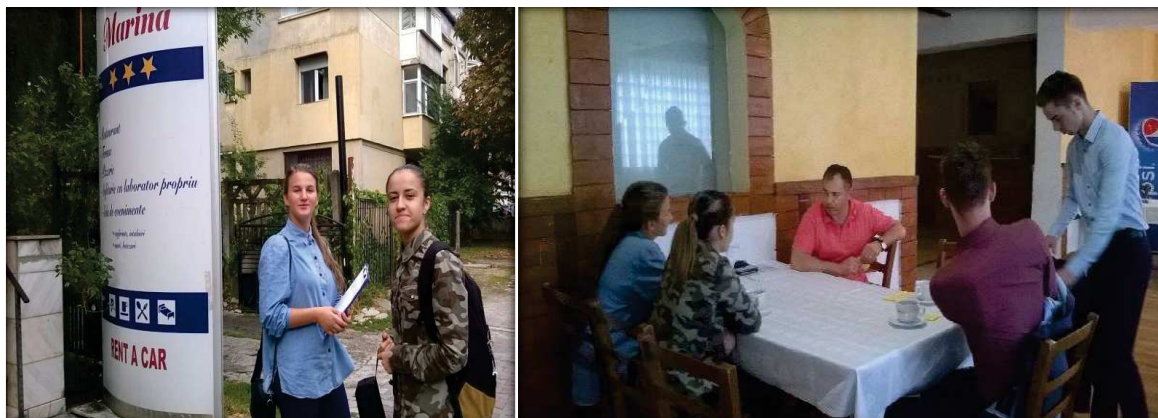


Figure 13-14: Studenti del Liceul Rainu durante la visita e intervista al proprietario di Anis Trading

L'intervista all'imprenditore. L'intervista è organizzata attorno a tre concetti chiave che gli studenti hanno cercato di sviluppare intervistando l'imprenditore:

- Qual è la ricetta del successo e come è possibile mantenerlo
- Il ruolo del capital umano come risorsa fondamentale per la realizzazione del business
- Le competenze e abilità dell'imprenditore

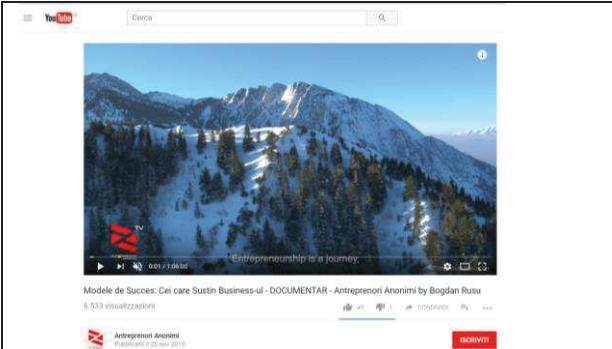



Il messaggio più importante che il team ha voluto veicolare all'audience è espresso nella frase di apertura del video stesso, che in traduzione italiana rende: *"Sogni realizzati. È stato facile? No. Ne è valsa la pena? Assolutamente!"* Questo significa che l'imprenditore ha dovuto lavorare molto duramente per raggiungere e mantenere la propria posizione. Gli studenti vogliono conoscere il segreto del successo, la ricetta da ripetere per avviare attività ancora più fiorenti in città. L'imprenditore afferma che le persone sono la chiave del successo. Non è infatti possibile investire in un business se non si hanno a disposizione collaboratori qualificati nel proprio team. La qualità dei prodotti riflette sempre le qualità

umane. Non si otterrà una performance adeguata se il livello dei collaboratori è basso.

Non è possibile fare tutto da soli: qualsiasi cosa si faccia, la si fa grazie al lavoro delle persone: è questione di lavoro di squadra. L'intervista procede con una discussione sull'attuale situazione sociale dei giovani, biasimati dall'imprenditore perchè in alcuni casi si accontentano del sostentamento che ricevono dai propri genitori senza cercare un lavoro. I giovani non dovrebbero aspettarsi denaro non guadagnato, afferma il gestore di Anis Trading, poichè tutto quello che ricevono proviene dal lavoro di qualcun altro. Ancora, gestire le risorse umane è un aspetto chiave per un teamwork efficace: è molto importante incoraggiare e supportare i lavoratori, specialmente accertandosi che i più anziani ed esperti addestrino i nuovi venuti e i giovani, perché il lavoro è interamente basato sul concetto di *learning by doing*, cercando di imparare dalle persone valide con cui si lavora. Questo è assolutamente cruciale perchè gli studenti a scuola non imparano il lavoro pratico. Infine, gli studenti menzionano alcune caratteristiche che essi ritengono che un imprenditore abbia: coraggio, determinazione e ambizione. L'imprenditore dice di possedere una combinazione di tutte e tre.

Ipervideo. Agli studenti è stato chiesto di identificare i concetti principali di cui il video tratta, nonchè gli argomenti più adatti per una ulteriore ricerca di materiali di studio. Essi hanno identificato due argomenti principali: Imprenditorialità da una parte, e Business English dall'altra. Circa l'imprenditorialità, gli studenti hanno cercato esempi di nuovi modelli di business nel proprio paese, oppure fonti di ispirazione sul ruolo dell'imprenditore nello scenario di business attuale. Circa il Business English, gli studenti hanno cercato strumenti gratuiti che li aiutassero ad imparare espressioni pronto uso e locuzioni utili per destreggiarsi nelle tipiche situazioni lavorative. I contenuti selezionati sono elencati e commentati di seguito:

<p>“Storie di Successo: chi sostiene il business”. <i>Un documentario di Bogdan Rusu dal canale “Imprenditori Anonimi”</i></p>	<p>Dalla didascalia del video: <i>La serie documentaria " Storie di Successo " mostra le differenze tra le nozioni spesso fraintese: mentore; formatore; consulente; coach o addirittura franchisor, e mostra come questi concetti possono contribuire in modo significativo a sviluppare un'impresa con protagonisti di diverse categorie professionali, ma che, come un comune denominatore, offrono o beneficiano di supporto per lo sviluppo di imprese o persone in azienda.</i></p>
--	---

	
<p>Nuntas.ro Società per Wedding planning and design in Romania</p> 	<p>Nuntas.ro è una piattaforma digitale per la pianificazione dei matrimoni. Il video è una presentazione e una descrizione di un nuovo modello di business grazie a una piattaforma digitale per raggiungere i clienti. Esempio di come fare una nuova attività attraverso il potenziale del web, offrendo molti servizi in una sola volta</p>
<p>L'Arte dell'Imprenditorialità @ TEDx</p> 	<p>Una lezione tenuta presso TEDx Salford da parte di Julie Meyer sul tema dell'imprenditorialità. Dalla didascalia del video: <i>Julie Meyer è uno dei principali campioni per l'imprenditoria in Europa. Con oltre 20 anni di esperienza di investimento e di consulenza per le start-up, è fondatrice e amministratore delegato di Ariadne Capital, co-fondatrice e Managing Partner del fondo Ariadne Capital Entrepreneurs, fondatrice del Paese dell'imprenditore e co-fondatrice di First Tuesday</i></p>
<p>Business English – corso modulare</p> 	<p>Un breve corso modulare sulle competenze di Business English per l'utilizzo quotidiano in situazioni e ambienti lavorativi. I contenuti riguardano: -Telefonate e Email -Visite aziendali -Presentazioni -Meeting -Socializzazione e Intrattenimento -Viaggi</p>
<p>Business English Conversazione</p>	<p>Espressioni utili per situazioni quotidiane nell'ambiente di lavoro (abilità settoriali di business English per facilitare una conversazione efficace)</p>

	
<p>Business English Vendite e riunioni</p> 	Espressioni utili per situazioni quotidiane nell'ambiente di lavoro (abilità settoriali di business English per condurre riunioni e negoziazioni di vendita)

Organizzazione pedagogica della sperimentazione. I docenti hanno organizzato un'attività di brainstorming in classe, per mettere gli studenti nella condizione di individuare loro stessi nodi tematici e contenuti del video, facilitando la meta-riflessione e l'analisi critica di testo e sotto-testo. Una volta individuati i macro-filoni tematici, è stato chiesto agli alunni di scegliere alcuni sotto-temi da sviluppare e approfondire ulteriormente. Lo schema di lavoro è indicato nella tavola precedente sui contenuti dell'ipervideo. Gli studenti sono stati quindi divisi in sotto gruppi organizzati in mini-imprese, a ciascuna delle quali è stato affidato il compito di ricerca e sviluppo di materiali e documenti di approfondimento sui temi sopra elencati. Le abilità imprenditoriali messe in campo ed allenate in questa attività afferiscono sia all'area delle competenze relazionali sia delle competenze più tecniche e pratiche:

HARD SKILLS	SOFT SKILLS
Ricerca di informazioni e contenuti digitali e non Organizzazione e sistematizzazione logica dei contenuti Revisione e validazione prodotto finale	Organizzazione del Lavoro di Gruppo Auto-suddivisione dei compiti Gestione di conflitti e ricerca di soluzioni

Secondo Ipervideo – ION Florin Com, macellazione e vendita di prodotti a base di carne

Ion-Florin Com Srl

Cart. Glodeni Vale, Nr. 100, Pucioasa, Jud.

Dâmbovița

Tel. 0723-563 911

L'azienda Ion Florin si trova in una frazione del principale centro abitato, nella contea di Dambovita, e consiste di un piccolo allevamento di bovini da latte, un laboratorio di macelleria per la lavorazione di carne fresca e affumicata, e di un negozio per la vendita al dettaglio. L'azienda fu fondata nel 2004 grazie al proprietario Banu Florin, che, di ritorno in patria dalla Germania dove aveva lavorato come macellaio per alcuni anni, decise di aprire una propria attività insieme a un socio. Attualmente lavorano insieme ai proprietari anche 4 macellai e addetti alla vendita. Mentre il latte prodotto è venduto a fattori e aziende locali, la carne viene comprata da grossisti localizzati in altre città della Romania e trasformata in salsicce e altri prodotti tradizionali a base di carne. I prodotti includono principalmente carne di maiale, manzo, vitello e pollame. L'azienda è stata recentemente menzionata tra le più performanti nella competizione "Top Business Romania Micro-Enterprises".

Video. Il video sull'azienda ION Florin Com si intitola "ION FLORIN COM" ed è disponibile su **YouTube** nel canale Fastest Project al seguente URL pubblico e permanente <https://www.youtube.com/watch?v=f4RKifFQmqE>



La struttura narrativa. Il video non narra una storia, ma è un'intervista a Banu Florin, uno dei due proprietari dell'attività. Durante le attività preparatorie in classe, gli studenti sono stati guidati dai docenti nell'identificazione della struttura della sceneggiatura. Questa è la struttura base come è stata progettata:

- Ripresa della scena iniziale (entrata)
- Ripresa degli interni:
 - Scena 1: riprese di dettaglio e in primo piano all'interno dell'azienda, le postazioni di lavoro e il macchinario
 - Scena 2: la fornitura di materie prime
 - Scena 3: il processo tecnologico di trasformazione delle materie prime e produzione di prodotti a base di carne
 - Scena 4: riprese della preparazione dei prodotti per il packaging e la vendita al dettaglio
 - Dettaglio sui prodotti finiti: controllo qualità e imballaggio



Picture 15 – una scena di lavoro quotidiana presso la macelleria Ion Florin

L'intervista all'imprenditore. La scena mostra uno studente che intervista l'imprenditore all'interno della macelleria, mostrando l'ambiente di lavoro, ma anche l'allevamento e alcune immagini del negozio. L'intervista è organizzata attorno ad alcune tematiche principali:

- Presentazione dell'azienda
- Come l'imprenditore ha maturato l'idea di fondare un nuovo business
- Gli strumenti di lavoro e il loro utilizzo
- La struttura e l'organizzazione dell'azienda
- Vantaggi e svantaggi di essere un imprenditore
- Consigli per giovani che programmano di fondare una propria attività

Di seguito i lettori possono trovare lo schema originale dell'intervista pianificata dai ragazzi prima di incontrare l'imprenditore e di visitare la sede aziendale. Il canovaccio dell'intervista si sviluppa secondo la seguente struttura:

1. Ritratto dell'imprenditore, breve presentazione dell'azienda
2. Ringraziamento per aver accettato l'intervista
3. Potrebbe per cortesia introdurci brevemente la sua attività?
4. Come ha iniziato la sua attività? Da dove nasce l'idea?
5. Riprese all'interno: una breve visita alla sede e ai locali dove la carne viene lavorata
6. Quante persone lavorano in azienda al momento?
7. Da dove proviene la materia prima che viene lavorata? L'azienda possiede il proprio allevamento oppure la carne viene acquistata altrove?
8. Una breve panoramica dell'equipaggiamento da lavoro e degli strumenti di utilizzo
9. Quali sono i progetti dell'azienda in termini di futura espansione del business?
10. Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di avere un'attività in proprio?
11. Quali possono essere dei consigli utili per chi intende perseguire una carriera imprenditoriale?







Picture 16 & 17 – Alcuni studenti di P8 Aurel Rainu presso i locali di ION Florin insieme al proprietario



Ipervideo. Agli studenti è stato chiesto di identificare i concetti principali di cui il video tratta, nonché gli argomenti più adatti per una ulteriore ricerca di materiali di studio. Essi hanno identificato due argomenti principali: Imprenditorialità da una parte, competenze di Comunicazione Business English dall'altra. Circa l'imprenditorialità, gli studenti hanno cercato esempi di nuovi modelli di business nel proprio paese (vedi sotto il video sull'imprenditore immobiliare Maurer) oppure fonti di ispirazione su un nuovo concetto di ruolo nel settore agricolo e agroindustriale dell'imprenditore (vedi sotto il video sulla fattoria degli animali nella città di Brosteni) nello scenario di business attuale. Circa il Business English, gli studenti hanno cercato strumenti gratuiti che li aiutassero ad imparare

espressioni pronto uso e locuzioni utili per destreggiarsi nelle tipiche situazioni lavorative. Non da ultimo, l’anello di congiunzione tra le abilità imprenditoriali e le competenze di inglese tecnico è rappresentato da un pacchetto completo di abilità comunicative, per assicurarsi di essere in grado di parlare in modo appropriato ed efficace. I contenuti selezionati sono elencati e commentati di seguito:

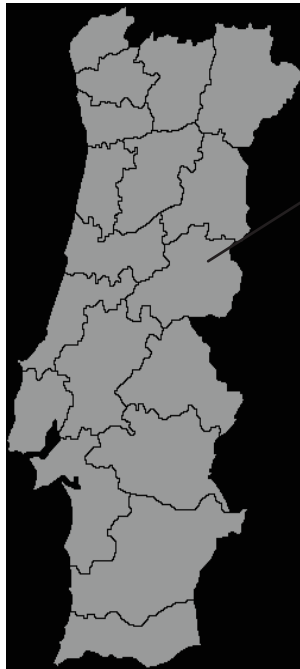
<p>Un video sull’agenzia immobiliare rumena Maurer</p>  <p>Un patron de milioane - În premieră cu Carmen Avram 60.732 vizualizări</p> <p>Maurer Imobiliare Publicat la 19 noi 2015</p>	<p>Un video documentary che racconta la storia di successo nel business legato all’ambito immobiliare ed edilizio in Romania</p>
<p>Un video sull’imprenditoria nel settore agricolo in Romania</p>  <p>Ferma de animale, o afacere rentabilă în Broșteni 9.000 vizualizări</p> <p>Algea TV - Gazeta de Sud Publicat la 14 noi 2015</p>	<p>Dalla didascalia del video: <i>Animal Farm, un'attività redditizia a Broșteni. Una volta riconosciuta oggi per la grande produzione di frutta, il comune di Broșteni Mehedinti è particolarmente raccomandato per la zootecnia. La gente ha cominciato ad allevare animali, incoraggiata dal fatto che nella zona è presente l'unico macello autorizzato nella contea. Cominciando con denaro proprio o denaro ricevuto dall'Unione Europea, il business legato all'allevamento a conquistato molti persone a Broșteni. Uno dei giovani agricoltori qui ha iniziato con 3 mucche, e ora il loro numero ha raggiunto 80.</i></p>
<p>Un video sulle Communication Skills della Stanford Graduate School of Business</p>  <p>Think Fast, Talk Smart: Communication Techniques 9.076.654 visualizzazioni</p> <p>Stanford Graduate School of Business Publicat la 04 noi 2014</p>	<p>Il video si intitola “Think fast, talk smart” e mira a equipaggiare gli utenti di un pacchetto complete di tecniche di comunicazione utili per il public speaking e per veicolare efficacemente un messaggio a qualsiasi destinatario</p>

<p>Strumenti di Business English</p> 	<p>Un video dal canale Espresso English che insegna il vocabolario essenziale per le situazioni di lavoro, per formare gli studenti a comunicare efficacemente in Inglese</p>
--	---

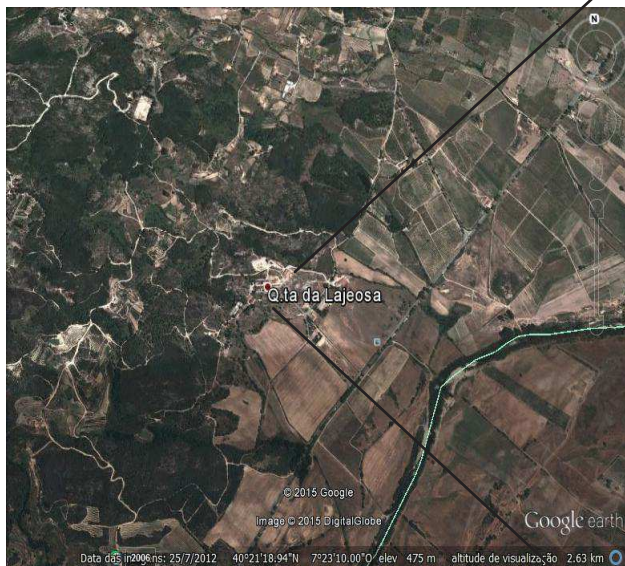
Organizzazione pedagogica della sperimentazione. Le metodologie, le attività e I risultati di apprendimento sono i medesimi del primo ipervideo sull'azienda Anis Trading (vedi sopra la tabella sulle Hard Skills e Soft Skills da mettere in atto nella pupil-led experimentation).

I.3.d – PORTOGALLO

Per quanto riguarda la produzione di ipervideo, il Portogallo è rappresentato dal partner P9 Escola Profissional Agrícola Quinta da Lageosa, un'istituto scolastico che comprende una fattoria presso cui gli studenti apprendono e lavorano, con formula opzionale di convitto per studenti residenti. La scuola è situata in una regione rurale nord-orientale, molto vicina alle montagne e al confine con la Spagna.



Bassa densità di popolazione
 Desertificazione rurale
 Numero di popolazione anziana in crescita
 Alto livello di emigrazione
 Economia: agricoltura e servizi
 Principale produzione agricola: floricoltura
 Eccellente patrimonio naturale e culturale
 Eccellenti strade e infrastrutture



320 ettari:
 Foresta
 Allevamento bovino
 Allevamento ovino
 Allevamento avicolo
 Allevamento suino
 Stalle per cavalli
 Floricoltura
 Vigneti
 Orticoltura
 Terra arabile

4 indirizzi di studio VET:
 Produzione agricola e animale
 Risorse forestali e ambientali
 Gestione Equina
 Floricoltura e Giardinaggio

Composizione del team di docenti: Il team si è costituito all'inizio del progetto e ha coordinato tutte le attività nelle varie fasi di implementazione. Il personale coinvolto è stato:

- Il Preside di P9 Quinta da Lageosa Prof. Agostinho Duarte Ferreira
- La docente di Matematica Prof.ssa Teresa Paula Runa da Silva Reigones
- La docente di Storia Prof.ssa Cristina Maria de Sousa Salvado
- La docente di Inglese Prof.ssa Maria José Martins

Organizzazione della sperimentazione: le attività relative al progetto F.A.S.T.E.S.T. sono state svolte durante le normali ore di lezione come parte del programma didattico curricolare. Sono stati coinvolti nella sperimentazione almeno 40 studenti da più indirizzi di studio. Le ore dedicate al progetto F.A.S.T.E.S.T. sono state prese parte da materie teoriche come Lingua e Letteratura Portoghese, Lingua e Letteratura Straniera, Storia, Matematica e parte da discipline pratiche VET, per sviluppare un programma didattico trasversale integrato sull'imprenditorialità.



Escola Profissional Agrícola Quinta da Lageosa
Apartado 32 6254-909 Belmonte
Tel.: 275 910 200 | Fax: 275 910 209
Email: lageosa.ce@hotmail.com

Primo Ipervideo – Azienda Casearia Queijos Braz

Braz & Irmão, Lda.

Sítio da Barronreira 6200-591 Peraboa

Tel.: +351.275470000

Fax : +351.275470009

E-Mail: queijosbraz@mail.telepac.pt

www.queijosbraz.pt

L'azienda. Queijos Braz si trova nel distretto di Castelo Branco, una regione montuosa situata nella zona nord-orientale del Portogallo, abbastanza vicino al confine spagnolo. L'economia dell'area è basata su attività rurali, come agricoltura, allevamento ed attività agroindustriali correlate. Queijos Braz è stata fondata dalla precedente generazione di imprenditori che producevano formaggio da latte locale seguendo i tradizionali metodi produttivi. Nel primo periodo l'azienda non si dedicava alla mungitura, poichè gli allora proprietari lavoravano il latte delle fattorie vicine e producevano formaggio. Oggigiorno la nuova generazione di imprenditori possiede una moderna fabbrica con macchinario all'avanguardia per combinare tradizione e innovazione nel produrre formaggio di pecora e capra o misto, oltre che formaggio fresco, cremoso e affumicato. Negli ultimi anni, inoltre, Queijos Braz ha ottenuto la certificazione Kosher e ha iniziato a produrre formaggio Kosher per l'esportazione principalmente nel mercato statunitense.

Video. Il video sull'azienda Queijos Braz si intitola "A minha queijaria" ("Il mio caseificio") ed è disponibile su **YouTube** nel canale EPAQL EPAQL al seguente URL pubblico e permanente <https://www.youtube.com/watch?v=xBujLHpp-iU>



La storia. Lo schema della storia è ispirato alla struttura del *Viaggio dell'Eroe* (vedi sopra, I.2.2). Il filmato ritrae uno studente di P9 Quinta da Lageosa durante una lezione sull'imprenditorialità durante una normale giornata scolastica. Successivamente, il ragazzo partecipa a una visita aziendale presso Queijos Braz insieme ai propri compagni, conducendo un'intervista all'imprenditore sulla storia ed attuali attività dell'azienda. Grazie

alla visita, il giovane rimane ispirato dal processo produttivo del formaggio e matura il desiderio di fondare un proprio business. Vede quindi un vecchio edificio abbandonato in mezzo alla campagna e progetta di ristrutturarlo per fondare un nuovo caseificio. A questo punto il ragazzo sperimenta problemi e difficoltà nell'avviare l'attività, dovendo vagare per alcuni uffici senza ricevere l'aiuto necessario per affrontare gli aspetti burocratici legati a una nuova attività economica. Infine incontra la persona giusta, che è disponibile ad aiutarlo e a dargli i giusti consigli e indicazioni su come avere a che fare con la burocrazia, e finalmente il ragazzo riesce ad avviare con successo la propria azienda.







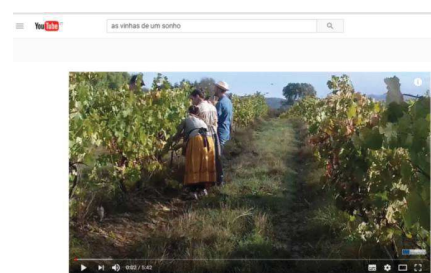
Figure 18 & 19 – Docenti e studenti di P9 Quinta da Lageosa insieme al proprietario dell'azienda Queijos Braz company durante l'intervista e le attività di ripresa

La struttura del video. Il filmato combina le sequenze della narrazione con l'intervista al proprietario dell'azienda Queijos Braz. I contenuti dell'intervista vertono su come l'azienda è stata fondata, quali attività venivano svolte in passato rispetto a oggi, e su come la famiglia di imprenditori ha affrontato le questioni burocratiche legate all'avvio di un'azienda alimentare in ottemperanza alle leggi nazionali. Questa caratteristica è richiamata nella narrazione stessa, che parla di uno studente che cerca di superare le difficoltà burocratiche per avviare il proprio business. Durante l'intervista, un grande spazio è inoltre riservato ai valori che guidano l'imprenditore nel gestire il proprio business. Trattando i prodotti caseari, è molto importante per Queijos Braz innovare, ma sempre tenendo presente il know-how tradizionale, poichè il loro formaggio è prodotto ancora seguendo il sapere ancestrale delle antiche generazioni.

Ipervideo. Gli studenti sono stati divisi in gruppi ed è stato loro assegnato il compito di pensare a materiali digitali per arricchire la user-experience. Essi sono stati incoraggiati a

domandarsi quali contenuti potrebbero interessare un utente che cerchi informazioni attinenti ai temi del video. I gruppi hanno quindi deciso di “aumentare” il video con ulteriori informazioni sia sull’azienda Queijos Braz sia sul processo di produzione del formaggio. I contenuti sono descritti nella tabella sotto:

Link al sito ufficiale dell’azienda Queijos Braz	www.queijosbraz.pt
Link al canale ufficiale YouTube di Queijos Braz https://www.youtube.com/watch?v=zldJ1hINOxk 	Un video che mostra il ciclo e il processo produttivo presso l’azienda Queijos Braz. Per maggiori informazioni sull’imprenditore è possibile vedere inoltre il video Braz & Irmão all’indirizzo seguente: https://www.youtube.com/watch?v=4eHnJ77KeNY 
Link al video YouTube dedicato al formaggio locale Serra de Estrela https://www.youtube.com/watch?v=9Z3-wzon9Eg 	Dalla didascalia del video: <i>Un video che mostra il processo produttivo di un formaggio pecorino molto tradizionale, prodotto nel distretto di Castelo Branco. Il processo è interamente svolto a mano: latte di pecora appena munto, fiore del cardo, un po' di sale e molto know-how. [...] Le prime menzioni di questo formaggio risalgono al XII secolo, rendendolo il più antico dei formaggi portoghesi. Nel 2011 è stato riconosciuto come una delle 7 Meraviglie della Gastronomia del Portogallo, e soddisfa tutte le regole per essere un prodotto di denominazione di Origine Protetta.</i>
Link al canale YouTube ufficiale di P9 Quinta da Lageosa https://www.youtube.com/watch?v=THogkDT_BIA&t=7 	Un video che mostra la sede della scuola, spiegando tutte le attività e le competenze che gli studenti sviluppano frequentando la scuola professionale agricola Quinta da Lageosa
Link al video YouTube “As vinhas de um sonho”	“Le vigne di un sogno” è il secondo ipervideo di P9

https://www.youtube.com/watch?v=6rUPMn_FHTY


Quinta da Lageosa, realizzato nell'ambito delle attività del progetto F.A.S.T.E.S.T. (vedi sotto per dettagli)

Organizzazione pedagogica della sperimentazione. I docenti hanno organizzato un'attività di brainstorming in classe, per mettere gli studenti nella condizione di individuare loro stessi nodi tematici e contenuti del video, facilitando la meta-riflessione e l'analisi critica di testo e sotto-testo. Una volta individuati i macro-filoni tematici, è stato chiesto agli alunni di scegliere alcuni sotto-temi da sviluppare e approfondire ulteriormente. Lo schema di lavoro è indicato nella tavola precedente sui contenuti dell'ipervideo. Gli studenti sono stati quindi divisi in sotto gruppi organizzati in mini-imprese, a ciascuna delle quali è stato affidato il compito di ricerca e sviluppo di materiali e documenti di approfondimento sui temi sopra elencati. Le abilità imprenditoriali messe in campo ed allenate in questa attività afferiscono sia all'area delle competenze relazionali sia delle competenze più tecniche e pratiche:

HARD SKILLS	SOFT SKILLS
Ricerca di informazioni e contenuti digitali e non Organizzazione e sistematizzazione logica dei contenuti Revisione e validazione prodotto finale	Organizzazione del Lavoro di Gruppo Auto-suddivisione dei compiti Gestione di conflitti e ricerca di soluzioni

Secondo Ipervideo – Azienda Vitivinicola Quinta Dos Termos

Quinta dos Termos, Lda

Carvalhal Formoso, 6250-161 Belmonte, Portugal

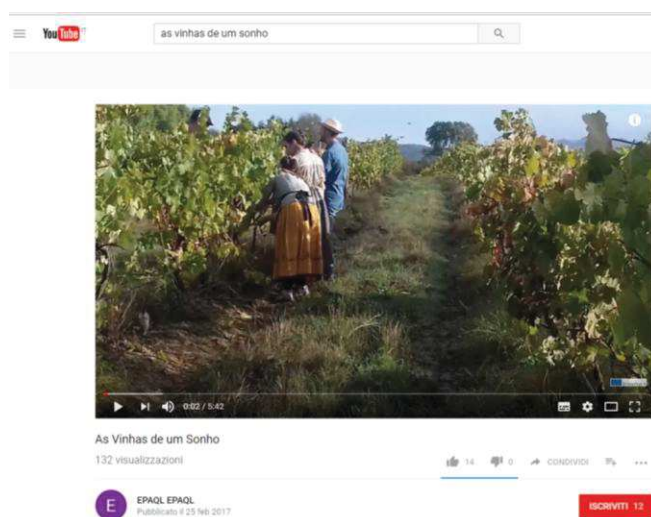
Tel. +351.275471070; Fax +351.275471072

Email: info@quintadostermos.pt

www.quintadostermos.pt

Facebook @quintadostermos

Video. Il video sull'azienda Quinta dos Termos si intitola "As vinhas de um sonho" ("Le vigne di un sogno") ed è disponibile su **YouTube** nel canale EPAQL EPAQL al seguente URL pubblico e permanente https://www.youtube.com/watch?v=6rUPMn_FHTY






L'azienda. Quinta dos Termos si trova nel distretto di Beira Interior, una regione montuosa localizzata nella parte nord-orientale del Portogallo, piuttosto vicino al confine con la Spagna. L'economia dell'area è essenzialmente rurale, basata sull'agricoltura, la coltivazione di segale ed attività agroindustriali correlate. La regione è esposta ai venti del Nord e al sole del Sud, caratteristiche che la sua posizione perfetta per i vigneti e la coltivazione dell'uva. Per questo l'intera zona ha una lunga tradizione di vinificazione, sull'onda della quale il precedente proprietario dell'azienda, Alexandre Carvalho, fondò Quinta da Lageosa nel 1945. Oggi l'azienda è in mano al figlio João e ai nipoti Miguel e Pedro Carvalho. Quinta da Lageosa è un business a conduzione familiare, molto attivo in Portogallo grazie alla produzione di 22 varietà di vino (14 vini rossi, 4 bianchi, 1 rosé and 3 spumanti) da pregiati




vitigni locali. Recentemente l'azienda ha acquisito cinque diverse piattaforme logistiche per una ottimale distribuzione del vino in tutto il Portogallo, con il progetto di implementare non appena possibile una strategia di internazionalizzazione.

La storia. La struttura della storia è ispirata al modello del *Viaggio dell'Eroe* (vedi sopra I.2.2). Il filmato presenta uno studente di P9 Quinta da Lageosa mentre cerca annunci di lavoro nel giornale locale. Dopodichè, gli utenti lo rivedono in qualità di tirocinante presso l'azienda Quinta dos Termos, mentre impara a svolgere il lavoro nei campi ma anche il processo di vinificazione e la gestione del magazzino. Nel frattempo, il medesimo ragazzo insieme a un gruppo di compagni appare durante un'intervista al più giovane rappresentante di Quinta dos Termos, il referente per il Marketing Pedro Carvalho. Gli studenti gli domandano conto delle difficoltà attraverso cui l'impresa è passata prima di affermarsi, dal momento che l'argomento è di particolare rilevanza per la storia che si sta narrando. Tuttavia, viene riferito che le difficoltà si sono verificate nei primi decenni di vita dell'azienda, quando Quinta dos Termos era guidata dal fondatore Alexandre Carvalho, mentre durante gli anni di Pedro l'azienda va a gonfie vele. L'esperienza di lavoro e l'intervista ispirano lo studente a perseguire un proprio progetto di business, così un giorno trova un campo in vendita e decide di comprarlo. Il giovane inizia immediatamente a lavorare nei campi, piantando la vite e coltivando l'uva per la produzione di vino. Dopo alcuni mesi può finalmente avere la soddisfazione di degustare con orgoglio un bicchiere di vino della propria vigna.

La struttura del video. Il filmato combina le sequenze della storia narrata con l'intervista al rappresentante della famiglia Carvalho, attualmente proprietaria dell'azienda Quinta dos Termos. Durante il video è inoltre possibile vedere alcuni momenti del ciclo di lavoro annuale nella vigna e in fabbrica. Il contenuto dell'intervista verte su come l'azienda è stata avviata, le caratteristiche della regione/territorio in cui la vigna si trova e, soprattutto, l'identità del brand e dell'azienda stessa. Ciò è particolarmente importante nel parlare dei tratti imprenditoriali che caratterizzano le *business people*. Infatti, l'intervistato afferma che oggi giorno l'azienda sta affrontando una sfida: produrre il vino in base al gusto della famiglia, come piace a loro. Quindi essi si rivolgono a clienti a cui piaccia il vino con tali caratteristiche, piuttosto che vendere un vino che incontri il gusto comune dei consumatori.

Ipervideo. Gli studenti sono stati divisi in gruppi ed è stato loro assegnato il compito di pensare a materiali digitali per arricchire la user-experience. L'attività è stata condotta esattamente come nel caso di Queijos Braz. Gli studenti sono stati incoraggiati a domandarsi quali contenuti potrebbero interessare un utente che cerchi informazioni attinenti ai temi del video. I gruppi hanno quindi deciso di "aumentare" il video con ulteriori informazioni sia sull'azienda Quinta dos Termos sia sul processo di produzione del vino. I contenuti sono descritti nella tabella sotto:

Link al sito ufficiale dell'azienda Quinta dos Termos	www.quintadostermos.pt
Link al canale YouTube ufficiale di Quinta dos Termos https://www.youtube.com/watch?v=L-okQ1cuf90 	Un video che mostra il ciclo e il processo produttivo presso l'azienda Quinta dos Termos, oltre che la storia dell'azienda a conduzione familiare.
Link al video promozionale dei vini della zona Beira Interior https://www.youtube.com/watch?v=4CGMbKYvYOW 	Un video promozionale sulla varietà di vite della regione Beira Interior, tra le montagne più alte del Portogallo, tradizionalmente vocato al successo della vinificazione grazie alla sua naturale esposizione al sole e ai venti e alle proprietà del suolo. Ulteriori informazioni su Quinta dos Termos: Interview to Joao Carvalho  Un ulteriore documentario sull'azienda Quinta dos Termos

	
<p>Link al canale YouTube ufficiale di P9 Quinta da Lageosa https://www.youtube.com/watch?v=THogkDT BIA&t=7</p> 	<p>Un video che mostra la sede della scuola, spiegando tutte le attività e le competenze che gli studenti sviluppano frequentando la scuola professionale agricola Quinta da Lageosa</p>
<p>Link al video YouTube “A minha queijaria” https://www.youtube.com/watch?v=xBujLHpp-iU</p> 	<p>Il video intitolato “<i>Il mio caseificio</i>” è il primo ipervideo di P9 Quinta da Lageosa, realizzato nell’ambito delle attività del progetto F.A.S.T.E.S.T. (vedi sopra per dettagli)</p>

Organizzazione pedagogica della sperimentazione. Le attività e metodologie della sperimentazione sono le stesse applicate al gruppo di studenti coinvolto nel video sull’azienda Queijos Braz video (vedi sopra).

II. Risultati delle sperimentazioni pupil – led (activity 3)

Per ciascuna delle quattro scuole coinvolte, l'attività 3 si è declinata sostanzialmente in due diverse articolazioni:

- a. Manipolazione digitale dei video e trasformazione in ipervideo da parte degli studenti
- b. Attività di monitoraggio da parte dei docenti della sperimentazione pupil-led e dei relativi risultati di apprendimento

Quanto al punto a), si è già dichiarata sopra (paragrafo I.3 – IO2) la scelta metodologica di dare evidenza nel capitolo precedente dell'impostazione didattica adottata e dei contenuti selezionati per gli ipervideo, nonché delle abilità imprenditoriali apprese e "agite" da parte degli studenti, per garantire una visione di insieme più completa a vantaggio dei fruitori.

Quanto al punto b), in collaborazione con il Partner P3 Leader di Intellectual Output, il Coordinatore P1 Cisita Parma ha approntato uno strumento di monitoraggio delle attività (vedi sotto, Appendice III) ad uso dei docenti di ogni singola scuola partner allo scopo di:

- supportarli nel monitorare/supervisionare la sperimentazione pupil-led secondo la logica del Project Work
- fissare gli obiettivi di apprendimento sia lato studenti che lato docenti
- verificare e quantificare gli esiti dell'apprendimento sia lato studenti che lato docenti

L'attività di monitoraggio ha preso in considerazione quattro oggetti di valutazione:

- Obiettivi di apprendimento per gli studenti
- Obiettivi di apprendimenti per i docenti (autovalutazione)
- Analisi del processo di cambiamento indotto negli studenti (singoli e in gruppo)
- Analisi delle competenze individuali sviluppate dai singoli studenti (a campione)

Obiettivi apprendimento	Obiettivi apprendimento -	Cambiamento	Abilità individuali
-------------------------	---------------------------	-------------	---------------------

- studenti	docenti	Indotto (studenti)	(campione)
<ul style="list-style-type: none"> • ICT • Imprenditorialità 	<ul style="list-style-type: none"> • ICT • Storytelling • Imprenditorialità • Focus agroalimentare 	<ul style="list-style-type: none"> • Come singoli • Come gruppo di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione & Team work • Gestione delle informazioni • Assegnare Obiettivi e Compiti

Nelle pagine successive si offrirà una panoramica generale degli esiti, presentando i dati in forma aggregata per mezzo di grafici e tabelle riassuntive, allo scopo soprattutto di comparare i risultati ottenuti a livello di paese, di categoria studenti/ docenti, e dei singoli obiettivi di apprendimento. A tal proposito, si precisa che a ogni scuola partner è stato assegnato il mandato di organizzare due diverse sperimentazioni, in linea con il fatto che gli ipervideo siano due e che quindi fosse opportuno coinvolgere due diversi gruppi o classi di studenti. Per ogni item oggetto di indagine nello strumento di monitoraggio, è stato chiesto al team di docenti responsabile della compilazione di assegnare un punteggio da 1 a 5, secondo i parametri della scala Likert, dove punteggio = 1 indica il minimo grado di raggiungimento/ accordo rispetto a quanto viene chiesto nell'enunciato/domanda, mentre punteggio = 5 indica il massimo. Nei grafici si dà dunque evidenza dei risultati divisi per ogni gruppo di studenti/ paese (per esempio, Italia 1 e Italia 2 e così via per gli altri paesi). Per ogni grafico si forniranno una didascalia o un commento esplicativi per una corretta interpretazione dei dati alla luce della metodologia seguita e dei parametri adottati.

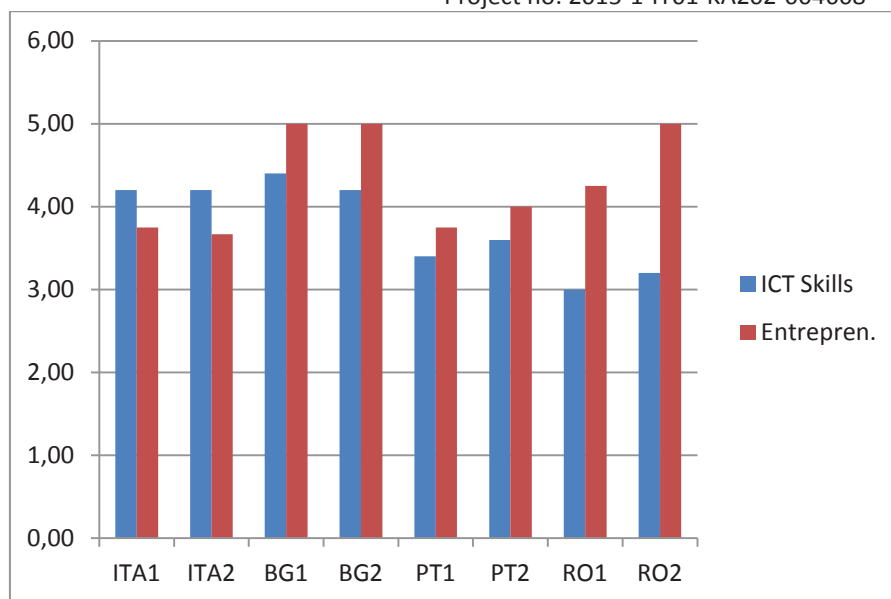


Grafico 1- Obiettivi di apprendimento degli studenti differenziati per gruppo e per paese

Il grafico indica il raggiungimento degli **obiettivi di apprendimento** per gli **studenti** sia nell'area **ICT Skills** sia nelle cosiddette "**Entrepreneurial Skills**", in base alle valutazioni assegnate dai loro stessi docenti. In generale le ICT skills hanno ottenuto punteggi inferiori rispetto alle "Entrepreneurial Skills", per cui si può concludere che le ICT Skills risultano più difficili da apprendere per gli studenti, rispetto alle soft skills imprenditoriali. Unica eccezione l'Italia, in cui in entrambi i gruppi le abilità informatiche hanno ottenuto un punteggio maggiore (4,20 per le ICT skills contro 3,66-3,75 delle "Entrepreneurial Skills"). Nel grafico 2 è evidente lo scarto tra le competenze dei due obiettivi di apprendimento. Nonostante le ICT skills siano chiaramente più difficili da raggiungere rispetto alle Entrepreneurial Skills, il punteggio medio 3,78 non è lontano dalla soglia del livello considerato come buono (4).

Il grafico 3 invece mostra il panorama complessivo per tutti gli studenti di tutti i paesi rispetto al raggiungimento degli obiettivi di apprendimento dell'area ICT skills, con il dettaglio dei punteggi ottenuti in ogni sotto-competenza. Le abilità più difficili da raggiungere o mettere in pratica sono "Creare Ipervideo" & "Manipolazione Digitale per trasformare i video in ipervideo", mentre "Effettuare riprese" è la più facile, probabilmente perchè gli studenti sono nativi digitali.

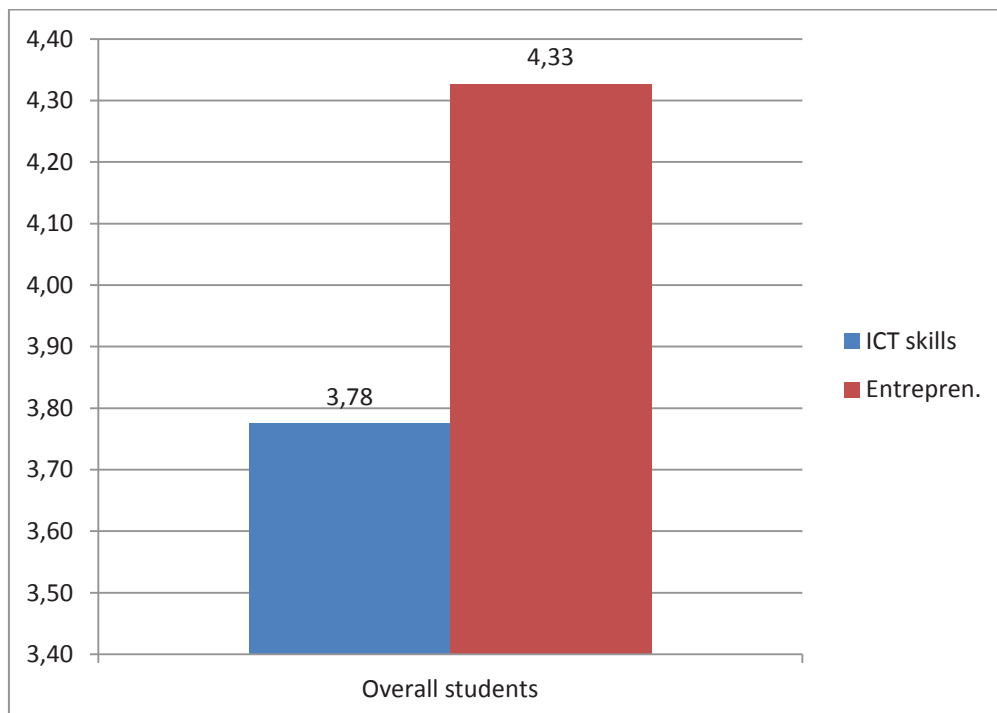


Grafico 2 - Panoramica generale degli obiettivi di apprendimento degli studenti

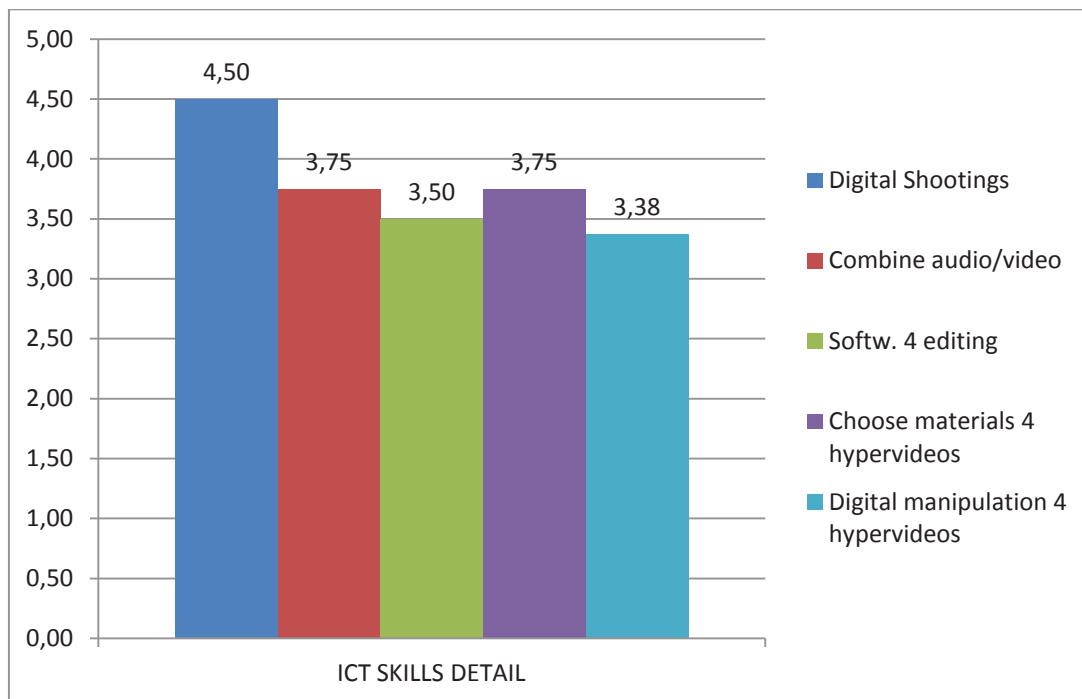


Grafico 3 - Dettaglio dei sotto-obiettivi di apprendimento per l'area ICT skills

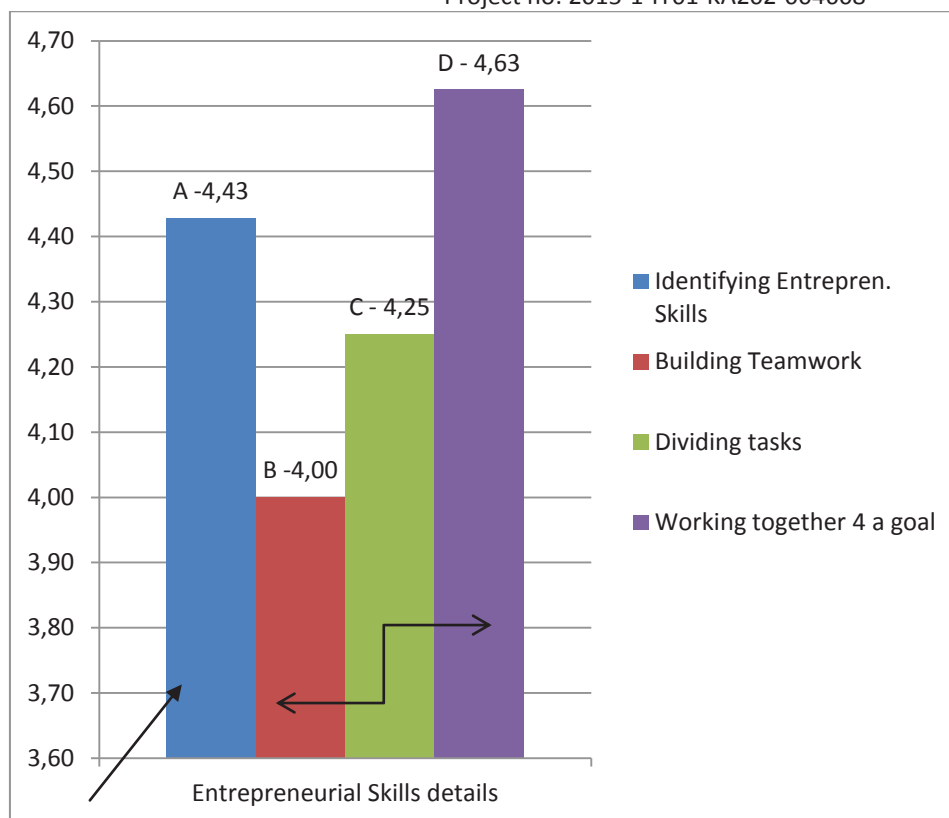


Grafico 4 - Panoramica generale delle abilità imprenditoriali degli studenti

Il grafico 4 illustra le Entrepreneurial Skills e i relativi obiettivi di apprendimento, con i relativi punteggi calcolati in media per tutti gli studenti di tutti i paesi. È inoltre importante operare una distinzione tra le abilità imprenditoriali “da apprendere” (Capacità “A”) e quelle da “performare” o da “agire” (Capacità B-C-D). Mediamente si può affermare che “performare” per gli studenti sia più difficile di “apprendere” (il punteggio dell’abilità “A” pari a 4,43 è superiore alla media di “B-C-D” pari a 4,29). Tuttavia, l’abilità più facile in assoluto da sviluppare è la capacità performativa “D” con un punteggio pari a 4,69, seguita immediatamente dall’abilità “A”. Probabilmente ciò si spiega con il fatto che la capacità “D” *Lavorare insieme per un’obiettivo*, implica lavorare a obiettivi e compiti definiti dai docenti, mentre gli studenti tendono a seguire le indicazioni ricevute.

Per quanto riguarda invece l’indagine sul **cambiamento indotto**, si è inteso valutare il processo trasformativo degli studenti che hanno preso parte alla sperimentazione, sia come atteggiamento e motivazione individuale allo studio e all’istruzione scolastica, sia come disponibilità e capacità del gruppo di organizzarsi in una squadra che lavora per un obiettivo comune.

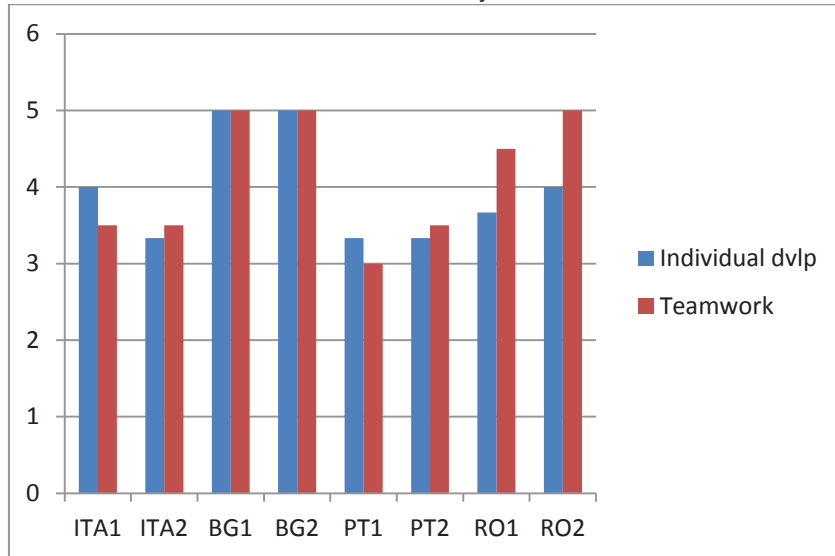


Grafico 5 – Analisi del cambiamento indotto negli studenti (divisi per gruppo e per paese)

In media le abilità di **lavoro di gruppo** (punteggio medio generale pari a 4,12) sembrano più facili da sviluppare e mettere in pratica rispetto alle **competenze individuali** (punteggio medio generale pari a 3,94)

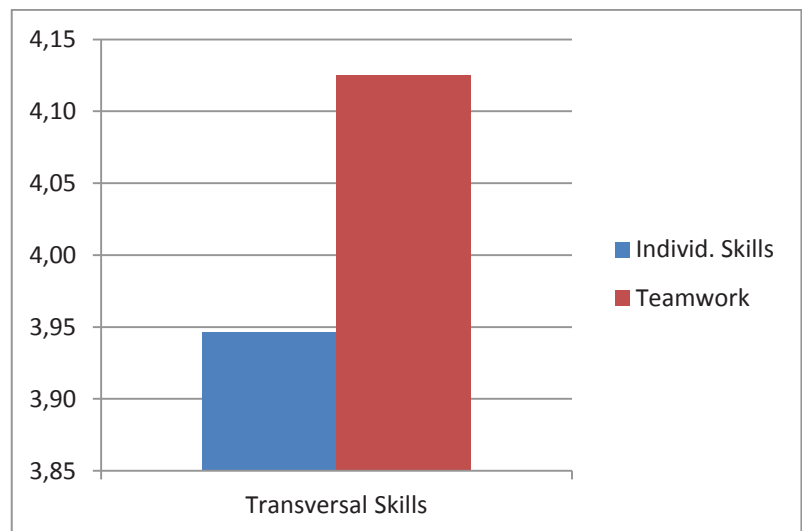


Grafico 6 - Teamwork vs Individual Skills in Students

I grafici 7 e 8 individuano invece gli effetti del cambiamento indotto, ovvero le evidenze del processo trasformativo avviato grazie al progetto, che si rivelano sia nelle abilità individuali sia nella capacità di lavorare in gruppo da parte degli studenti. Nel grafico 6, si nota che le abilità individuali valutate più positivamente sono state la creatività e la capacità di adottare soluzioni innovative (punteggio medio generale pari o superiore a 4), mentre più arduo risulta affrontare compiti in modo critico (punteggio medio generale pari a 3,71).

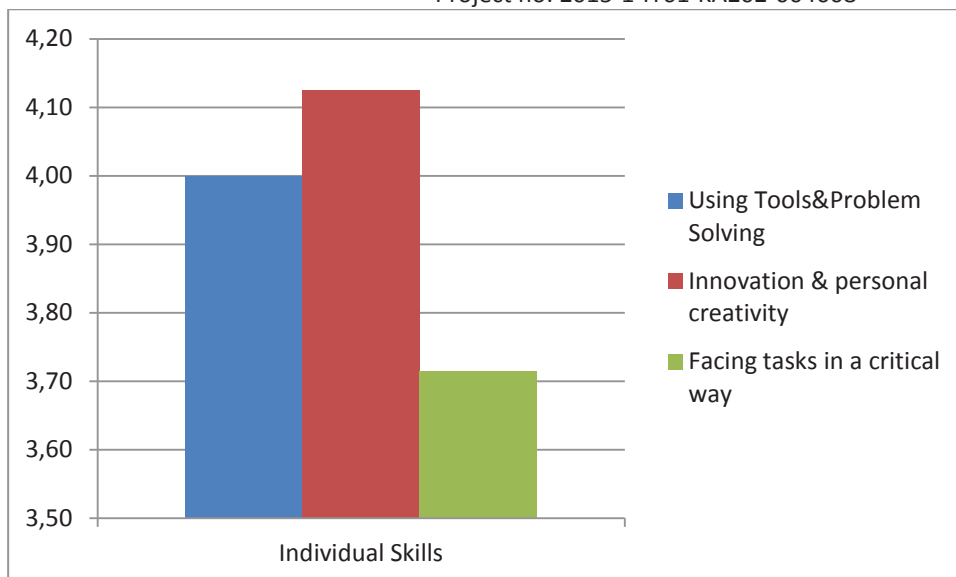


Grafico 7 – Effetti del cambiamento indotto sulle Abilità Individuali

Il grafico 8 evidenzia gli effetti del cambiamento indotto impattanti la capacità di lavorare in gruppo, che si articolano essenzialmente in: partecipazione attiva da una parte, e capacità di auto-assegnarsi compiti dall'altra. Coerentemente con le aspettative, è stato riscontrato un alto grado di partecipazione attiva (punteggio medio generale pari a 4,38) mentre più difficoltoso risulta per il gruppo di studenti auto-assegnarsi compiti da svolgere (punteggio medio generale pari a 3,88).

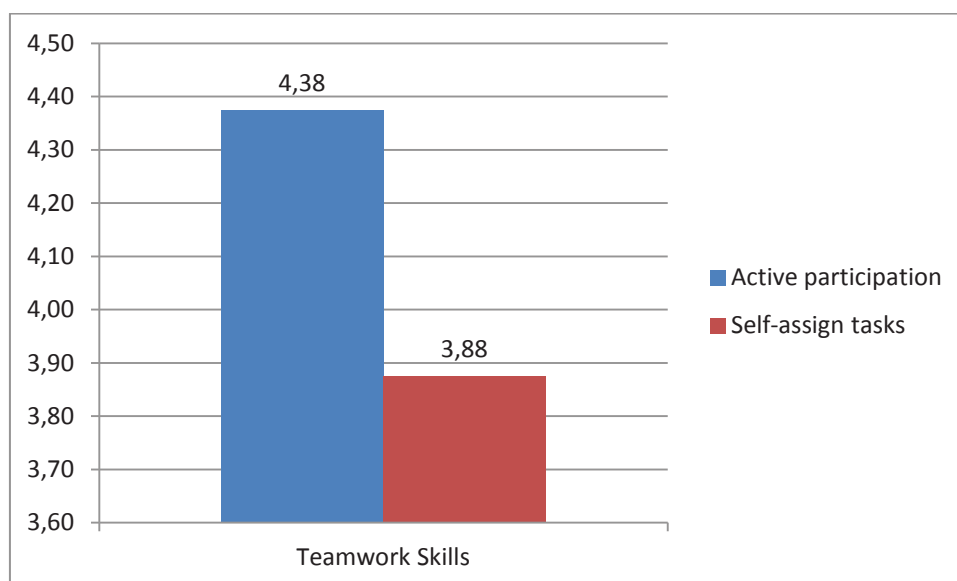


Grafico 8 - Effetti del cambiamento indotto sulle abilità di lavoro di gruppo

Per quanto riguarda invece gli **obiettivi di apprendimento dei docenti**, sono state identificate quattro diverse aree soggette ad autovalutazione da parte degli stessi insegnanti coinvolti. Come nel caso degli studenti, per ogni scuola sono stati costituiti due gruppi di docenti con compiti di monitoraggio, supervisione e giudizio dei due team di studenti. Ciascun gruppo di docenti ha quindi espresso una valutazione sugli studenti e una autovalutazione sulla propria prestazione. Il Grafico 9 mostra a tal proposito le quattro aree tematiche prese in considerazione: ICT e Imprenditorialità come nel caso degli studenti, con l'aggiunta di competenze legate allo Storytelling e alle abilità settoriali (agroalimentare). Anche per gli insegnanti, le competenze ICT sono in media le più difficili da sviluppare, mentre le abilità imprenditoriali sono state le facili. Le competenze agro-biz e storytelling sono in posizione intermedia, con un vantaggio legato al settore agro-biz.

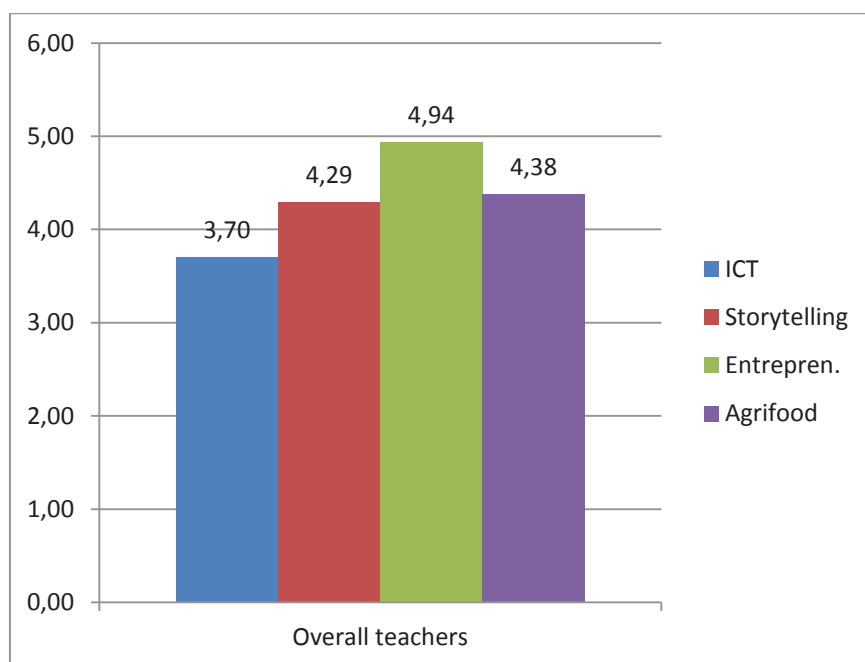


Grafico 9 – Panoramica generale degli obiettivi di apprendimento per docenti

Anche nel caso dei docenti, per ogni area tematica sono stati individuati più sotto-obiettivi di apprendimento. Per quanto riguarda le ICT skills, il Grafico 10 individua i quattro medesimi item identificati per gli studenti (vedi Grafico 3). Anche per i docenti l'aspetto più difficile da apprendere è la manipolazione digitale e la creazione di ipervideo. L'abilità di effettuare riprese video è anche per essi la più semplice, complice la facilità e immediatezza di utilizzo degli smartphone, principale equipaggiamento tecnico utilizzato per girare le immagini. A pari punteggio (4,38) si colloca la scelta di materiali per la creazione degli

ipervideo, competenza facile da sviluppare per gli insegnanti probabilmente dato il carattere di ricerca teorica che la caratterizza.

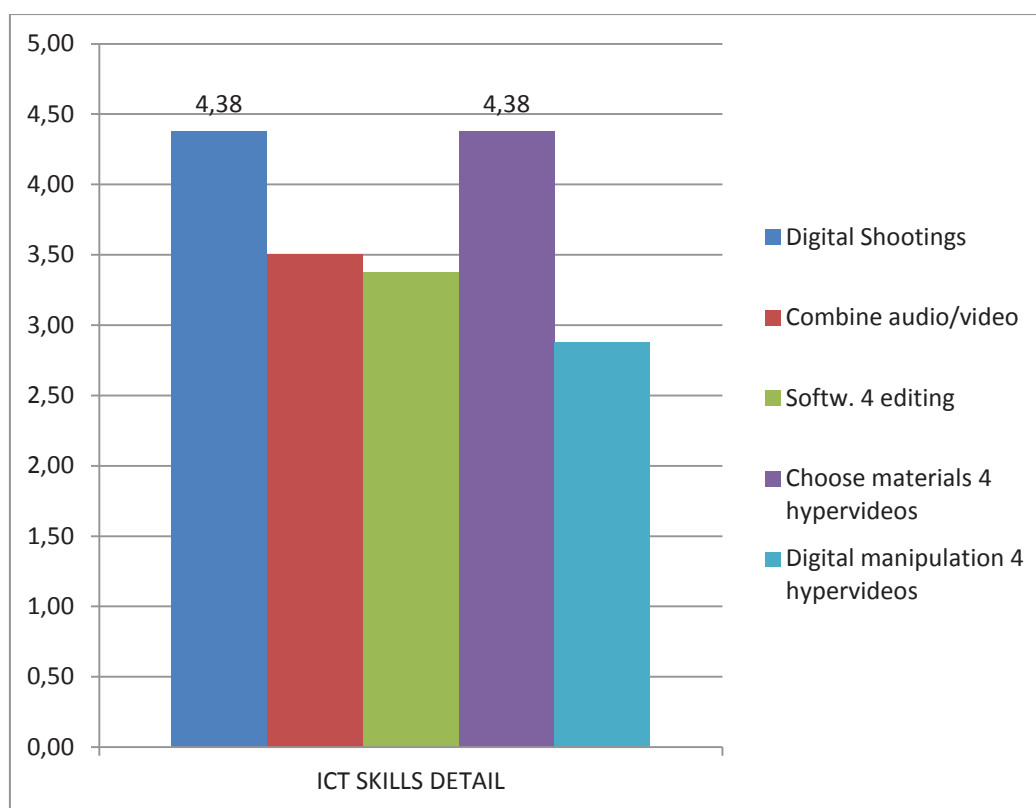


Grafico 10 – Dettaglio delle competenze ICT per gli insegnanti

Nei grafici 11-12-13 sono invece visibili gli obiettivi di apprendimento rispettivamente dell'area "Storytelling" (Grafico 11), "Imprenditorialità" (Grafico 12) e abilità settoriali del settore agroindustriale (Grafico 13). Queste competenze hanno raggiunto mediamente punteggi molto alti, superiori al 4, evidenziando quindi un certo agio da parte degli insegnanti a misurarsi e ad auto-valutarsi su questi temi. In generale, gli aspetti che hanno ottenuto un punteggio meno alto, seppure nel generale trend positivo, sono:

- Creare la struttura di un video (4,11) nell'ambito delle Storytelling skills
- Creare e Implementare metodologie didattiche innovative (4,37)

La spiegazione di ciò è facilmente ricercabile nel fatto che si tratta di sperimentazioni didattiche in cui si chiede ai docenti di uscire dai programmi tradizionali e unidirezionali, e in

cui il processo di adattamento all'innovazione può richiedere maggiore sforzo e tempi più prolungati.

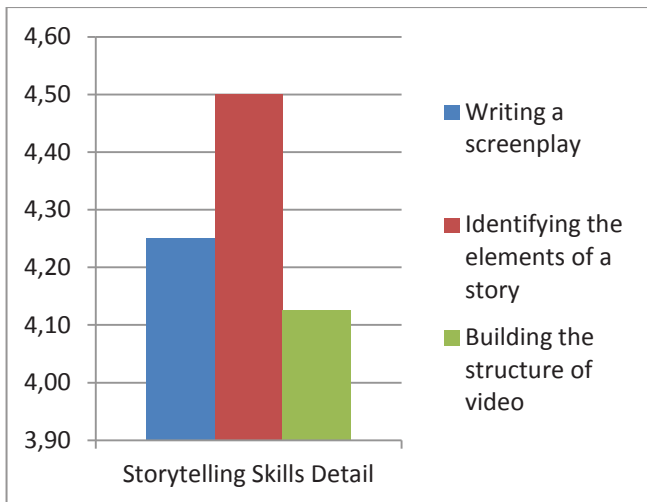


Grafico 11- Dettaglio delle competenze di Storytelling per gli insegnanti

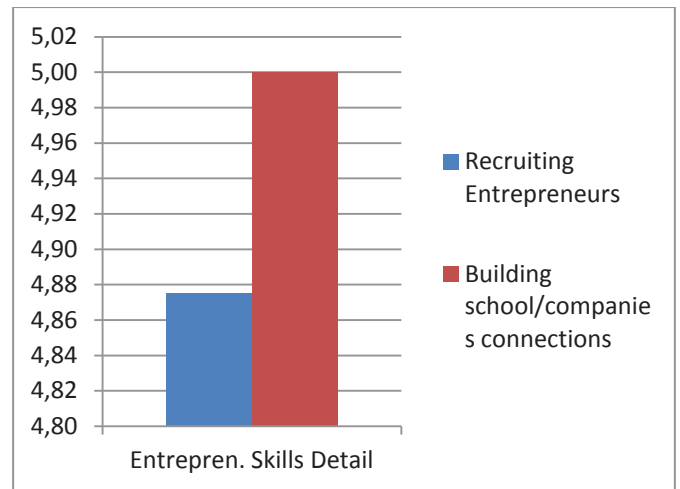


Grafico 12 - Dettaglio delle competenze imprenditoriali per gli insegnanti

Nel Grafico 12, da evidenziare gli altissimi punteggi ottenuti dalla media generale dei docenti in entrambi gli aspetti presi in considerazione (stabilire connessioni tra scuola e azienda da un lato, e ingaggiare imprenditori disponibili a partecipare al progetto dall'altra). Tuttavia, l'aspetto meno semplice da affrontare è stato per tutti la capacità di motivare in modo adeguato gli imprenditori ad aderire alla sperimentazione, e di essere quindi efficaci nel reclutamento delle imprese.

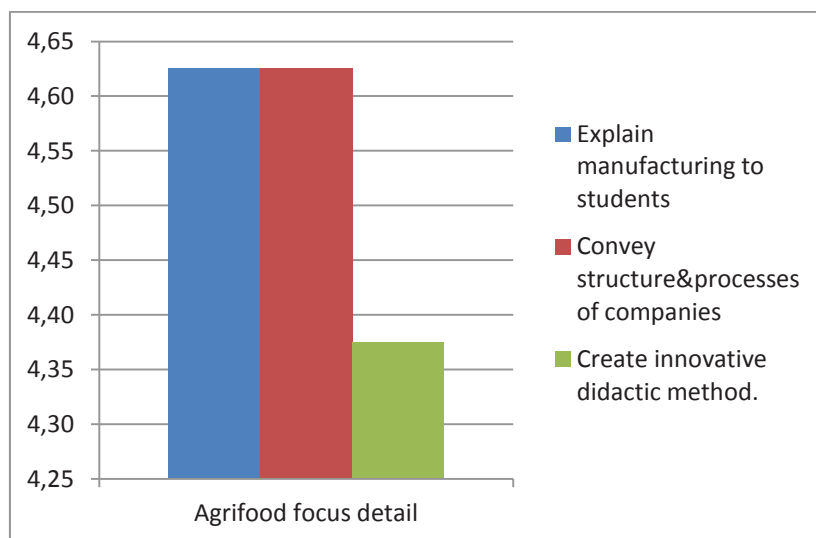
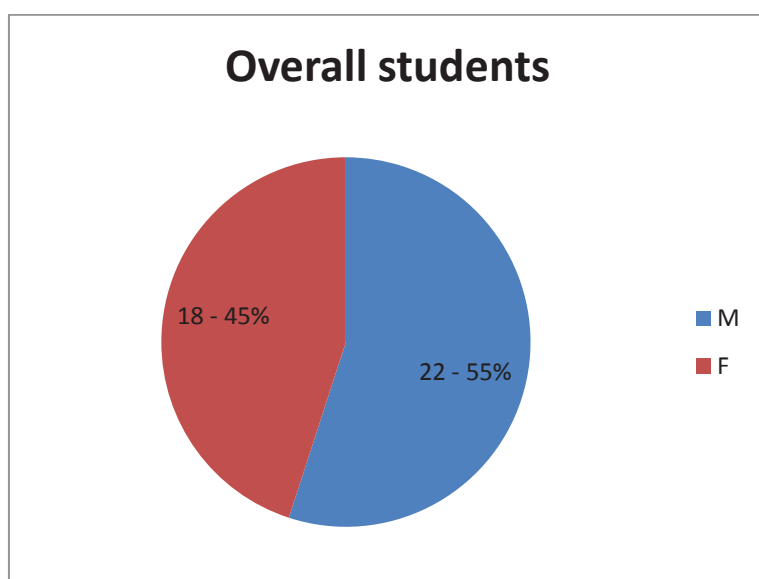


Grafico 13 - Dettaglio delle competenze settoriali per gli insegnanti

Per quanto riguarda la **valutazione individuale** del rendimento dei singoli studenti nell'ambito della sperimentazione, si è convenuto di operare secondo un procedimento a campione, applicando i metodi valutativi previsti sul 25% degli studenti coinvolti, secondo questa distribuzione:

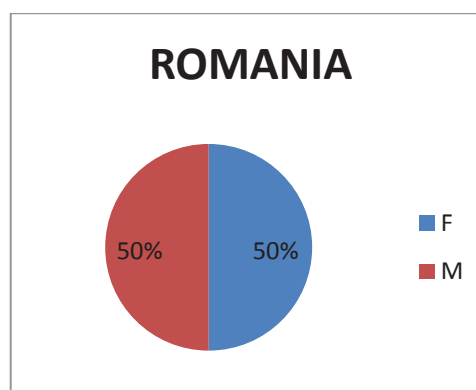
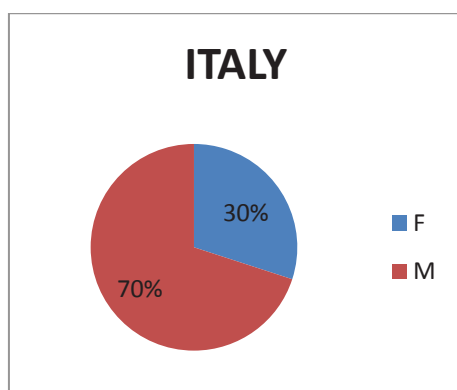
- 10 studenti su 40 studenti coinvolti in Italia
- 10 studenti su 40 studenti coinvolti in Bulgaria
- 10 studenti su 40 studenti coinvolti in Romania
- 10 studenti su 40 studenti coinvolti in Portogallo

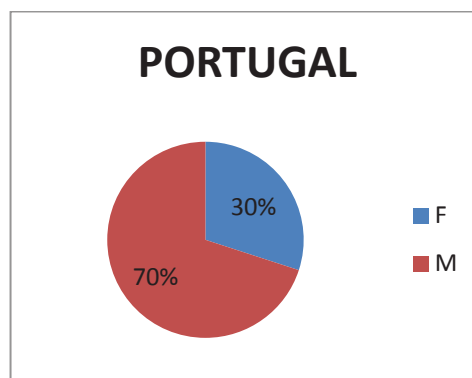
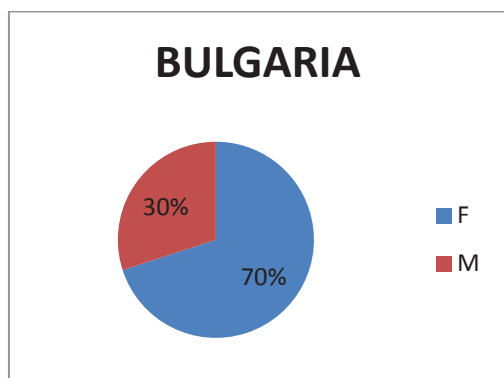
Ciascuna scuola è stata lasciata libera di gestire la distribuzione per sesso, età e profilo degli studenti campionati. Dai grafici sotto è possibile ottenere alcuni dati utili al monitoraggio fisico degli allievi.



In base al campione selezionato, il numero di maschi coinvolti è stato lievemente superiore a quello delle femmine (55% vs 45%). Mentre la Romania presenta un'egual proporzione di maschi e femmine campionati, l'Italia e il Portogallo mostrano una predominanza di maschi, mentre le femmine sono state campionate in numero superiore in Bulgaria.

Grafico 14 – Maschi VS Femmine e sotto, suddivisione tra maschi e femmine per paese





Per quanto riguarda l'età degli studenti coinvolti, si può affermare che tutte e quattro le scuole abbiano scelto un target di studenti più adulto ed esperto, selezionandoli tra coloro che stessero frequentando almeno il triennio superiore del ciclo. Dal Grafico 15, è possibile capire che il Portogallo abbia coinvolto studenti frequentanti l'ultimo anno del ciclo scolastico, mentre Bulgaria e Romania si sono concentrati su studenti del terzo anno, attorno ai 16-17 anni di età. L'Italia invece ha selezionato per entrambi i gruppi studenti di 17 anni, frequentanti il quarto anno del ciclo.

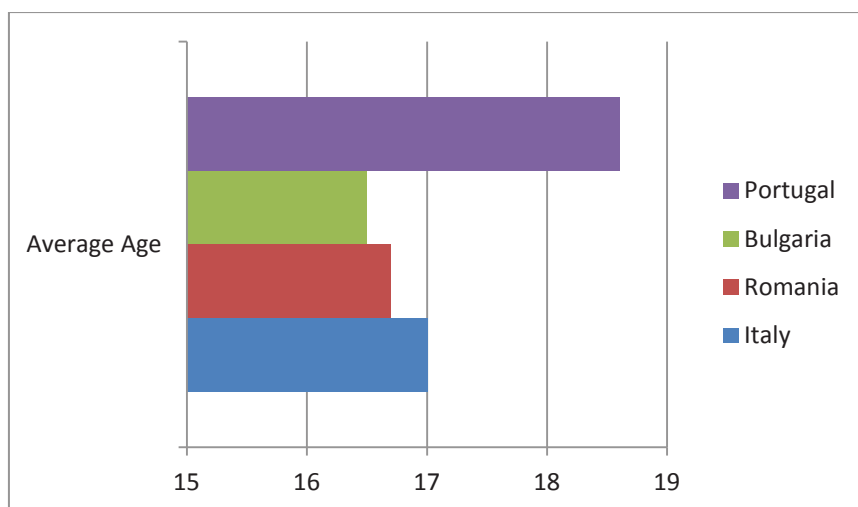


Grafico 15 – Età degli studenti coinvolti per paese

Il seguente grafico illustra dunque l'articolazione degli obiettivi di apprendimento delle abilità individuali in tre diverse aree tematiche:

- Capacità di lavorare in gruppo & abilità comunicative
- Capacità di trovare e organizzare informazioni e materiali di lavoro
- Capacità di identificare e porsi obiettivi e di condividerli col gruppo

Secondo i criteri identificati dal team di P3 Bocchialini, ideatore della griglia di valutazione, le tre abilità sono elencate in ordine di importanza crescente per la valutazione delle individual skills, quantificate in termini di “peso” come da tabella seguente:

Capacità di lavorare in gruppo & abilità comunicative	Peso 4
Capacità di trovare e organizzare informazioni e materiali di lavoro	Peso 8
Capacità di identificare e porsi obiettivi e di condividerli col gruppo	Peso 12

In fase di valutazione, è stato stabilito di valutare ciascuno/a studente campionato/a su ciascuna delle abilità individuate, attribuendo un punteggio da 1 a 4 - dove punteggio 1 equivale a un giudizio scarso, punteggio 2 equivale a sufficiente, punteggio 3 equivale a buono e punteggio 4 a ottimo. Il punteggio ottenuto è stato poi moltiplicato per il peso attribuito a ciascuna abilità, e la somma di tutti e tre i punteggi parziali ha poi generato il punteggio individuale che determina il livello generale della performance individuale. Per dettagli sul meccanismo di calcolo, è possibile consultare la griglia di valutazione sotto, in Appendice III. In questa sede è utile trarre alcune conclusioni sul livello generale di performance degli studenti, con valutazioni differenziate sui singoli obiettivi di apprendimento o abilità valutate. Il Grafico 16 mostra una sintetica analisi dei risultati raggiunti in media dagli studenti di tutti i paesi coinvolti, da cui si coglie una maggiore difficoltà da parte degli studenti a performare l'abilità “porsi obiettivi condivisi di lavoro” - essendo anche quest'ultima la più complessa e quella a cui si è coerentemente riconosciuto un peso maggiore per l'attribuzione del punteggio.

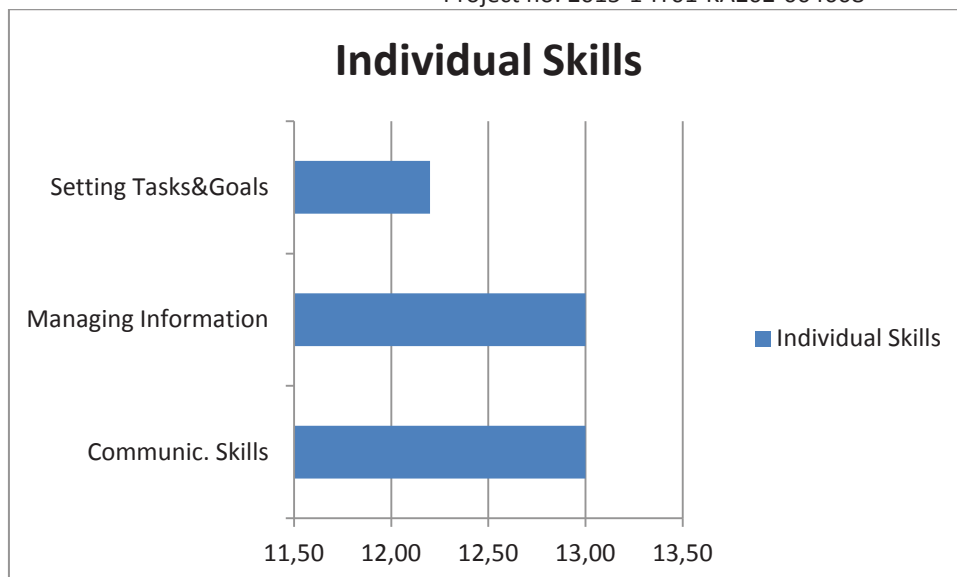


Grafico 16 – Risultati generali relativi al raggiungimento degli obiettivi di apprendimento afferenti alle individual skills

I risultati mostrati dai Grafici 16-17 sono coerenti con i punteggi ottenuti negli obiettivi di apprendimento afferenti al cambiamento indotto, in cui la capacità di auto-assegnarsi compiti all'interno di un gruppo di lavoro ha ottenuto livelli di performance inferiori. In linea generale le femmine tendono a punteggi più alti dei loro coetanei maschi, a eccezione dell'abilità "Communication Skills" in cui i maschi raggiungono un livello lievemente superiore (vedi Grafico 17).

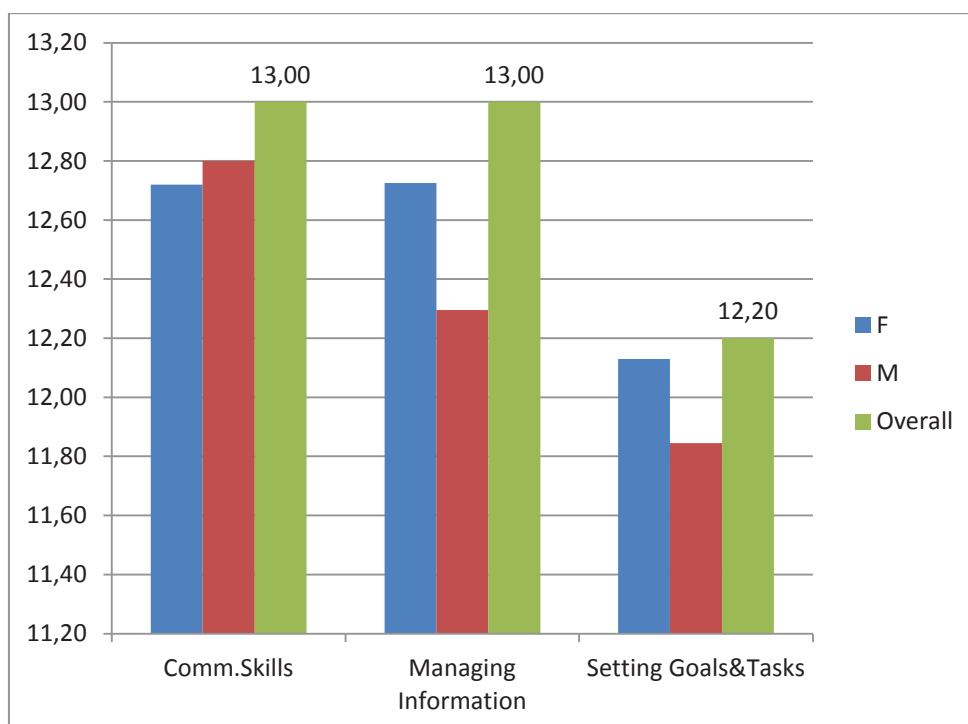


Grafico 17 – Raggiungimento delle Skills Individuali con differenziazione Maschi / Femmine

Interessante inoltre la panoramica offerta dal Grafico 18, grazie al quale si possono apprezzare i livelli di performance in ciascuna delle tre sotto-abilità per ognuno dei quattro paesi partecipanti.

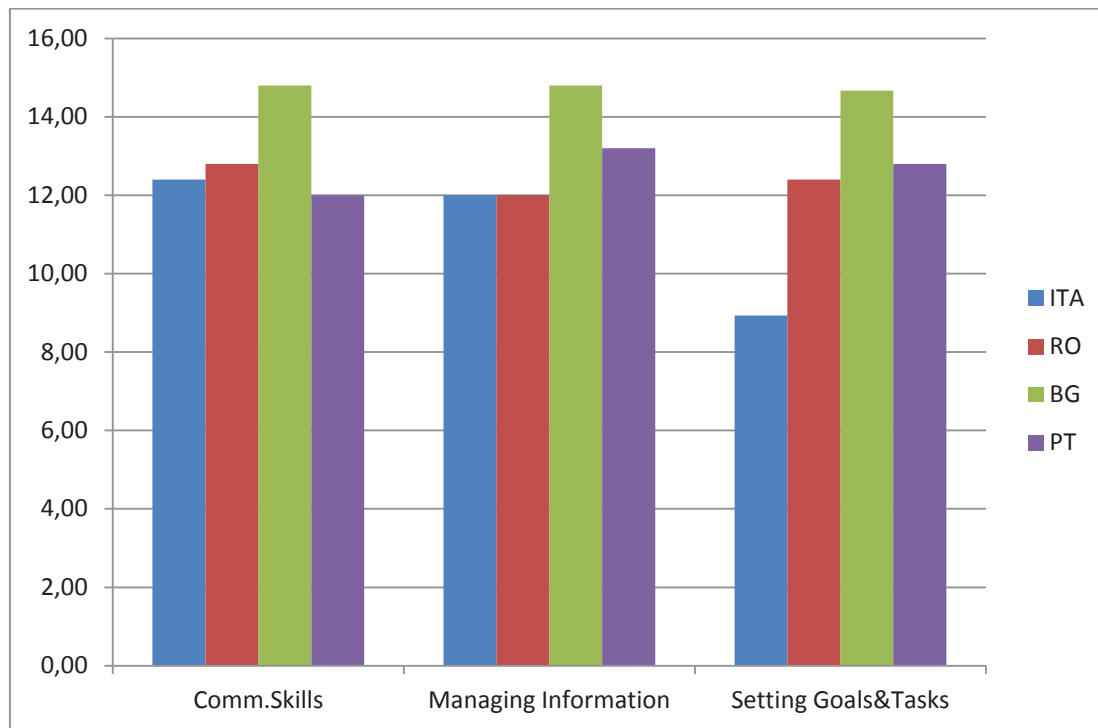


Grafico 18 - Raggiungimento delle Skills Individuali con differenziazione per paese

È infine interessante comparare i livelli di performance complessivi, operando una distinzione sia per livelli di valutazione (da eccellente, a molto buono, a buono, a scarso-insufficiente) sia per paese, con questo non al fine di stilare un ranking o una competizione, ma per rilevare le peculiarità di valutazione didattica che caratterizzano ciascun team di docenti valutatori (vedi sotto Grafico 19). La Bulgaria è il paese in cui i docenti sono stati maggiormente soddisfatti, o hanno valutato più positivamente, il lavoro dei propri studenti, seguito da Portogallo e Romania, mentre l'Italia ha totalizzato un punteggio complessivo inferiore. In ogni caso, è da rimarcare l'ottimo livello di valutazioni ottenute in generale (vedi sotto Grafico 20): circa un terzo delle performance ha ottenuto una valutazione eccellente, poco meno di un terzo ne ha ricevuta una molto buona, circa un altro terzo buona, e quindi una ristretta percentuale di studenti campionati ha ricevuto una valutazione da sufficiente a scarsa.

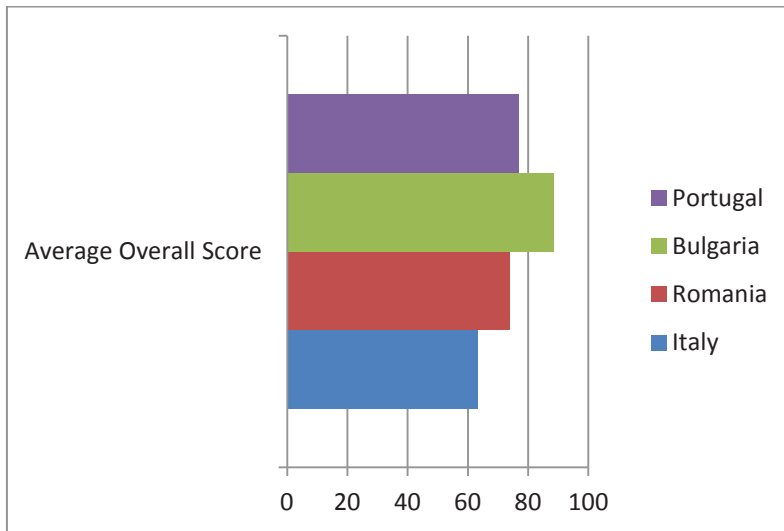


Grafico 19 – Punteggio medio raggiunto per paese

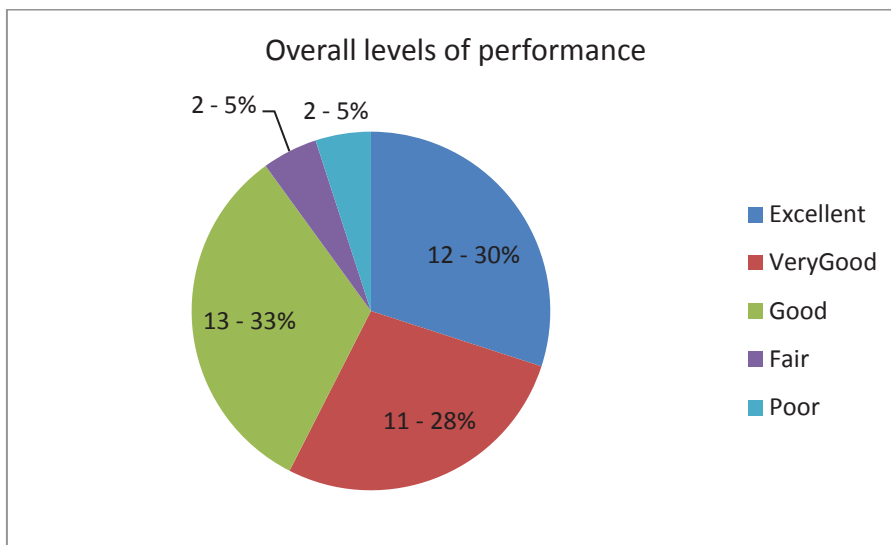


Grafico 20 – Livelli di performance raggiunti in percentuale

Conclusioni

L'Intellectual Output 2 ha inteso fornire ai lettori – in particolare docenti di ambito VET, ma anche progettisti, project managers o coordinatori di istituti VET, compresi centri di formazione e ricerca, rappresentanti di enti datoriali, camere di commercio, incubatori di impresa o titolari e manager di aziende del settore, o infine studenti -, una panoramica generale delle attività che lo hanno composto.

Per riassumere, si è trattato di coinvolgere scuole secondarie tecniche a indirizzo agroalimentare del sud-europa (Italia e Portogallo) ed est-europa (Romania e Bulgaria) in attività di creazione di video digitali a scopo di storytelling, ovvero per narrare storie di successo di imprese o imprenditori locali del settore agroalimentare, in considerazione del valore didattico dell'attività nel rafforzamento non solo delle competenze settoriali e di ICT degli studenti, ma anche per consolidare la loro vocazione all'istruzione e ispirarne future iniziative auto imprenditoriali nel settore agroindustriale.

Il presente studio ha illustrato l'implementazione dell'intero processo attraverso tre fasi:

- 1) Attivazione dei team di docenti a scuola, impostazione delle attività didattiche (criteri per la scelta degli studenti, organizzazione logistica e pedagogica delle sperimentazioni), condivisione dei criteri per la scelta delle aziende e attività di reclutamento e ingaggio degli imprenditori
- 2) Attività di storytelling e videomaking: ore scolastiche curricolari o extracurricolari dedicate all'elaborazione di una storia da narrare e alla predisposizione della sceneggiatura, nonché alla vera e propria attività di ripresa delle immagini e successivo montaggio.
- 3) Manipolazione digitale e resa in ipervideo: creazione e/o ricerca di materiali digitali destinati ad arricchire e "aumentare" il video rendendolo navigabile e cliccabile. Sperimentazione pupil-led finalizzata alla creazione di "mini-aziende" di studenti per la messa in pratica (enactment) delle abilità imprenditoriali, con supervisione e valutazione da parte dei docenti.

Il processo che si è svolto è stato in questa fase solamente descritto nei dettagli previsti dalle varie fasi e declinato secondo la peculiare articolazione dei rispettivi paesi coinvolti. Scopo dell'Intellectual Output 2 è quindi offrire un resoconto descrittivo di quando è stato svolto, senza la pretesa, al momento, di enucleare una modello da seguire per la trasferibilità delle attività stesse.

A completamento, seguiranno altri due Intellectual Outputs del progetto F.A.S.T.E.S.T.:

- Intellectual Output 3: sperimentazione teacher-led che prevede l'utilizzo degli ipervideo come strumento didattico su 2 classi o gruppi di studenti che non hanno partecipato alle attività di video-making
- Intellectual Output 4: Linee guida metodologiche per la modellizzazione a scopo didattico del processo in vista della replicabilità e trasferibilità delle attività progettuali

Appendice I – Esiti di apprendimento Attività C1 Formazione Formatori

Competenze acquisite dai docenti VET che hanno frequentato la Formazione Formatori svoltasi a Bologna dal 18 al 22 Aprile 2016 a cura del partner tecnico P2 SPELL

Durata: 5 giorni

Oggetto: Competenze necessarie per fare un video

Obiettivi di apprendimento	Capacità
Competenze di scrittura	Capacità di navigare, ricercare e filtrare informazioni Capacità di archiviare e recuperare informazioni Capacità di ideare e scrivere una sceneggiatura video Capacità di collaborare con altri per uno scopo comune (intelligenza collettiva) Capacità di pianificare e gestire il tempo
Competenze Digitali	Capacità di capire e utilizzare le regole basilari del mondo digitale (immagini e video) Capacità di sviluppare contenuti attraverso la tecnologia Capacità di identificare differenti formati di file digitali Capacità di leggere e comprendere file di diversa risoluzione Capacità di creare un filmato da riprese video Capacità di integrare e rielaborare contenuti multimediali Capacità di editare and remixare contenuti multimediali attraverso software professionali Capacità di riconoscere e utilizzare le regole base della composizione e del montaggio
Competenze di Rete	Capacità di collaborare attraverso canali digitali Capacità di creare e condividere prodotti multimediali (hypervideo) attraverso molteplici modalità e media Capacità di condividere informazioni e contenuti Capacità di ricercare, sintetizzare e disseminare informazioni di networking

Appendice II - Storyboard – Log

Storyboard

Picture n ...	Picture n ...
Picture n ...	Picture n ...

LOG

Scena	SET	Shot	Cam	Take	Description	Notes	Clip Video	Clip Audio

Transformare i Video in
Ipervideo

*Griglia dei Docenti per
Monitorare/Supervisionare
La sperimentazione Pupil-Led second la
logica del Project Work*

1 A – Obiettivi generali di apprendimento (studenti)

<p>Abilità legate all'ambito ICT</p> <p><u>Il gruppo di studenti è in grado di:</u></p>	<p>Effettuare semplici riprese video ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Combinare file audio/ video ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Utilizzare software per l'editing ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Scegliere materiali digitali / files per la trasformazione in ipervideo ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Manipolare materiali digitali / files per la resa in ipervideo ① ② ③ ④ ⑤</p>
---	---

<p>Abilità Imprenditoriali “da apprendere” e “da agire/performare”</p> <p><u>Il gruppo di studenti è in grado di:</u></p>	<p>Riconoscere ed analizzare le abilità imprenditoriali degli imprenditori incontrati ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Costruire un efficace gruppo di lavoro ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Dividere compiti e responsabilità all’interno del gruppo di lavoro ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Lavorare insieme per un obiettivo comune ① ② ③ ④ ⑤</p>
---	---

1 B – Obiettivi generali di apprendimento (insegnanti)

<p>Abilità legate all'ambito ICT</p> <p><u>Il gruppo di insegnanti è in grado di:</u></p>	<p>Effettuare semplici riprese video ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Combinare file audio/ video ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Utilizzare software per l'editing ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Scegliere materiali digitali / files per la trasformazione in ipervideo ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Manipolare materiali digitali / files per la resa in ipervideo ① ② ③ ④ ⑤</p>
---	---

<p>Storytelling</p> <p><u>Il gruppo di insegnanti è in grado di:</u></p>	<p>Identificare gli elementi base di una storia ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Scrivere una sceneggiatura ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Costruire la struttura del video in base alla sceneggiatura ① ② ③ ④ ⑤</p>
--	--

<p>Insegnare l'imprenditorialità</p> <p><u>Il gruppo di insegnanti è in grado di:</u></p>	<p>Cercare e reclutare imprenditori locali ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Costruire connessioni tra il mondo della scuola e dell'imprenditoria ① ② ③ ④ ⑤</p>
<p>Focus sul settore Agroindustriale: collegamento con l'imprenditorialità</p> <p><u>Il gruppo di insegnanti è in grado di:</u></p>	<p>Presentare l'ambito industriale e manifatturiero agli studenti ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Identificare le strutture e i processi di un'azienda ① ② ③ ④ ⑤</p> <p>Creare una metodologia didattica innovativa ① ② ③ ④ ⑤</p>

2 – Monitorare il processo di cambiamento

Quali cambiamenti ci si dovrebbe aspettare dagli studenti?

Come singolo studente	Utilizzare strumenti, comprendere significati, trovare soluzioni ai problemi ① ② ③ ④ ⑤ Innovazione personale, creatività ① ② ③ ④ ⑤ Affrontare compiti in modo critico ① ② ③ ④ ⑤
Come gruppo di lavoro	Partecipazione, senso di responsabilità e socializzazione ① ② ③ ④ ⑤ Capacità di auto-assegnarsi compiti ① ② ③ ④ ⑤

3 – Monitoraggio del livello di apprendimento

Valutazione del livello di profitto del singolo studente

Capacità / Dimensioni	LIVELLI			
	Molto buono – Score 4	Buono – Score 3	Sufficiente - Score 2	Scarso – Score 1
Capacità di lavorare in gruppo & abilità comunicative Peso 4	(Moltiplicare Punti*Peso)			
Capacità di trovare e organizzare informazioni e materiali di lavoro Peso 8 Capacità di identificare e porsi obbiettivi e di condividerli col gruppo Peso 12				
Punteggio Totale				

Punteggio	Valutazione del Livello
0/24	Molto scarso / scarso
25/47	Sufficiente
48/71	Buono / discreto
72/ 96	Molto buono / ottimo

Studente numero:
Sesso : **M** **F**
Età:

Griglia per la valutazione dei livelli e delle criticità

Capacità / Dimensioni	Livello raggiunto
<i>Capacità di lavorare in gruppo & abilità comunicative</i>	
<i>Capacità di trovare e organizzare informazioni e materiali di lavoro</i>	
<i>Capacità di identificare e porsi obiettivi e di dividerli col gruppo</i>	
Livello Medio	
Criticità / problemi Quali?	SI/NO

VALUTAZIONE COMPLESSIVA DEGLI ESITI

Livello medio	Valutazione complessiva	Criticità / problemi	Voto finale

Note and commenti:

Cisita Parma scarl

R&D Department

