



Guida all'attività

Fake shop. Io non ci casco.

• **Tipologia**

Attività di Didattica Digitale Integrata (in modalità sincrona e asincrona)

• **Destinatari**

Studentesse/studenti scuola secondaria II grado

• **Obiettivi**

- ✓ Riflettere sul diritto alla libertà di scelta da esercitare negli ambienti digitali
- ✓ Saper valutare offerte e prodotti, tenendo presente il quadro dei diritti e delle tutele per i consumatori
- ✓ Comprendere e identificare le tecniche pubblicitarie ingannevoli o discutibili
- ✓ Esercitare competenze trasversali come comunicazione, collaborazione, creatività
- ✓ Imparare a stimare impatti ambientali di acquisti e comportamenti

• **Durata** **8 ore** in presenza (o attività sincrona) e/o a distanza (attività asincrona)• **Aree**

Area umanistico-letteraria, Area matematico-tecnologico-scientifica, Area artistico-espressivo, Area giuridico-economica, Area tecnico-professionale.
(Discipline specifiche e/o Educazione civica https://www.istruzione.it/educazione_civica/)

Ambienti di apprendimento

- ✓ Classe fisica
- ✓ Classe digitale
(Google Classroom o altra soluzione analoga)

Strumenti

- ✓ pc
- ✓ tablet
- ✓ smartphone (BYOD - Bring Your Own Device)
Azione #6 Politiche attive per il BYOD
Piano Nazionale Scuola Digitale

Applicazioni

- ✓ **Padlet**
<https://it.padlet.com/> (o altra app analoga) per creare un ambiente di condivisione/discussione
- ✓ **Genially**
<https://genial.ly/> (o altra app analoga) per creare immagini smart
- ✓ **Google documenti**
t.ly/m7L8 (o altra app analoga) per creare documenti e report da condividere
- ✓ **Google fogli**
t.ly/11bs (o altra app analoga) per creare tabelle da condividere
- ✓ **Kahoot**
<https://kahoot.com/> (o altra app analoga) per condividere riflessioni e verificare le conoscenze acquisite



DISCUTINE!

 **Durata** 1 ora in presenza (o attività sincrona) e/o a distanza (attività asincrona)

Risorse utili Modello digitale di esempio per la progettazione della Didattica Digitale Integrata per condividere appunti durante il dibattito: <https://bit.ly/3AVLvUW>

Cosa fa la/il docente Invita studentesse e studenti a parlare delle proprie abitudini di consumo online. La/il docente può scegliere di condurre il dibattito in modalità strutturata o semi-strutturata, stabilendo regole e tempi per gli interventi.

Dopo aver illustrato il tema, può essere stimolante proporre **un sondaggio** propedeutico alla "grammatica" del dibattito:

Negli ultimi 50 anni, la popolazione mondiale è raddoppiata, l'estrazione di materiali è triplicata e il prodotto interno lordo mondiale è quadruplicato. A farne le spese è stato l'ambiente, un costo che non sempre è in chiaro sullo scontrino quando acquistiamo un prodotto o un servizio.

Fortunatamente, la "sensibilità ecologica" dei consumatori è in crescita. Certamente il primo motivo è che, comprando prodotti definiti green, si ha la percezione di dare un contributo effettivo alla tutela dell'ambiente (riduzione delle emissioni inquinanti, ridotto impatto ambientale del processo di produzione e del prodotto ad esempio attraverso la riduzione dei rifiuti, eccetera).

Il secondo motivo è che comprare prodotti green è diventato un trend. Un trend è una tendenza, una moda, in questo caso cavalcata dalle marche tramite messaggi pubblicitari e campagne sui social media, con l'obiettivo di intercettare la specifica nicchia di mercato legata alla sostenibilità.

È ovviamente un bene che le marche ci offrano alternative sostenibili, a patto, però, che lo siano davvero!



Dopo aver illustrato il tema, può essere stimolante proporre **un sondaggio** propedeutico alla "grammatica" del dibattito.

Il sondaggio può essere condotto anche tramite un'applicazione digitale. (Esempio: Kahoot)

**Indica quale secondo te è la fonte di informazioni per i consumatori più affidabile.
(Motiva la tua risposta)**

- A. La pubblicità
- B. L'etichetta
- C. Il parere di persone che conoscete personalmente
- D. Una recensione di chi ha già acquistato il prodotto/servizio
- E. La recensione di influencer



Si può utilizzare il confronto a voce, una lavagna fisica o virtuale, o un foglio digitale condiviso (il modello digitale consigliato tra le risorse utili o altro preferito) per schematizzare gli stimoli che emergono nel corso del dibattito.



Al termine del sondaggio, la/il docente dà inizio al dibattito. Si propongono alcune affermazioni sul tema "esperienza di consumo digitale e pubblicità". (L'insegnante può utilizzare gli esempi proposti, integrare altri stimoli o proporne diversi in base ai bisogni educativi specifici del gruppo).

L'insegnante legge e/o proietta le affermazioni stimolando studentesse e studenti ad alzare la mano per commentare l'affermazione.

Dalla discussione dovranno emergere opinioni ed esperienze comuni e/o diverse, vantaggi tratti e/o rischi insiti nelle esperienze vissute.

Questa attività può essere svolta sia in plenaria sia in gruppi diversi che dialogano. Il dibattito è in ogni caso moderato dall'insegnante.

Cosa fanno

studentesse/studenti

Raccontano le loro esperienze ed esprimono le loro opinioni sul ruolo dei messaggi pubblicitari nella nostra società e sulle pratiche messe in atto per influenzare le scelte d'acquisto, anche facendo leva sulla sensibilità ambientale di consumatrici e consumatori. Prendono appunti e li condividono tra loro. Cercano in Rete vocaboli nuovi.



ESPERIENZE

Racconta le tue esperienze sulla base delle affermazioni che seguono

Mi è capitato di acquistare un prodotto per le sue caratteristiche di sostenibilità ambientale dichiarate/pubblicizzate dal venditore (specificare quali beni/servizi).

Prima di acquistare un bene "green" ho verificato che i pregi ambientali fossero reali.

Quando devo acquistare un bene o un servizio ascolto le opinioni di uno o più influencer che seguo sui social media.

Ho comprato su un e-commerce e non ho ricevuto il mio prodotto (oppure ho ricevuto un prodotto fallato).

Ho cambiato il cellulare perché l'aggiornamento ha provocato gravi disfunzioni e ridotto in modo significativo le prestazioni.

...



OPINIONI

Esprimi le tue opinioni sulla base delle affermazioni che seguono

La pubblicità deve stupirci, anche utilizzando informazioni non vere/verificabili.

Su internet si risparmia sempre.

Le cose vendute su internet sono migliori di quelle vendute nei negozi.

Chi compra da un negozio online ha meno diritti rispetto a chi compra in un negozio fisico.

Comprare prodotti con confezioni che contengono slogan come "green" e "più sostenibile" è una buona abitudine.

Comprare prodotti green non aiuta l'ambiente.

...



ASPETTI POSITIVI O VANTAGGI EMERSI NELLA DISCUSSIONE

APPUNTI

ASPETTI NEGATIVI O RISCHI EMERSI NELLA DISCUSSIONE

APPUNTI

Ora si lavora assieme. Il compito è definire le parole greenwashing, obsolescenza programmata, influencer marketing con il supporto della ricerca su internet.



Sapreste dare una definizione di greenwashing?
E di obsolescenza programmata?
Sapete che cos'è l'influencer marketing?

VOCABOLARIO: GREENWASHING

Greenwashing significa...

VOCABOLARIO: OBSOLESCENZA PROGRAMMATA

Obsolescenza programmata significa...

VOCABOLARIO: INFLUENCER MARKETING

Influencer marketing significa...



INFORMATI!



Durata 3 ore in presenza (o attività sincrona) e/o a distanza (attività asincrona)

Lo scopo dell'attività è:

- ✓ fornire elementi per accrescere la consapevolezza sui nostri diritti in quanto consumatrici e consumatori
- ✓ far riflettere sul tema della responsabilità da agire nell'ambiente digitale, come attori e come spettatori, per massimizzare i vantaggi e ridurre i rischi di incorrere in pratiche commerciali scorrette.

Cosa fa la/il docente Dopo la discussione e per supportare la riflessione, l'insegnante approfondisce il tema con l'ausilio della scheda didattica **"Fake shop. Io non ci casco"**, le risorse utili segnalate o altre progettate dall'insegnante.

Cosa fanno studentesse/studenti Prendono appunti, commentano e contribuiscono alla discussione.

Risorse utili



Scheda didattica Saper(e)Consumare
Fake shop. Io non ci casco



Video

- ⇒ Spazzatura elettronica (RaiPlay)
- ⇒ Nelle miniere dove nascono gli smartphone (RaiPlay)
- ⇒ La tutela dei consumatori raccontata ai ragazzi (realizzato da studenti del Liceo Torquato Tasso di Roma)



Podcast

Il cartello Phoebus e l'obsolescenza programmata



Vocabolario

Greenwash (Cambridge Dictionary)



Link utili

- ⇒ Trasparenza nei servizi per le comunicazioni (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni)
- ⇒ ConvieneSaperlo.it (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato)



Mettiti alla prova!

La pubblicità online



Durata 3 ore in presenza (o attività sincrona) e/o a distanza (attività asincrona)

Risorse utili Modello digitale di esempio per condurre l'attività di analisi sulle pubblicità
<https://bit.ly/3ura7nd>

Lo scopo dell'attività è:

- ✓ prendere confidenza con il linguaggio pubblicitario, affidando a studentesse e studenti il compito di analizzare gli spot relativi a beni della loro vita quotidiana
- ✓ imparare quindi a valutare i messaggi delle marche,
- ✓ essere in grado di cercare in Rete opinioni e recensioni e
- ✓ imparare a costruirsi un'opinione indipendente su prodotti e produttori.

Cosa fa la/il docente La/Il docente divide la classe in due o più gruppi.



Prepara una lista di 10 prodotti reperibili online. Si può utilizzare la lista fornita e/o personalizzarla aggiungendo/sostituendo beni.
Prepara una scheda per il lavoro in gruppo e illustra l'attività. (Si può utilizzare il modello digitale incluso tra le risorse, personalizzarlo, utilizzare la lavagna o realizzare schede da stampare).

Cosa fanno studentesse/studenti

Ogni gruppo deve individuare in Rete e sui social network 3 pubblicità di prodotti in vendita online (possono essere pubblicità testo/immagini e/o video), scegliendo da una lista dei prodotti disponibili stabilita dall'insegnante.



Sulla base delle pubblicità scelte, il gruppo compila una scheda di analisi condivisa contenente le informazioni rintracciate nelle pubblicità analizzate.
L'attività prosegue con la lettura delle schede, analizzando in plenaria gli spot individuati.



Al termine la classe sceglie uno dei prodotti e cerca su una piattaforma e-commerce il prodotto in vendita.
Dopo aver analizzato la scheda del venditore, le studentesse e gli studenti dovranno essere in grado di compilare la scheda prodotto.

SCHEMA ANALISI: LA PUBBLICITÀ ONLINE

Scegli 3 prodotti dalla lista e cerca in Rete le pubblicità testo/immagini e/o video.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> scarpe da ginnastica | <input type="checkbox"/> crema cosmetica |
| <input type="checkbox"/> videogiochi | <input type="checkbox"/> monopattino |
| <input type="checkbox"/> cellulare | <input type="checkbox"/> zaino |
| <input type="checkbox"/> cuffie bluetooth | <input type="checkbox"/> ... |
| <input type="checkbox"/> bicicletta | <input type="checkbox"/> ... |
| <input type="checkbox"/> energy drink | <input type="checkbox"/> ... |
| <input type="checkbox"/> dentifricio | |

Descrivi le caratteristiche principali dei 3 prodotti scelti.

Il prodotto 1 è	
Inserisci qui il link alla pubblicità:	
Il prodotto 2 è	
Inserisci qui il link alla pubblicità:	
Il prodotto 3 è	
Inserisci qui il link alla pubblicità:	

Completa la tabella descrivendo le caratteristiche delle pubblicità.

Pubblicità 1

Prodotto:

Pubblicità 2

Prodotto:

Pubblicità 3

Prodotto:

A chi si rivolge il messaggio pubblicitario?

Il messaggio contiene un invito a comprare, a fare o a pensare qualcosa?

Le informazioni che contiene sono sufficientemente dettagliate?

Cosa suggerisce/propone lo spot sul prodotto?

Che emozioni provoca l'immagine?

Cosa ti piace della pubblicità?

Cosa non ti piace?

Hai individuato messaggi ingannevoli?

Hai individuato green claim?

Ci sono delle cose in comune tra gli spot?

Ora scegli solo uno dei prodotti, cerca in Rete il bene in vendita su una piattaforma e-commerce e compila la scheda.

SCHEMA PRODOTTO _____

E-commerce

Nome del marchio, indirizzo, email, sito web

Prezzo

Caratteristiche principali

Paese di fabbricazione

Costo di spedizione

Tempi di consegna

Garanzia

Policy per la restituzione

Policy per il rimborso

Policy per il cambio

Opinioni di utenti e/o influencer

Rischio obsolescenza programmata



Rifletti!

**Durata**

1 ora in presenza (o attività sincrona) e/o a distanza (attività asincrona)

A conclusione la/il docente può condurre un'attività di riflessione sull'esperienza formativa realizzata.

- ⇒ *Quali sono stati gli aspetti sui quali hai concentrato la tua attenzione durante l'attività?*
- ⇒ *Quali difficoltà hai incontrato?*
- ⇒ *Cosa hai imparato?*
- ⇒ *Ci sono aspetti che vorresti approfondire in futuro?*
- ⇒ *Consigliaresti questa attività ad altre/i? Perché?*

...



Si può proporre questa attività anche in modalità a distanza su strumento digitale collaborativo

<https://bit.ly/3rZ2hPO>



Il foglio di lavoro presenta tre sezioni con titoli in grassetto: "Quali sono stati gli aspetti sui quali hai concentrato la tua attenzione durante l'attività?", "Quali difficoltà hai incontrato?" e "Cosa hai imparato?". Ogni sezione è seguita da una grande area bianca per la scrittura.



Risorse per l'insegnante

Puoi arricchire e personalizzare questa scheda.

Organizza l'attività per la tua classe secondo necessità e bisogni formativi specifici.

Se vuoi, cerca altri spunti navigando tra le risorse di [sapereconsumare.it](https://www.sapereconsumare.it)

- ⇒ Articoli e webinar di esperte/i:
 - Diritti dei consumatori: storia ed evoluzione**
 - Pratiche commerciali scorrette online: se le conosci, le eviti**
 - La tutela della libertà di scelta nel consumo digitale e i comportamenti non sostenibili**
 - Il Greenwashing: fumo negli occhi per chi compra sostenibile**
 - Viaggio nell'universo dei prodotti**
- ⇒ Infografiche
 - Consumo digitale: 10 pratiche scorrette da cui tutelarsi**
 - Greenwashing: l'ambientalismo di facciata**
- ⇒ **Glossario** di Educazione digitale e Diritti dei Consumatori