



## FORMAT DI COMUNICAZIONE E STRATEGIA DI COINVOLGIMENTO

Twitter, Instagram, Tik tok per la diffusione di rapidi aggiornamenti, brevi ed efficaci articoli, pubblicazioni di foto, brevi video o videoclip e infografiche;  
Facebook come ulteriore mezzo di divulgazione per la pubblicazione di testi più lunghi  
Sito web

## **PERSONE ESPERTE SUL TEMA DA COINVOLGERE SUL TERRITORIO**

Amici di ASOC  
Referente regionale  
OPENCOESIONE Ex Rettore  
UNICAL  
Rettore UNICAL  
Senatrice  
Esponenti politici calabresi

## **DATI DI CONTESTO TROVATI SUL TEMA DI RIFERIMENTO**

Opendata(ASOC)  
Articoli  
giornalistici Foto  
Libri

## PROGETTO E TEMA SCELTI SU OPENCOESIONE

Nome:

“IL CUBO CHE NON C'È”

Tema: Istruzione e Formazione

Programmatore: Regione Calabria Attuatore:

Ambito di programmazione: Fondo per lo

Sviluppo e la Coesione relativo alla

programmazione 2007- 2014



# Canvas

## VALORE PER LA COMUNITÀ

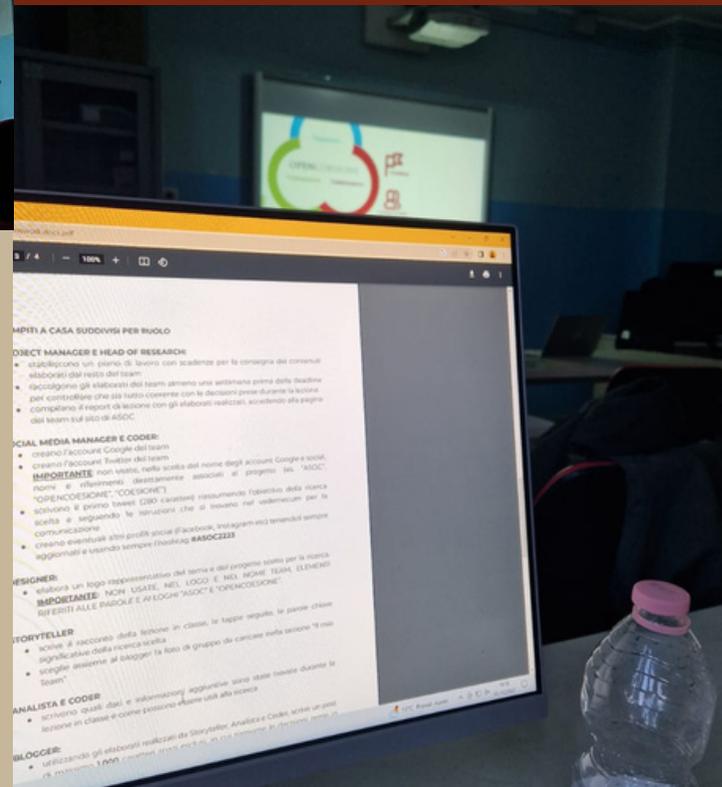
L'obiettivo della ricerca è quello di trovare, sulla base di ricerche e approfondimenti, le cause che hanno portato alla rivolta degli studenti e le conseguenze che essa comporterà all'ambiente scolastico

## BREVE DESCRIZIONE DELLA RICERCA

Ragionare, analizzando  
I materiali forniti, sui reali motivi che hanno scatenato l'attuale protesta.  
Il team, una volta elaborati i dati, crea una ricerca di progetto,  
realizza un logo esplicativo, contatta  
Gli “amici di ASOC”

### PAROLE CHIAVE

Complessi residenziali Ricerca e  
Approfondimento Innovazione



METITI A CASA SUDDIVISI PER RUOLO

- stabiliscono un piano di lavoro con scadenze per la consegna dei contenuti
- elaborano dei testi del team
- raccolgono gli elaborati del team almeno una settimana prima della lezione per controllare che sia tutto coerente con le decisioni prese durante la lezione
- compilano il report di lezione con gli elaborati realizzati, accendendo alla pagina del team sul sito di ASOC.

SOCIAL MEDIA MANAGER E CODER:

- creano l'account Google del team
- creano l'account Twitter del team
- creano il sito del team dal nome degli account Google e social
- **IMPORTANTE:** non vanno, nella scelta del nome degli account Google e social, nomi e riferimenti direttamente associati al progetto (es. "ASOC", "UNICAL", "OPENCOESIONE", "COESIONE")
- scrivono il primo tweet (500 caratteri) riassumendo l'obiettivo della ricerca, la scelta e arguendo le ragioni (che al momento nel video non sono ancora comunicate)
- creano eventuali altri profili social (Facebook, Instagram ecc) tenendoli sempre aggiornati e usando sempre #ASOC2023

DESIGNER:

- elabora un logo rappresentativo del tema e del progetto stesso per la ricerca
- **IMPORTANTE:** NON USATE, NEL LOGO E NEL NOME TEAM, ELEMENTI RIFERITI ALLE PAROLE E AI LOGHI "ASOC" E "OPENCOESIONE".

STORYTELLER:

- scrive il racconto della lezione in classe, le tappe seguite, le parole chiave significative della ricerca scelta
- sceglie almeno 30 hashtag (a gruppi di cinque) da cercare nella sezione "Temi Team"
- scrive i quali dati e informazioni aggiuntive sono state trovate durante la lezione in classe e come possono essere utili alla ricerca

ANALISTA E CODER

- scrivono i quali dati e informazioni aggiuntive sono state trovate durante la lezione in classe e come possono essere utili alla ricerca

RICERCHE:

- elaborando gli elaborati realizzati da Storyteller, Analista e Coder, viene creata la ricerca in classe e non come un unico elaborato, ma come un insieme di elaborati