

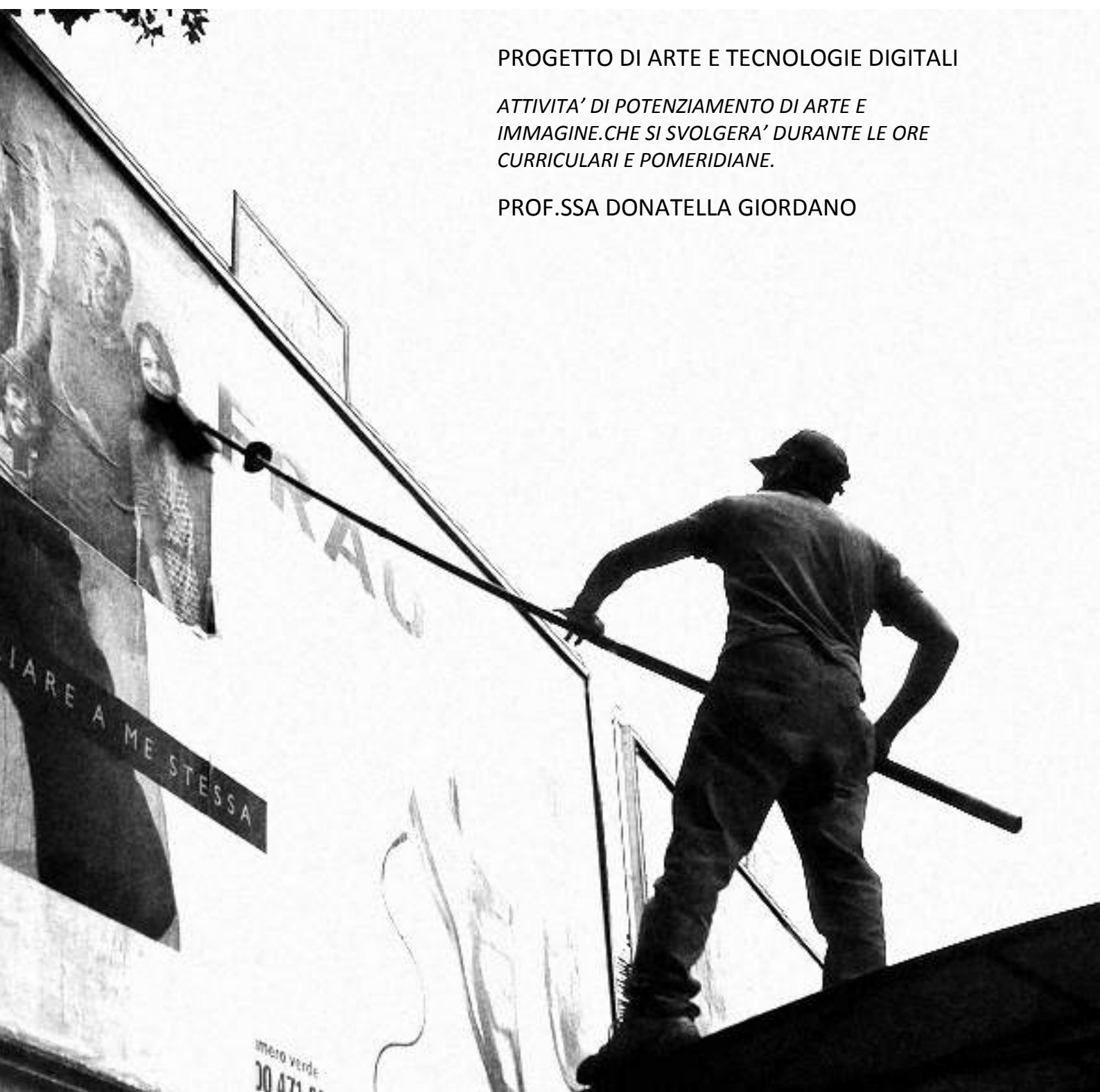
Manifestati!

Lezioni teoriche e laboratoriali che sperimentano la pratica del Graffito, del Manifesto e del Bando annunciato a voce alta

PROGETTO DI ARTE E TECNOLOGIE DIGITALI

*ATTIVITA' DI POTENZIAMENTO DI ARTE E
IMMAGINE. CHE SI SVOLGERA' DURANTE LE ORE
CURRICULARI E POMERIDIANE.*

PROF.SSA DONATELLA GIORDANO





Graffiti a Pompei

I pompeiani usavano i muri delle case, delle botteghe, degli edifici pubblici, **come dei “blog” su cui scrivere pensieri, annunci, minacce, promesse.**

E per di più “blog” con facoltà di commento, se si pensa che sovente – come del resto accade oggi sui muri delle nostre città – intervenivano altri “writers” a inserire risposte, a seconda dei casi favorevoli o avverse al “post” di turno.

Oggi come nelle città romane di duemila anni fa le elezioni politiche erano precedute da un’intensa campagna elettorale. Il tragico evento vulcanico del 79 d.C. ha permesso la conservazione di molti aspetti della vita quotidiana e quindi politica comprese le scritte elettorali rinvenute dipinte sui muri degli edifici pubblici di Pompei.

ATTIVITÀ: INSERIRE GRAFFITI CON COMUNICAZIONI DI VARIO GENERE SU ALCUNE OPERE D’ARTE PER MEZZO DI PROGRAMMI DI ELABORAZIONE DIGITALE

Il Banditore

Una delle figure più pittoresche che un tempo animavano la vita delle città è senza dubbio quello del *civico banditore*.



Il termine bando indica l'annuncio pubblico che in tempi antichi veniva gridato da un banditore, attività oggi sostituita dalla notificazione con avviso a stampa.

Il banditore nei tempi passati oltre a proclamare pubblici bandi, ordinanze, a suono di tromba o di altri strumenti era anche colui che pubblicizzava al popolo le merci che i cittadini mettevano in vendita, precorrendo le moderne forme di pubblicità.

**ATTIVITÀ: REGISTRARE
COMUNICAZIONI VOCALI
A GRAN VOCE.**



Il manifesto francese del 1800: Jules Chéret - Henri de Toulouse-Lautrec

Inizia nei primi anni dell'800 un ricorso più consapevole all'**affissione** come strumento di **comunicazione pubblicitaria** e quindi di aumento delle vendite e diffusione del **marchio**. A Parigi nasce, quindi, il manifesto moderno, mezzo di informazione, di comunicazione culturale o di propaganda pubblicitaria in cui i fini comunicativi diventeranno tanto alti ed innovativi da permettere l'inserimento di alcune opere e dei loro autori tra i capolavori della storia dell'arte.

ATTIVITÀ: COPIARE ALCUNI PARTICOLARI DA OPERE DI HENRI DE TOULOUSE-LAUTREC

I manifesti dell'Art Nouveau : Alphonse Mucha

La diffusione dell'Art Nouveau inizia ben presto ad influenzare la grafica dei manifesti, soprattutto il rapporto tra il testo e l'immagine. Il testo, estremizzando una tendenza già presente in Toulouse-Lautrec diviene sempre più parte integrante dell'immagine, fino a confondersi con questa. I nuovi artisti tendevano verso una rappresentazione più simbolica, distaccata dalla realtà.



Ciò è visibile anche nel percorso di **Alphonse Mucha**, ricordato spesso per il manifesto delle carte da sigaretta Job che inquadra la scena.

ATTIVITÀ: COPIARE ALCUNI PARTICOLARI DA OPERE DI ALPHONSE MUCHA



Il manifesto Liberty italiano

In Italia la storia del manifesto moderno, commissionato dall'industria, si

identifica con il lavoro delle **Officine Grafiche Ricordi**. Tra i

cartellonisti delle Officine Grafiche Ricordi figurano, in quegli anni, artisti fondamentali nella storia della grafica italiana quali **Cappiello, Metlicovitz, Sacchetti, Terzi, ai quali si aggiunsero Mauzan, Nomellini, Palanti, Laskoff**. Da questo gruppo di artisti saranno prodotti storici manifesti per imprese importanti come La Rinascente, Campari, Generali, ma anche teatri come la Scala di Milano.

Famosissimo è uno dei capolavori di **Hohenstein**, il grande manifesto per la Tosca, caratterizzato da un gioco di luci e ombre melodrammatiche e dal curioso serpentello sulla **O** della scritta in stile **Liberty**.

ATTIVITÀ: COPIARE LA LETTERA "O" DELL'OPERA DI HOHENSTEIN E PRODURRE LETTERE DELL'ALFABETO CREATIVE





Il manifesto durante la prima guerra mondiale

Dal 1914, l'Europa è scossa dalla guerra. Il manifesto perde momentaneamente e parzialmente la sua funzione pubblicitaria per assumere quella, assai più tragica, di strumento di propaganda.

James Montgomery Flagg, Il manifesto originale del 1917 che ritrae lo Zio Sam

Lo **Zio Sam** (in inglese: *Uncle Sam*) è una personificazione nazionale degli Stati Uniti d'America. La tradizione vuole che le origini dello Zio Sam si riconducano ai soldati in servizio a New York, i quali ricevevano barili contenenti carne e marchiate con le iniziali U.S. (*United States*): essi collegarono, invece, scherzosamente le iniziali con quelle del fornitore di carne delle truppe, Samuel Wilson da Troy, da loro chiamato *Uncle Sam*.

ATTIVITÀ: CREARE PERSONAGGI CHE POSSANO RAPPRESENTARE LA PERSONIFICAZIONE DI ALCUNE NAZIONI



La Decostruzione del Manifesto: Il Décollage

Mimmo Rotella inventò famoso per essersi inventato, durante gli anni Cinquanta, una forma d'arte che lui stesso chiamò *décollage*. mentre attraversava un periodo di “crisi artistica” si fece ispirare dai manifesti strappati per la città e iniziò a portarli nel suo studio e a lavorarli. Il risultato sono delle tele su cui Rotella incollava uno o più pezzi di manifesti lacerati, spesso sovrapposti.

**ATTIVITÀ: CON L'UTILIZZO DI PAGINE DI RIVISTE
SPERIMENTARE LA TECNICA DEL DECOLLAGE**

La Pop Art americana

Pop art è il nome una delle più importanti correnti artistiche del dopoguerra. Nata in Inghilterra intorno agli anni '50, troverà il suo più pieno sviluppo a New York a partire dagli anni '60. Il suo nome deriva da "**popular art**" ovvero arte popolare: **arte di massa, prodotta in serie**. La Pop Art si apre alle forme più popolari della comunicazione: **i fumetti, la pubblicità, i quadri riprodotti in serie**. Si rappresentano sulla tela o in scultura oggetti quotidiani elevandoli a manifestazione artistica.



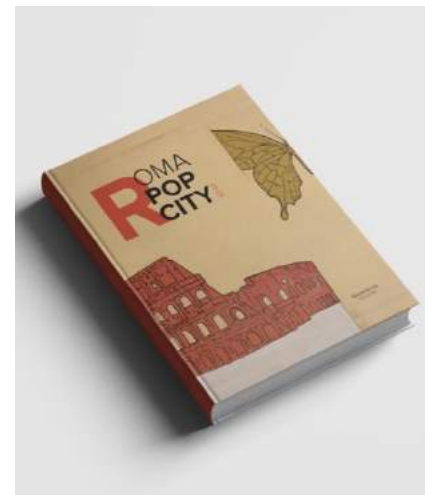
ATTIVITÀ: PRENDENDO SPUNTO DALLE OPERE DI ANDY WHAROL "CAMPBELL'S SOUP" E OSSERVANDO LE SUCCESSIVE RIELABORAZIONI CHE HANNO RIPRODOTTO L'OPERA SU ABITI STAMPATI E SCARPE, RACCOGLIERE MARCHI PUBBLICITARI DA DEPLIANT DI OFFERTE E PROGETTARE DEI DISEGNI DI MANICHINI CHE POSSANO INDOSSARE I VESTITI ELABORATI.

La Pop Art romana: visita guidata al Museo Macro di Roma (pop city 60-67 al MACRO 13 luglio - 27 novembre 2016)

*In esposizione oltre 100 opere che hanno come protagonista la Roma dei primi anni '60, trasformata e rivissuta mediante l'immaginario visivo degli artisti della cosiddetta **Scuola di piazza del Popolo**.*

Gli artisti in mostra si riappropriano di una città in rapida trasformazione e definizione trasformandola in arte, mediante un immaginario visivo dove i suoi spazi, le componenti urbane, la segnaletica stradale, la pubblicità, i monumenti ma anche la natura e l'ambiente diventano ispirazione per una diversa impostazione figurativa, iconica e non descrittiva e che supera completamente i canoni commerciali e produttivi – dal prodotto all'arte potremmo dire – della *Pop Art* americana, segnando quindi confini, spazi e teorie.

Artisti : Franco Angeli, Nanni Balestrini, Gianfranco Baruchello, Umberto Bignardi, Mario Ceroli, Claudio Cintoli, Tano Festa, Giosetta Fioroni, Jannis Kounellis, Sergio Lombardo, Francesco Lo Savio, Renato Mambor, Gino Marotta, Titina Maselli, Fabio Mauri, Pino Pascali, Luca Maria Patella, Mimmo Rotella, Mario Schifano, Cesare Tacchi, Giuseppe Uncini.



*In esposizione oltre 100 opere che hanno come protagonista la Roma dei primi anni '60, trasformata e rivissuta mediante l'immaginario visivo degli artisti della cosiddetta **Scuola di piazza del Popolo**.*

LOVE. L'Arte Contemporanea incontra l'Amore: visita guidata al Chiosro del Bramante di Roma



L'arte incontra l'amore.

L'esposizione romana intende affrontare uno dei sentimenti universalmente riconosciuti e da sempre motivo d'indagini e rappresentazioni, **l'Amore, raccontandone le diverse sfaccettature e le sue infinite declinazioni**. Un amore felice, atteso, incompreso, odiato, ambiguo, trasgressivo, infantile, che si snoda lungo un percorso espositivo non convenzionale, caratterizzato da input visivi e percettivi.

Love va oltre il concetto di museo.

Il vero protagonista della mostra è il pubblico che si riappropria degli spazi espositivi, divenendo fruitore e divulgatore allo stesso tempo, avendo la possibilità di **fotografare liberamente tutte le opere esposte (hashtag ufficiale #chiostrolove)**. Un coinvolgimento sensoriale a 360° caratterizza l'esperienza museale, abbracciando il concetto di 'open access' e di museo in continua evoluzione.

Artisti presenti:

Vanessa Beecroft, Francesco Clemente, Nathalie Djurberg e Hans Berg, Tracey Emin, Gilbert & George, Robert Indiana, Ragnar Kjartansson, Yayoi Kusama, Mark Manders, Ursula Mayer, Tracey Moffatt, Marc Quinn, Joana Vasconcelos, Francesco Vezzoli, Andy Warhol, Tom Wesselmann.

DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PROGETTO

PROGETTO: Manifestati!

Lezioni teoriche e laboratoriali che sperimentano la pratica del Graffito, del Manifesto e del Bando annunciato a voce alta

REFERENTE DEL PROGETTO

Prof.ssa Donatella Giordano

DATI E REQUISITI DI BASE

ATTIVITA' DI POTENZIAMENTO DI ARTE E IMMAGINE. Il progetto ha come finalità quella di sviluppare e potenziare nell'alunno le competenze trasversali per leggere e interpretare in modo critico e attivo i linguaggi delle immagini. Non sono necessari requisiti di base o esperienze pregresse sugli argomenti proposti.

Descrizione SINTETICA del progetto

Lezioni teoriche e laboratoriali che sperimentano la pratica del Graffito, del Manifesto e del Bando annunciato a voce alta. Questo progetto intende, dopo un breve excursus sui media pubblicitari *ante-litteram*, analizzare l'evoluzione del manifesto pubblicitario, confrontandola costantemente con la parallela evoluzione della cultura, della società, della tecnica e della committenza.

DESTINATARI

CLASSI MISTE DELL' I.C. LARGO VOLUMNIA

OBIETTIVI

La finalità dell'attività è quella di aiutare gli alunni a comprendere ed utilizzare al meglio le abilità espressive del pensiero creativo in senso costruttivo, cooperativo e propositivo, attraverso la sperimentazione e scoperta dell'agire creativo, nonché delle dinamiche relazionali che intercorrono nel lavoro di gruppo. Gli obiettivi mireranno a rafforzare le capacità di osservazione e di interpretazione. Gli alunni saranno capaci di esprimere le proprie idee acquisendo autonomia lavorativa e sviluppando la creatività. Saranno in grado di cogliere più facilmente relazioni, aspetti significativi e sensazioni scaturite dall'esperienza, per poi farne materiale di successivo approfondimento. Impareranno gli avvenimenti storici legati all'attività degli artisti affrontati. Conosceranno le tecniche di realizzazione delle opere osservate. Saranno in grado di conoscersi familiarizzando con le loro emozioni e analizzando le loro necessità. Riusciranno a comporre gli elaborati per la formazione del prodotto finale.

ATTIVITÀ PROPOSTE/METODOLOGIE UTILIZZATE

Il progetto prevede la realizzazione di un laboratorio di arte all'interno di un'aula al secondo piano della Scuola Secondaria di I Grado. Il percorso prevede l'osservazione di opere d'arte, video e altri contenuti multimediali che prevedono approfondimenti teorici e delle tecniche di realizzazione. Tutte le attività saranno svolte all'interno del laboratorio di informatica e all'interno del laboratorio di arte che sarà allestito insieme agli alunni durante le ore curricolari. Sarà possibile in alcuni casi utilizzare computer, stampante e televisore. Una prima introduzione all'argomento in forma di lezione frontale sarà supportata da alcuni documentari. Successivamente saranno mostrate immagini e opere con schede e supporti testuali. Tutte le attività saranno realizzate creando un ambiente favorevole che consentirà l'utilizzo di diverse strategie e delle tecnologie utili a coinvolgere gli alunni.

Graffiti a Pompei.

Attività: Inserire graffiti con comunicazioni di vario genere su alcune opere d'arte per mezzo di programmi di elaborazione digitale

Il Banditore.

Attività: registrare comunicazioni vocali a gran voce.

Il manifesto francese del 1800.

Attività: copiare alcuni particolari da opere di henri de toulouse-lautrec

I manifesti dell'Art Nouveau : Alphonse Mucha.

Attività: copiare alcuni particolari da opere di alphonse mucha

Il manifesto Liberty italiano.

Attività: copiare la lettera "o" dell'opera di hohenstein e produrre lettere dell'alfabeto creative

Il manifesto durante la prima guerra mondiale.

Attività: creare personaggi che possano rappresentare la personificazione di alcune nazioni

La Decostruzione del Manifesto: Il Décollage.

Attività: con l'utilizzo di pagine di riviste sperimentare la tecnica del decollage

La Pop Art americana.

Attività: prendendo spunto dalle opere di andy wharol "campbell's soup" e osservando le successive rielaborazioni che hanno riprodotto l'opera su abiti stampati e scarpe, raccogliere marchi pubblicitari da depliant di offerte e progettare dei disegni di manichini che possano indossare i vestiti elaborati.

La Pop Art romana:

Visita guidata al Museo Macro di Roma (pop city 60-67 al MACRO 13 luglio - 27 novembre 2016).

Attività:Elaborati ispirati alla mostra

Love. L'arte contemporanea incontra l'amore:

Visita guidata al Chiostro del Bramante

Attività:Elaborati ispirati alla mostra

EVENTUALI RAPPORTI CON ALTRE ISTITUZIONI

Si prenderanno contatti con il Museo Macro di Roma (Via Nizza, 138, 00198 Roma) e Chiostro del Bramante per l'organizzazione di visite guidate all'interno dei Musei, da concordare con il C.d.C.

Pop city 60-67 al MACRO 13 luglio - 27 novembre 2016: In esposizione oltre 100 opere che hanno come protagonista la Roma dei primi anni '60, trasformata e rivissuta mediante l'immaginario visivo degli artisti della cosiddetta Scuola di piazza del Popolo. Gli artisti in mostra si riappropriano di una città in rapida trasformazione e definizione trasformandola in arte, mediante un immaginario visivo dove i suoi spazi, le componenti urbane, la segnaletica stradale, la pubblicità, i monumenti ma anche la natura e l'ambiente diventano ispirazione per una diversa impostazione figurativa, iconica e non descrittiva e che supera completamente i canoni commerciali e produttivi – dal prodotto all'arte potremmo dire – della Pop Art americana, segnando quindi confini, spazi e teorie. Artisti : Franco Angeli, Nanni Balestrini, Gianfranco Baruchello, Umberto Bignardi, Mario Ceroli, Claudio Cintoli, Tano Festa, Giosetta Fioroni, Jannis Kounellis, Sergio Lombardo, Francesco Lo Savio, Renato Mambor, Gino Marotta, Titina Maselli, Fabio Mauri, Pino Pascali, Luca Maria Patella, Mimmo Rotella, Mario Schifano, Cesare Tacchi, Giuseppe Uncini.

Love, l'arte contemporanea incontra l'amore. L'esposizione romana intende affrontare uno dei sentimenti universalmente riconosciuti e da sempre motivo d'indagini e rappresentazioni, l'Amore, raccontandone le diverse sfaccettature e le sue infinite declinazioni. Un amore felice, atteso, incompreso, odiato, ambiguo, trasgressivo, infantile, che si snoda lungo un percorso espositivo non convenzionale, caratterizzato da input visivi e percettivi.

DESCRIZIONE FASI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO/ATTIVITÀ

Prima fase: Si parte dall'analisi di alcuni graffiti di Pompei. I pompeiani usavano i muri della case, delle botteghe, degli edifici pubblici, **come dei "blog" su cui scrivere pensieri, annunci, minacce, promesse.** E per di più "blog" con facoltà di commento, se si pensa che sovente – come del resto accade oggi sui muri delle nostre città – intervenivano altri "writers" a inserire risposte, a seconda dei casi favorevoli o avverse al "post" di turno. Oggi come nelle città romane di duemila anni fa le elezioni politiche erano precedute da un'intensa campagna elettorale. Il tragico evento vulcanico del 79 d.C. ha permesso la conservazione di molti aspetti della vita quotidiana e quindi politica comprese le scritte elettorali rinvenute dipinte sui muri degli edifici pubblici di Pompei. **Le attività proposte prevedono la copia di alcune scritte ritrovate e di attività di elaborazione digitale che prevedono l'inserimento di alcune scritte all'interno di alcune opere d'arte.**

Seconda fase: Il Banditore. Una delle figure più pittoresche che un tempo animavano la vita delle città è senza dubbio quello del civico banditore. Il termine bando indica l'annuncio pubblico che in tempi antichi veniva gridato da un banditore, attività oggi sostituita dalla notificazione con avviso a stampa. Il banditore nei tempi passati oltre a proclamare pubblici bandi, ordinanze, a suono di tromba o di altri strumenti era anche colui che pubblicizzava al popolo le merci che i cittadini mettevano in vendita, precorrendo le moderne forme di pubblicità. ***Le attività proposte prevedono l'utilizzo di megafoni o e registratori vocali. Gli alunni potranno registrare le loro comunicazioni a gran voce e poi archivarle all'interno di una playlist che potrà essere utilizzata come soundtrack o per la realizzazione di un successivo evento espositivo.***

Terza fase: Il manifesto francese del 1800: Jules Chéret - Henri de Toulouse-Lautrec. Inizia nei primi anni dell'800 un ricorso più consapevole all'affissione come strumento di comunicazione pubblicitaria e quindi di aumento delle vendite e diffusione del marchio. A Parigi nasce, quindi, il manifesto moderno, mezzo di informazione, di comunicazione culturale o di propaganda pubblicitaria in cui i fini comunicativi diventeranno tanto alti ed innovativi da permettere l'inserimento di alcune opere e dei loro autori tra i capolavori della storia dell'arte. ***L'attività proposta prevede la copia di alcuni particolari presi dalle opere di Henri de Toulouse-Lautrec.***

Quarta fase: I manifesti dell'Art Nouveau : Alphonse Mucha. La diffusione dell'Art Nouveau inizia ben presto ad influenzare la grafica dei manifesti, soprattutto il rapporto tra il testo e l'immagine. Il testo, estremizzando una tendenza già presente in Toulouse-Lautrec diviene sempre più parte integrante dell'immagine, fino a confondersi con questa. I nuovi artisti tendevano verso una rappresentazione più simbolica, distaccata dalla realtà. Ciò è visibile anche nel percorso di Alphonse Mucha, ricordato spesso per il manifesto delle carte da sigaretta Job che inquadra la scena. ***L'attività proposta prevede la copia di alcuni particolari presi dalle opere di Alphonse Mucha.***

Quinta fase: Il manifesto Liberty italiano. In Italia la storia del manifesto moderno, commissionato dall'industria, si identifica con il lavoro delle Officine Grafiche Ricordi. Tra i cartellonisti delle Officine Grafiche Ricordi figurano, in quegli anni, artisti fondamentali nella storia della grafica italiana quali Cappiello, Metlicovitz, Sacchetti, Terzi, ai quali si aggiunsero Mauzan, Nomellini, Palanti, Laskoff. Da questo gruppo di artisti saranno prodotti storici manifesti per imprese importanti come La Rinascente, Campari, Generali, ma anche teatri come la Scala di Milano. Famosissimo è uno dei capolavori di Hohenstein, il grande manifesto per la Tosca, caratterizzato da un gioco di luci e ombre melodrammatiche e dal curioso serpentello sulla O della scritta in stile Liberty. ***L'attività di disegno prevede la copia del particolare della scritta del manifesto analizzato e la successiva rielaborazione di lettere dell'alfabeto creative.***

Sesta fase: Il manifesto durante la prima guerra mondiale. Dal 1914, l'Europa è scossa dalla guerra. Il manifesto perde momentaneamente e parzialmente la sua funzione pubblicitaria per assumere quella, assai più tragica, di strumento di propaganda. James Montgomery Flagg, il manifesto originale del 1917 che ritrae lo Zio Sam Lo Zio Sam (in inglese: Uncle Sam) è una

personificazione nazionale degli Stati Uniti d'America. La tradizione vuole che le origini dello Zio Sam si riconducano ai soldati in servizio a New York, i quali ricevevano barili contenenti carne e marchiate con le iniziali U.S. (United States): essi collegarono, invece, scherzosamente le iniziali con quelle del fornitore di carne delle truppe, Samuel Wilson da Troy, da loro chiamato Uncle Sam.

L'attività di disegno prevede la rielaborazione dell'opera analizzata e e la creazione di personaggi che rappresentino alcune Nazioni.

Settima fase: La Decostruzione del Manifesto: Il Décollage. Mimmo Rotella inventò famoso per essersi inventato, durante gli anni Cinquanta, una forma d'arte che lui stesso chiamò *décollage*. mentre attraversava un periodo di "crisi artistica" si fece ispirare dai manifesti strappati per la città e iniziò a portarli nel suo studio e a lavorarli. Il risultato sono delle tele su cui Rotella incollava uno o più pezzi di manifesti lacerati, spesso sovrapposti. ***Con l'utilizzo di pagine di riviste sarà sperimentata la tecnica del décollage.***

Ottava fase: La Pop Art americana. Pop art è il nome una delle più importanti correnti artistiche del dopoguerra. Nata in Inghilterra intorno agli anni '50, troverà il suo più pieno sviluppo a New York a partire dagli anni '60. Il suo nome deriva da "popular art" ovvero arte popolare: arte di massa, prodotta in serie. La Pop Art si apre alle forme più popolari della comunicazione: i fumetti, la pubblicità, i quadri riprodotti in serie. Si rappresentano sulla tela o in scultura oggetti quotidiani elevandoli a manifestazione artistica. ***Attività: prendendo spunto dalle opere di andy wharol "Campbell's Soup" e osservando le successive rielaborazioni che hanno riprodotto l'opera su abiti stampati e scarpe, raccogliere marchi pubblicitari da depliant di offerte e progettare dei disegni di manichini che possano indossare i vestiti elaborati.***

9. La Pop Art romana: visita guidata al Museo Macro di Roma (pop city 60-67 al MACRO 13 luglio - 27 novembre 2016).

Attività:Elaborati ispirati alla mostra

Love. L'arte contemporanea incontra l'amore: Visita guidata al Chiostro del Bramante

Attività:Elaborati ispirati alla mostra

DURATA DEL PROGETTO

IL PROGETTO SARA' VOLTO DURANTE L'ANNO 2016/2017

PRODOTTI FINALI

Elaborazione digitale in grande formato di una serie di manifesti elaborati a partire dalle attività svolte durante l'anno. Si prevede l'affissione di manifesti prodotti dagli alunni durante l'anno in alcune aree della scuola.

Si prevede inoltre l'elaborazione di immagini digitali da parte degli alunni da pubblicare periodicamente all'interno della home page del sito della scuola nella sezione riguardante i *Progetti e Concorsi*.

RISORSE UMANE - BENI E SERVIZI

(compilare gli allegati 1° e 2° e riportare qui i totali)

Ore docenti interni: Giordano Donatella 18 ore settimanali di attività in classe/laboratorio

Ore esperti esterni: Potranno essere invitati grafici o illustratori. Tali informazioni saranno comunicate successivamente.

Costi: da definire

DESCRIZIONE DELLE metodologie di controllo DEL PROGETTO/ATTIVITÀ

Sono previste attività di verifica in itinere al termine di ogni fase che consistono nella valutazione degli elaborati e dei contenuti appresi.