

Nativi Digitali e Realtà Aumentata:

**Esperienze Immersive
nella Classe d'italiano**



Chi sono i nativi digitali?

- Per «nativi digitali» si intende la generazione di chi è nato e cresciuto in corrispondenza con la diffusione delle nuove tecnologie informatiche (Marc Prensky, 2001)



Che cos'è la realtà aumentata?



Che cos'è, secondo te, la realtà aumentata?

Waiting for responses ...



GOTO
menti.com

ENTER THE CODE
8878 4353

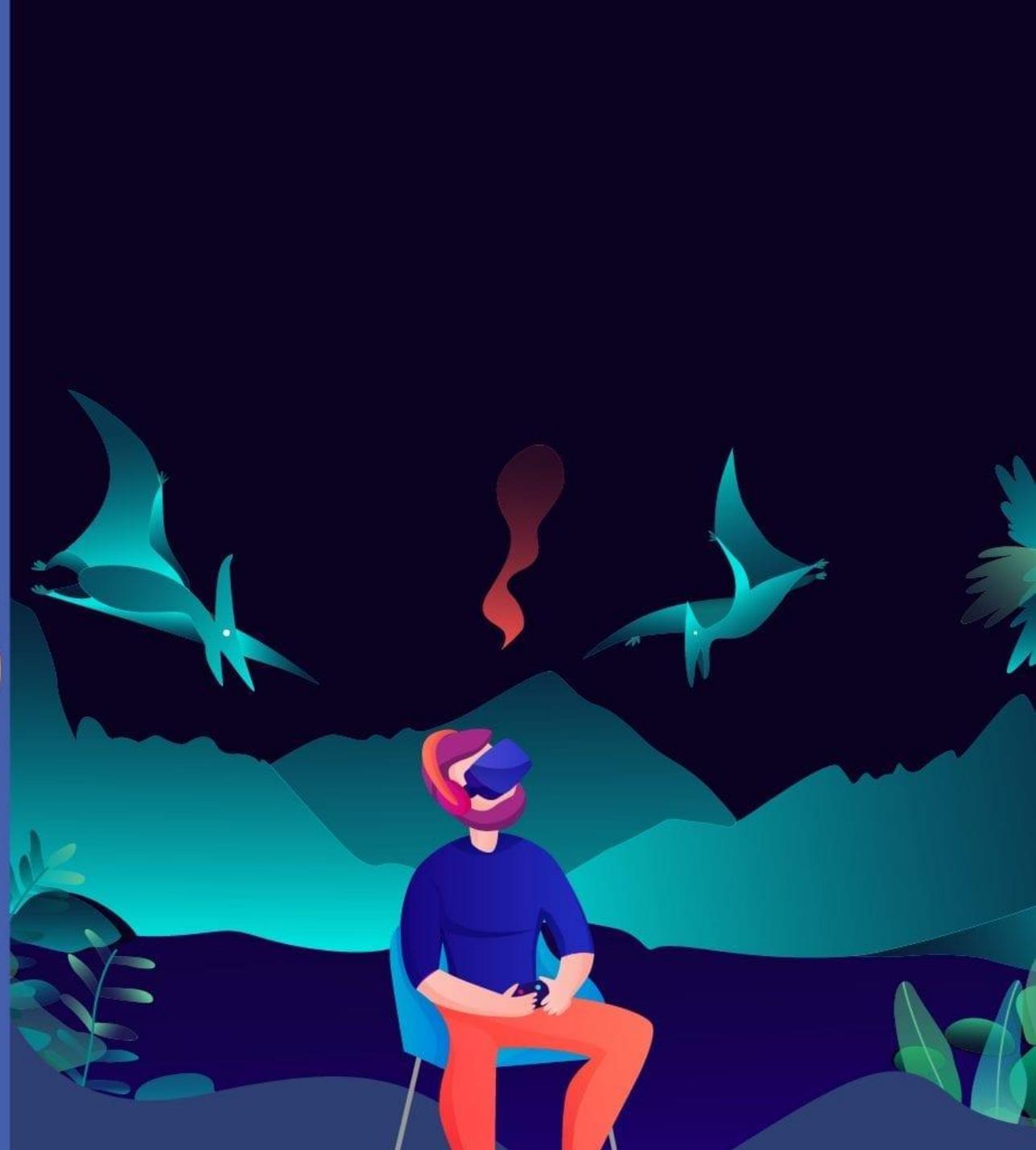
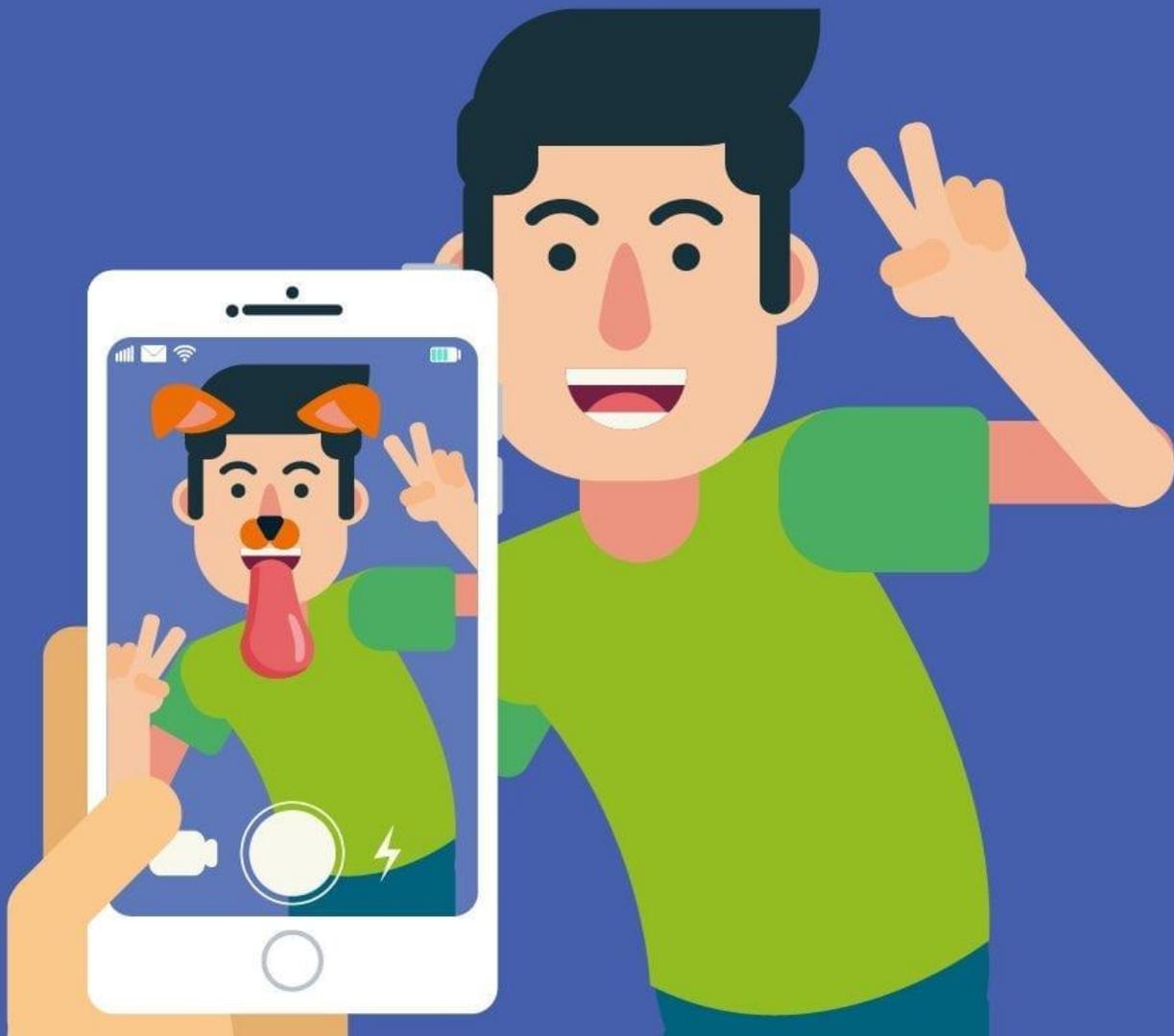
0

A black rectangular overlay containing a QR code on the left and text on the right. The text includes 'GOTO menti.com', 'ENTER THE CODE 8878 4353', and a person icon followed by the number '0'. A small 'x' icon is in the top right corner of the overlay.



Che cos'è la realtà aumentata?

- Una tecnologia emergente che unisce immagini virtuali e ambiente reale (Azuma, 1997)
- Una visione diretta o indiretta in tempo reale di un ambiente fisico del mondo reale che è stato migliorato o aumentato con l'aggiunta di informazioni virtuali generate dal computer (Fuhrt, 2012)

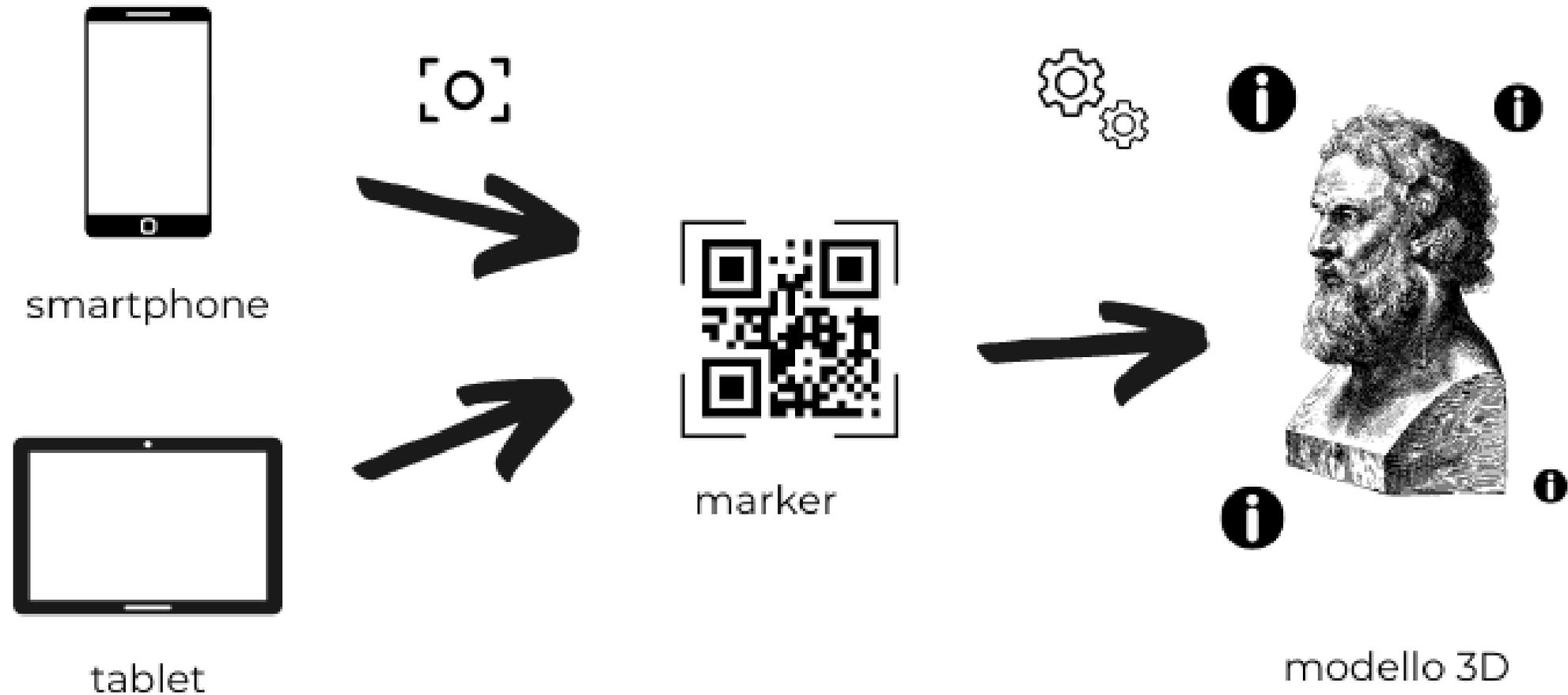


Tipi di realtà aumentata

- Realtà aumentata basata sui marcatori
- Realtà aumentata a tecnologia senza marcatori
- Realtà aumentata basata sulla posizione



Realtà aumentata basata sui marker



La realtà aumentata in classe

Opportunità

- Migliora l'attenzione (Lee, 2012)
- Aumenta la soddisfazione (Santos ME et al., 2016)
- Favorisce l'autonomia di apprendimento, la creatività, la motivazione e la ritenzione del vocabolario (Lam, Sadik, Elias 2021)
- Procura emozioni positive, favorisce le interazioni tra gli studenti, accresce le occasioni di apprendimento e migliora le competenze linguistiche (Parmaxi and Demetriou, 2022)
- Elevata accessibilità

Sfide

- Problemi di carattere tecnologico
- Maggiore pianificazione
- Rischio di sovraccarico cognitivo

Usi Pratici della Realtà Aumentata in Classe



A Milano senza wifi, ora come faccio?

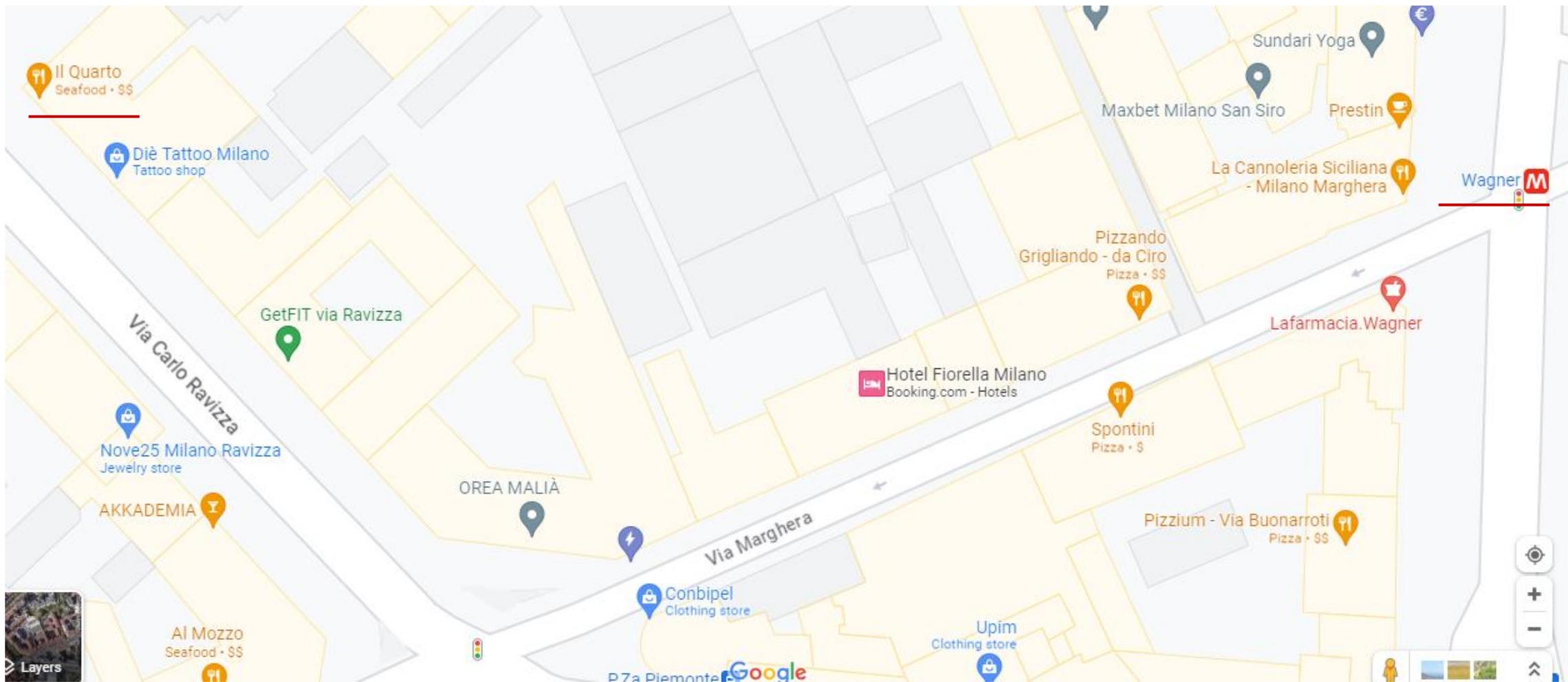
Indicazioni stradali con la realtà aumentata

MACRO OBIETTIVI COMUNICATIVI

- Chiedere indicazioni stradali
- Dare indicazioni stradali
- Descrivere il luogo in cui ci si trova

MACRO OBIETTIVI LINGUISTICI

- Lessico della strada
- Indicatori spaziali
- Verbi modali
- Imperativi formali ed informali



Il Quarto
Seafood · \$\$

Diè Tattoo Milano
Tattoo shop

GetFIT via Ravizza

Nove25 Milano Ravizza
Jewelry store

AKKADEMIA

Al Mozzo
Seafood · \$\$

OREA MALIÀ

Conbipel
Clothing store

Hotel Fiorella Milano
Booking.com - Hotels

Upim
Clothing store

Pizzando
Grigliando - da Ciro
Pizza · \$\$

Spontini
Pizza · S

Pizzium - Via Buonarroti
Pizza · \$\$

Maxbet Milano San Siro

Prestin

La Cannoleria Siciliana
- Milano Marghera

Sundari Yoga

Lafarmacia.Wagner

Wagner M

P 7a Piemonte Google

Layers

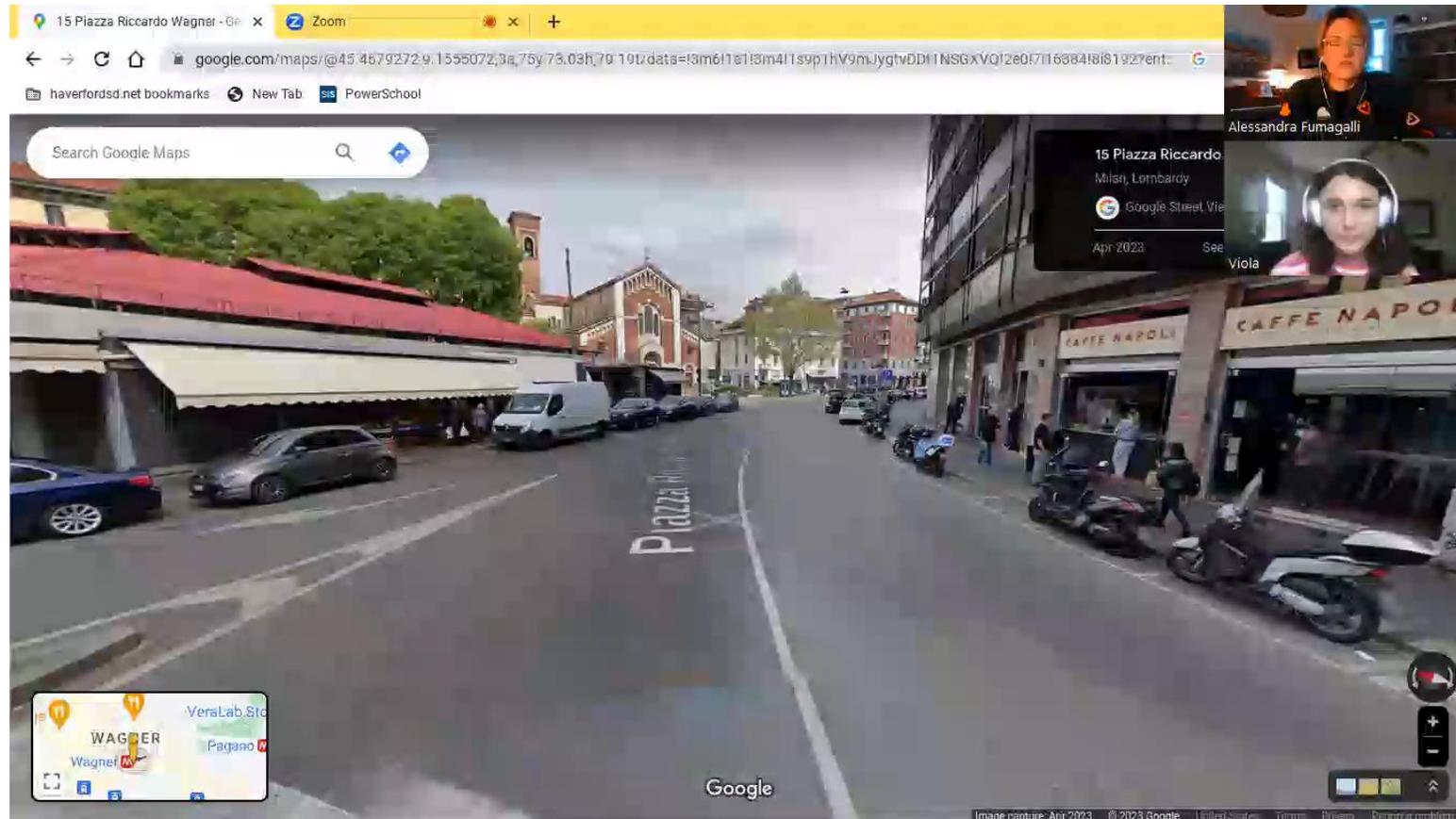


La realtà aumentata per dare o chiedere indicazioni stradali

Dopo avere passato la mattina a studiare vai a pranzo con un amico/a al ristorante di pesce Il Quarto a Milano. Esci dalla metropolitana alla fermata Wagner. Sei all'estero, non hai dati né wifi. Devi chiedere al tuo amico, che si trova già al ristorante, indicazioni su come raggiungerlo



E se usiamo street view, cosa succede?



La tua aula dei sogni, com'è?

Arredare uno spazio con la realtà aumentata

MACRO OBIETTIVI COMUNICATIVI

- Dare indicazioni precise sulla posizione di oggetti nello spazio
- Esprimere giudizi, opinioni e desideri
- Valutare vantaggi e svantaggi di diverse soluzioni di arredamento

MACRO OBIETTIVI LINGUISTICI

- Lessico della casa e dell'arredamento
- Indicatori spaziali
- Mi piace/mi piacciono
- Manca/mancano
- “Ci” locativo
- Comparativi e superlativi

Riarrediamo l'aula di Italiano!

- Attività di comunicazione interpersonale: in coppia o in piccoli gruppi descrivere in modo dettagliato la propria aula ideale
- **Attività interpretativa di un testo scritto: sfogliare il catalogo Houzz in italiano usando l'omonima app e scegliere come arredare la classe usando l'opzione "view it in my room", avendo a disposizione un budget limitato**
- Attività di comunicazione interpersonale: confrontare le diverse soluzioni proposte e votare la migliore.



Giocando con Google Arts and Culture



Google Arts and Culture: game night o wine night?

MACRO OBIETTIVI COMUNICATIVI

- Dare indicazioni precise sulla posizione di oggetti nello spazio e come collocare gli oggetti in contesti specifici
- Descrivere in modo dettagliato opere d'arte, analizzandone il soggetto, colori, forme, linee, materiali
- Comunicare le interpretazioni e le sensazioni suscitate dall'opera d'arte
- Raccogliere informazioni sull'artista, sul periodo storico, il contesto culturale

MACRO OBIETTIVI LINGUISTICI

- Lessico dell'arte
- Indicatori spaziali
- Mi piace/mi piacciono/preferisco
- Modo imperativo
- Modo condizionale



Game night?

Attività di comunicazione interpersonale: in coppia, o piccoli gruppi, decidere dove posizionare il quadro in classe, suggerendo diverse collocazioni e giustificando le proprie scelte

Attività di comprensione orale: uno studente osserva l'opera e dà indicazioni ad altri tre studenti che cercano di riprodurre il soggetto il più fedelmente possibile

Attività di produzione scritta: scrivere la sceneggiatura di una serie tv o in film che abbia i Bari come protagonisti

Attività di produzione scritta: dare un prompt sufficientemente valido a Dall-e perché generi un'immagine che sia il più vicino possibile a quella desiderata dagli studenti

Attività ludica: giocare ad un gioco in scatola (Dixit)!

Game
night?





Dall-e

- INPUT: riproduci un quadro in stile cubista che raffiguri tre bari seduti ad un tavolo da poker di un moderno casinò



Dall-e

- INPUT: genera un'opera d'arte con effetto neon che abbia come soggetto tre bari che giocano al tavolo di un casinò



Una degustazione con Caravaggio

Attività di comunicazione interpersonale: in coppia, o piccoli gruppi, decidere dove posizionare il quadro in classe, suggerendo diverse collocazioni e giustificando le proprie scelte

Attività di produzione scritta: immaginare una conversazione con il giovane che impersona Bacco sperimentando diversi registri e toni di voce

Attività di presentazione orale: riproduzione del dialogo scritto in precedenza



Una
degustazione
con
Caravaggio



Google Arts & Culture

The adolescent Bacchus

Caravaggio 1595 - 1597

Uffizi Gallery

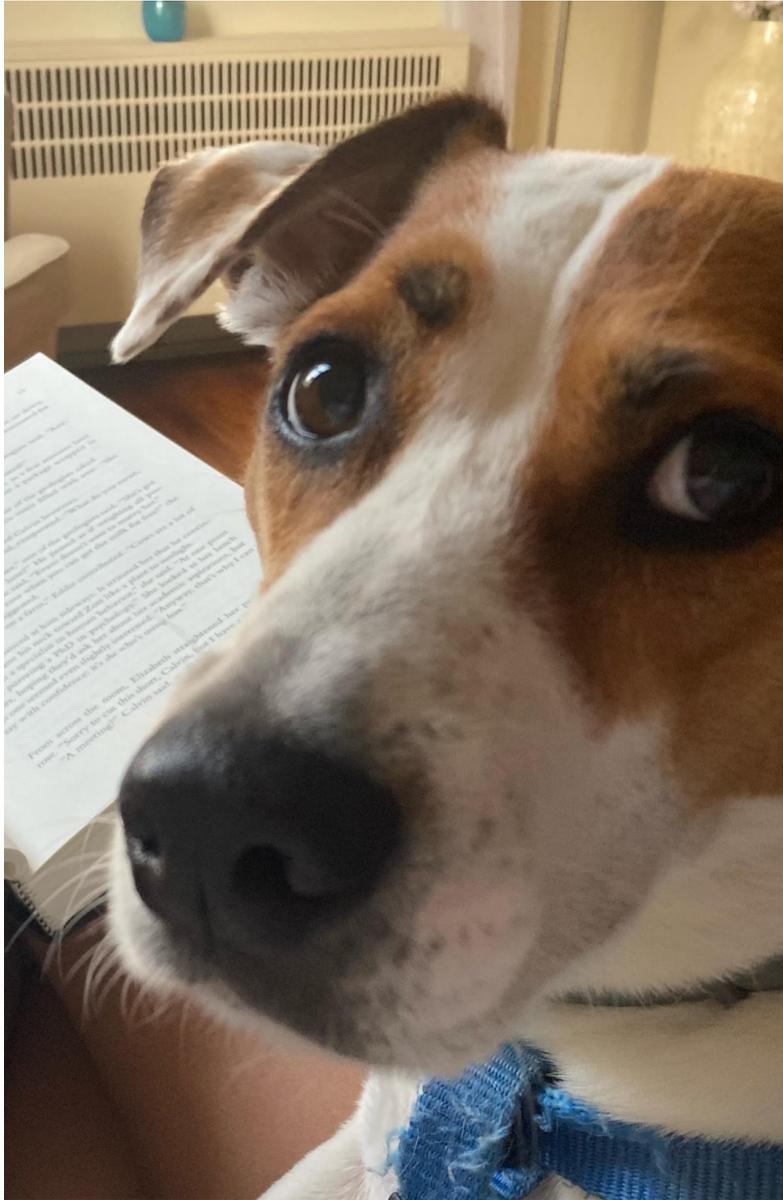
Google Arts & Culture: pet portraits

MACRO OBIETTIVI COMUNICATIVI

- Condividere la propria passione per gli animali domestici
- Individuare e spiegare le differenze tra due immagini (compare & contrast)
- Esplorare il mondo dell'arte

MACRO OBIETTIVI LINGUISTICI

- Lessico degli animali
- Comparativi e superlativi
- Espressioni idiomatiche con gli animali



José Antonio de la Peña

Google Arts & Culture



Grazie!

afuma@sas.upenn.edu