

# Il testo persuasivo e la descrizione “dinamica”

M. Concetta Messina

classe

5

Questo mese parliamo di...

[PUBBLICITÀ]

[TESTO PERSUASIVO]

[VERBI DI MOVIMENTO]

[DESCRIZIONI]

Lavorare sulle immagini pubblicitarie consente l'approccio con altri codici comunicativi oltre a quello linguistico. L'alunno capisce che il fine di “convincere” è conseguito attraverso una miscela di espedienti: scritte ricche di aggettivazioni e slogan ad effetto, soggetti iconici scelti con cura e forme e colori appositamente studiati per comunicare messaggi positivi.

La lettura di descrizioni dinamiche e dei meccanismi di personificazione allarga l'orizzonte testuale dei bambini e ne incrementa gli strumenti di analisi e di produzione.

## PER SAPERNE DI PIÙ

- Altieri Biagi M.L. (1996). *Il linguaggio della pubblicità: le fantaparoie*. Roma: Armando editore.
- Abruzzese A. (2000). *Metafore della pubblicità*. Genova: Costa e Nolan.

## VERSO I TRAGUARDI DI COMPETENZA

L'alunno:

- ascolta e comprende testi orali “diretti” o “trasmessi” dai media cogliendone il senso, le informazioni principali e lo scopo;
- legge e comprende testi di vario tipo, ne individua il senso globale e le informazioni principali, utilizzando strategie di lettura adeguate agli scopi;
- scrive testi ortograficamente corretti, chiari e coerenti, legati all'esperienza e alle diverse occasioni di scrittura che la scuola offre;
- riflette per cogliere caratteristiche del lessico;
- padroneggia e applica le conoscenze fondamentali relative alle parti del discorso.

## RACCORDI

• ARTE E IMMAGINE



italiano

## ASCOLTO E PARLATO E LETTURA

### Obiettivi

- Prodotte slogan e testi orali di natura persuasiva.
- Applicare strategie utili per ricavare informazioni da testi diversi, anche non continui.

Facciamo descrivere oralmente agli alunni ciò che vedono. Per esempio:

- l'immagine 1 inquadra un cane per la strada che osserva lo spettatore;
- nell'immagine 2 ci sono tre persone che sorridono all'interno di un laboratorio medico... e così via.

Raccogliamo, scrivendole alla lavagna, tutte le osservazioni degli alunni. Attraverso una discussione guidata, concludiamo che tutti i soggetti elencati e la loro disposizione grafica all'interno della pagina sono studiati con attenzione per attirare e incuriosire chi guarda.

## BOX 1

### Esempi di pubblicità



## CATTURARE L'ATTENZIONE

Mostriamo agli alunni le immagini del BOX 1. Proiettiamole con l'ausilio di un pc o di una LIM.

Diciamo che si tratta di immagini pubblicitarie di diverse campagne e osserviamole una prima volta in rapida successione una dopo l'altra. Soffermiamoci quindi su ogni singola figura e chiediamo: “Che cosa si raffigura nell'immagine?”.

## FORME E COLORI

■ Facciamo capire ai bambini che nelle immagini pubblicitarie hanno una grande importanza non solo i soggetti, ma anche i colori e le forme. Osserviamo nuovamente le immagini e cerchiamo di capire quali sono le scelte che sono state effettuate da chi ha realizzato la pubblicità. Facciamo fare una ricerca ai bambini e ascoltiamo le loro ipotesi. Concludiamo insieme che nelle immagini pubblicitarie anche i colori e le forme devono comunicare dei significati, devono dare dei messaggi.

■ Per approfondire chiediamo agli alunni di cercare a casa sulle riviste alcune immagini pubblicitarie di dentifrici, spazzolini e biscotti. Osserviamole con la classe e guidiamo i bambini a notare che la maggior parte delle volte i prodotti per l'igiene dentale sono pubblicizzati con colori freddi (blu-verde-viola-lilla) perché devono dare la sensazione della freschezza, dell'igiene e della pulizia. Al contrario i biscotti devono dare il senso della dolcezza, del calore, della famiglia e le loro pubblicità vengono rappresentate spesso con colori caldi (giallo-rosso-arancio).

## FRASI AD EFFETTO

■ Passiamo ora agli slogan e alle scritte delle immagini pubblicitarie. Il messaggio pubblicitario usa frasi brevi e ben mirate (*claim*), che possono essere accompagnate da un testo più lungo in cui vengono spiegati in forma più estesa i contenuti della pubblicità.

Diciamo agli alunni che si tratta di "testi persuasivi", che devono convincere i lettori delle qualità del prodotto. Riportiamo le considerazioni sin qua effettuate schematizzandole alla lavagna.

Immagini  
pubblicitarie

attraverso

CONVINCERE  
PERSUADERE

- scelta e disposizione dei soggetti
- colori
- slogan e scritte

## UN TESTO CONVINCENTE

■ Analizziamo assieme il testo che segue. Se è possibile proiettiamolo. Nel testo si pubblicizza un nuovo metodo di fare il caffè usato da una nota azienda.

*La macchina garantisce la possibilità di ottenere anche a casa un espresso incredibilmente ricco, con un aroma straordinariamente intenso, ineguagliabile, coronato da una crema densa e persistente che si forma dentro, e non sopra il caffè: un risultato che solo i migliori baristi sanno ottenere calibrando temperatura, pressione, tempi esatti.*

Conduciamo i bambini alla ricca aggettivazione, che facciamo sottolineare, e all'uso dei due avverbi *incredibilmente* e *straordinariamente* che accompagnano gli aggettivi *ricco* e *intenso*. Riflettiamo sulla funzione degli avverbi (si veda più avanti). Nel testo letto, ogni parola è funzionale a esaltare le caratteristiche del prodotto. Sulla scorta del lavoro fatto sin qui, chiediamo ai bambini di inventare la pubblicità di uno shampoo (**scheda 1**).

## SCRITTURA

### Obiettivo

- Produrre slogan, testi e immagini di natura persuasiva.

## NOI, VERI PUBBLICITARI

■ Dopo aver lavorato sulle strategie (linguistiche e non) usate nelle immagini

pubblicitarie, dedichiamoci alla fase di produzione. Formiamo piccoli gruppi di quattro-cinque alunni e diamo questa consegna scrivendola alla lavagna:

*Inventate un prodotto pubblicitario da vendere e pubblicizzare. Scrivete prima uno **slogan** e poi un breve **testo persuasivo** in cui esaltate al massimo le qualità del prodotto.*

Discutiamo sul lavoro da fare.

**Se ci sono alunni che tendono a distarsi e a non ascoltare**, facciamo rileggere loro la consegna ad alta voce, chiediamogli di ripetere e di indicare quali siano le parole-chiave del lavoro da svolgere (slogan e testo persuasivo).

Leggiamo i testi realizzati all'intera classe, commentiamoli e correggiamoli assieme. Scriviamoli quindi col pc e stampiamo una copia di tutti i testi da dare a ogni alunno.

## LETTURA

### Obiettivo

- Leggere descrizioni caratterizzate da un punto di vista mobile (descrizioni "dinamiche").

## LE DESCRIZIONI DINAMICHE

■ Per consentire l'approccio a una varietà testuale, è opportuno che gli alunni leggano descrizioni di ambienti e paesaggi realizzate non solo da un punto di vista statico ma anche dal punto di vista di qualcuno che si muove nel luogo descritto.

## COME & PERCHÉ

### Fruizione e produzione

I contenuti più motivanti per i bambini, e che essi riescono ad assimilare meglio, sono quelli relativi alla loro esperienza e alla realtà che essi conoscono. Quando dobbiamo insegnare qualcosa che non concerne il vissuto degli alunni, è indispensabile accertarsi che essi abbiano comunque gli strumenti e la maturità per poter capire.

Con la lingua italiana, in particolare, gli alunni hanno bisogno di familiarizzare con molte tipologie testuali affinché la loro lingua, orale e scritta, acquisisca le dovute caratteristiche di organizzazione, di intenzionalità e di coerenza. È bene pertanto anticipare ogni nuova richiesta di produzione autonoma con la fruizione e l'analisi di testi pertinenti e di esempi mirati, in modo da fornire agli alunni una guida a cui fare riferimento.



■ Leggiamo la descrizione della **scheda 2** dopo averla consegnata a ciascun alunno. Facciamo osservare che nella prima parte (fino a "il bambino era quieto") la descrizione è fatta dal punto di vista delle persone che passeggiano. Chiediamo ai bambini di sottolineare le parti del testo che lo fanno capire:

*passavamo per viali...*

*la città si apriva* (è come se si muovesse) e *s'ondulava...*

*arrivammo al porto...*

Come si vede, l'osservatore si muove all'interno del paesaggio e ne scopre i particolari che vengono man mano riportati.

Nella seconda parte del testo, invece, la descrizione è fatta dal punto di vista delle persone ferme, che a un certo punto siedono su una delle "panche in pietra" del porto.

## SCRITTURA

### Obiettivo

- Scrivere descrizioni dinamiche.

## DESCRIVIAMO MUOVENDOCI

■ Usciamo all'esterno della scuola con la scolaresca e posizioniamoci a circa 150 m di distanza dall'edificio. Ripercorriamo il breve tragitto verso la scuola osservando tutti i particolari man mano che ci avviciniamo.

■ Una volta in classe, facciamo esporre oralmente agli alunni la descrizione "dinamica" del percorso e scriviamo assieme un testo collettivo che verrà riportato da ognuno sul quaderno.

Assegniamo agli alunni anche dei lavori da fare individualmente con la tecnica della descrizione dinamica:

- *Descrivi la strada da casa a scuola.*
- *Descrivi ciò che vedi da casa al supermercato (o alla chiesa, o al giornalaio...).*

Leggiamo ad alta voce tre o quattro testi degli alunni, una volta corretti.

## Artisti pubblicitari

Il lavoro sulla pubblicità si completa quando gli alunni, dopo aver inventato in gruppo un nuovo prodotto da lanciare in commercio, creano un'immagine pubblicitaria vera e propria.

### Che cosa serve

Album da disegno, matita, gomma, pastelli e pennarelli.

### Come si fa

1. Invitiamo gli alunni a creare un'immagine pubblicitaria che contenga il prodotto, le scritte e gli slogan che hanno concordato nel precedente lavoro di gruppo.
2. Ogni alunno lavora a una propria immagine mettendo in pratica gli espedienti imparati sull'uso dei colori, sulla scelta dei soggetti e sulla loro disposizione grafica. È opportuno usare sia i pastelli sia i pennarelli a seconda dell'intensità e delle sfumature che si vogliono dare al colore.
3. Le immagini relative a uno stesso prodotto vengono confrontate all'interno del gruppo iniziale per scegliere quella più rappresentativa.
4. Gli alunni del gruppo espongono le ragioni della loro scelta al resto della classe.

## LESSICO

### Obiettivo

- Comprendere i meccanismi di personificazione attribuita a cose inanimate.

## LE COSE SI ANIMANO

■ Spesso nelle descrizioni vengono utilizzati alcuni espedienti linguistici che rendono più belli e vivi i testi. Uno di questi è l'attribuire dei predicati di movimento alle cose ferme e inanimate.

Diamo la **scheda 3** e leggiamola assieme. Possibilmente proiettiamola in modo da rendere visibili a tutti le osservazioni fatte.

Anche questa è una descrizione dinamica perché l'ambiente è descritto da un punto di vista mobile. Chiediamo agli alunni: che cosa fa la strada?

Cerchiamo nel testo tutti i predicati attribuiti alla **strada** (coloriamo di fucsia la parola *strada*) e sottolineiamoli di verde.

*La strada correva, saliva, cominciava a entrare, entrava...*

Procediamo allo stesso modo anche per

gli altri soggetti (che coloreremo di fucsia) del paesaggio: la **radura**, il **bosco** e il **roccione**.

*La radura si apriva*

*Il bosco saliva*

*Il roccione spuntava*

Come capiamo facilmente si tratta di "falsi" movimenti perché nella realtà la strada non corre, non sale, il roccione non spunta ecc.

■ Scegliamo un'immagine di un paesaggio che contenga una strada o un sentiero e invitiamo gli alunni a scrivere una descrizione usando i "falsi movimenti".

## GRAMMATICA E RIFLESSIONE SULLA LINGUA

### Obiettivo

- Conoscere la funzione degli avverbi.

## GLI AVVERBI

■ Nel paragrafo "Un testo convincente" abbiamo esaminato un testo che illustra

le caratteristiche di una macchina da caffè. Troviamo le parole *incredibilmente* e *straordinariamente* che si riferiscono rispettivamente agli aggettivi "ricco" e "aromatico".

Rileggiamo:

*un espresso incredibilmente ricco, con un aroma straordinariamente intenso.*

- A chi si riferisce l'aggettivo ricco?

Schematizziamo così:

espresso ricco

L'aggettivo si riferisce al nome *espresso* e ne aggiunge una informazione: ne indica una qualità.

Com'è l'espresso? Ricco. La parola *incredibilmente*, a sua volta, si riferisce all'aggettivo *ricco* per aggiungerne un'ulteriore informazione.

In che modo è ricco l'espresso?

In modo incredibile:

espresso incredibilmente ricco

Come vediamo, nei testi persuasivi l'obiettivo è quello di esaltare ed enfatizzare le qualità dell'oggetto da promuovere.

Passiamo alla seconda parte della frase:

*un aroma straordinariamente intenso.*

Schematizziamo:

aroma straordinariamente intenso.

Anche qua l'aggettivo *intenso* aggiunge una qualità positiva al nome *aroma*, e a sua volta è valorizzato dalla parola *straordinariamente*.

In che modo è intenso l'aroma del caffè?

In modo straordinario.

Le parole *straordinariamente* e *incredibilmente* sono avverbi.

Nei due casi presi in esame, gli avverbi hanno dato un'informazione più precisa di un aggettivo.

Gli avverbi possono precisare meglio anche il significato di un verbo o di un altro avverbio.

Facciamo degli esempi alla lavagna usando i colori concordati per le varie categorie grammaticali.

- La rosa cresceva lentamente.

Qua l'avverbio specifica il verbo *crescere*:

abc

## L'ANGOLO DELLE PAROLE

## Giochi di parole e rime

Gli slogan pubblicitari si servono di tanti espedienti per attrarre il lettore e convincerlo ad acquistare il prodotto. Gli slogan sono di solito brevi e si memorizzano facilmente. Spesso negli slogan si gioca con la lingua e si creano frasi e parole ad effetto, divertenti e originali. Pensiamo alla parola **MORBISTENZA**, inventata da una famosa marca di fazzolettini. Si sono fuse due parole per crearne una nuova:

MORBISTENZA = morbidezza + resistenza

La nuova parola è chiamata *parola-macedonia* e indica tutte e due le proprietà delle precedenti parole.

Chiediamo agli alunni di inventare una parola nuova per pubblicizzare questi prodotti: pennarelli, mozzarella, gelato al cioccolato e bagnoschiuma.

Invitiamo gli alunni a lavorare in gruppo con i compagni. Ricordiamo di riflettere prima sulle qualità da esaltare di ogni prodotto e poi creare le parole-macedonia.

Infine chiediamo di inventare alcuni slogan in cui inserire le parole-macedonia, utilizzando, se opportuno, anche delle rime e di scrivere gli slogan al computer e utilizzando anche dei caratteri ad effetto!

Con il fazzoletto super morbistente  
non hai proprio bisogno di niente!

la rosa cresceva in che modo? Lentamente.

- I pantaloni sono troppo larghi.

Qua l'avverbio specifica l'aggettivo *larghi*.  
**Quanto** sono larghi i pantaloni? *Troppo*.

- Ieri ci siamo alzati molto presto.

Qua l'avverbio specifica l'avverbio *presto*.  
Vi siete svegliati presto **quanto**? *Molto*.

Dopo aver proposto questi esempi che esplicano la funzione degli avverbi, passiamo alla loro classificazione.

Scriviamo alla lavagna le frasi seguenti e, facendo lavorare a coppie gli alunni, chiediamo di trovare gli avverbi e di collegarli alle parole alle quali si riferiscono.

- Ho visto malvolentieri il film.
- Laggiù c'è un bel rifugio.
- Adesso la spiaggia è vuota.
- Forse ci vedremo il prossimo anno.
- La mela è molto matura.
- Sgombrò il tavolo molto accuratamente.

- Il tuo voto sarà sicuramente alto.

Attraverso una riflessione collettiva arriviamo a concludere che gli avverbi possono essere:

- di modo;
- di tempo;
- di quantità;
- di luogo.

Come esercitazione diamo la **scheda 4**.

LA DIDATTICA  
CONTINUA SUL WEB  
[www.lavitascolastica.it](http://www.lavitascolastica.it) >  
Didattica

Cerca risorse

- ➔ Schede > Racconti di esperienze, preposizioni, avverbi in -mente
- ➔ Schede > Opinioni e questionari, gli avverbi
- ➔ Schede > Il racconto umoristico, i connettivi



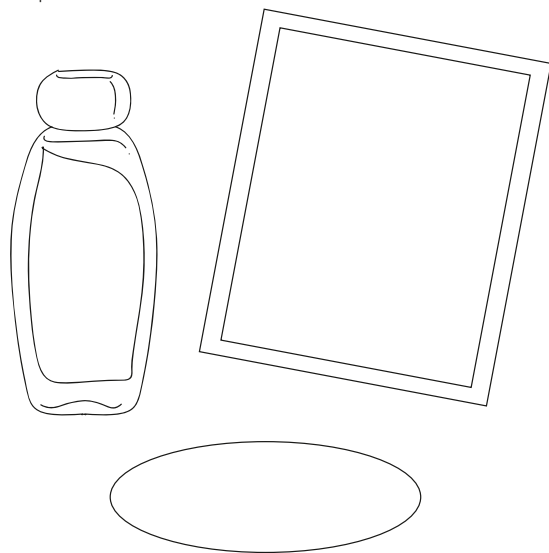


## Scheda 1

### LA PUBBLICITÀ PER LO SHAMPOO

- Segui la procedura per completare la pubblicità di uno shampoo.

1. Arricchisci l'immagine con alcuni particolari e colora.
2. Inventa il nome del prodotto e scrivilo nel cartellino in basso.
3. Crea uno slogan originale e scrivilo nel grande riquadro a destra del prodotto.



SAPER CREARE IMMAGINI E SLOGAN PUBBLICITARI.

## Scheda 2

### LA DESCRIZIONE DINAMICA

- Leggi con attenzione il seguente brano.

#### La passeggiata

Presi bambino e moglie e dissi: – Andiamo a fare un giro, andiamo fino al mare.

Era sera. Passavamo per viali e strade e scale. Il sole batteva su uno spigolo della città vecchia, di pietra grigia e porosa. Nell'entroterra la città s'apriva a ventaglio, s'ondulava in versanti di colline, e dall'uno all'altro lo spazio era colmo d'aria limpida, a quest'ora color rame. Nostro figlio si voltava stupito a vedere ogni cosa e a noi toccava prendere parte alla sua meraviglia.

Così arrivammo al porto e c'era il mare.

C'era una fila di palme, e delle panche in pietra: io e mia moglie sedemmo e il bambino era quieto.

Il mare andava su e giù contro gli scogli del molo, muovendo quelle barche dette "gozzi", e uomini dalla pelle oscura le riempivano di rosse reti e nasse per la pesca serale.

L'acqua era calma, con appena uno scambiarsi di colori, azzurro e nero sempre più fitto quanto più lontano.

Calvino I. (1990). *La nuvola di smog, La formica argentina*: Milano: Mondadori

La prima parte di questa descrizione è fatta dal punto di vista delle persone che passeggiano. Si chiama per questo *descrizione dinamica*.

- Sottolinea di verde le parti che ti fanno capire che le persone che descrivono l'ambiente si stanno muovendo e non sono ferme. Poi confronta il tuo lavoro con quello del tuo vicino di banco.

CONOSCERE LE DESCRIZIONI DINAMICHE E COGLIERNE GLI ESPEDIENTI.

## Scheda 3

### LA PERSONIFICAZIONE DI COSE INANIMATE

- Leggi con attenzione il seguente brano.

La strada, nei primi due chilometri, correva tra i campi del fondo-valle, poi saliva fra praterie nude. A circa quattro chilometri dalla casa cominciava a entrare nel bosco rado con piante alte ma patite; a un chilometro dall'arrivo entrava in un pianoro, dove si apriva un'ampia radura. Di là si vedeva il celebre bosco vecchio, disteso fra due monti a panettone, salire fino in cima alla valle. Sul colle estremo spuntava un roccione giallo, alto forse un centinaio di metri.

Buzzati D. (2010). *Il segreto del Bosco Vecchio*. Milano: Mondadori

In questa descrizione lo scrittore Dino Buzzati ha animato con dei verbi di movimento alcune cose ferme e inanimate. Chiamiamoli "falsi movimenti".

- Cerca nel testo i "falsi movimenti", sottolineali di verde. Poi completa la griglia scrivendo a sinistra l'oggetto inanimato e a destra il verbo di movimento che lo scrittore gli attribuisce nel testo.

Oggetto inanimato	Falsi movimenti

RICONOSCERE I MECCANISMI DI PERSONIFICAZIONE ATTRIBUITI A COSE INANIMATE.

## Scheda 4

### GLI AVVERBI

- Individua gli avverbi nelle frasi, sottolineali e collegali con una freccia alla parola alla quale si riferiscono.

- Sono immensamente felice di averti come amico.
- Vi consiglio di dormire tanto prima dell'esame per evitare di essere troppo stanchi.
- Oggi Maria ha incontrato il maestro Carlo che correva.
- Non credi di aver svolto il compito abbastanza bene?
- Il gallo ingoia avidamente un vermicciattolo dopo averlo acchiappato con un colpo di becco.
- Il traguardo è lassù, in cima alla collina.

- Inserisci gli avverbi trovati nella tabella.

Quando?	Dove?	Come?	Quanto?
Avverbi di TEMPO	Avverbi di LUOGO	Avverbi di MODO	Avverbi di QUANTITÀ

- Ricava dai seguenti aggettivi alcuni avverbi di modo:

Cordiale .....  
 Lieto .....  
 Generoso .....  
 Tranquillo .....  
 Elegante .....  
 Triste .....

RICONOSCERE LA FUNZIONE DEGLI AVVERBI.

Le schede continuano sul web • [www.lavitascolastica.it](http://www.lavitascolastica.it) > Didattica**Scheda D1****Difficoltà di apprendimento**

di Adriana Molin

**Approccio allo studio e consapevolezza**

► Atteggiamento positivo e strategie di studio più sofisticate sono obiettivi da perseguire con costanza e per lungo tempo, perché studiare è un'abilità complessa. La riflessione sullo studio e sui risultati permetteranno al docente di capire come il bambino va progredendo sulla via della strategicità e all'alunno di autovalutarsi.

► **Come intervenire.** La prova qui proposta è composta da: un testo, nella **scheda D1**, che l'alunno deve studiare per 20 minuti di tempo; nella **scheda D2**, su [www.lavitascolastica.it](http://www.lavitascolastica.it) > **Didattica**, una verifica sull'argomento da consegnare alla fine dello studio e nella **scheda D3**, alcune domande metacognitive da far completare dopo la scheda D2. In chiusura, in gruppo, facciamo un bilancio sulle strategie usate per studiare; infine correggiamo la scheda D2 (risposte b, c, a, a, c) e proponiamo un confronto tra risultati stimati e ottenuti per una maggiore consapevolezza. Ricordo che può essere ri-usato anche il questionario "Che studente sono" (Scheda D1 in "La Vita Scolastica" 2/2015), sempre utile per un confronto tra inizio e fine attività.

► **Per saperne di più.** Zamperlin et al. (2009). *Superabilità più. Valutazione e potenziamento delle abilità trasversali per il secondo biennio della scuola primaria e il passaggio alla secondaria*. Firenze: Giunti Scuola-Giunti OS.

**PROVA DI STUDIO/1**

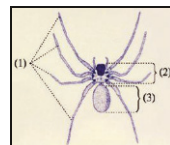
• Studia come fai di solito il testo che segue. Hai **20 minuti** di tempo. Successivamente, nella scheda "Prova di studio/2", **risponderai ad alcune domande** a scelta multipla; nella scheda "Prova di studio/3", stimerai le risposte corrette date e avrai la possibilità di descrivere come hai studiato e di scegliere quelle usate proposte da noi; infine, con l'aiuto dell'insegnante e dei compagni, confronterai strategie e risultati attesi e ottenuti allo scopo di fare un **bilancio delle tue abilità di studio**.

**Nel mondo degli animali**

I rappresentanti più comuni degli aracnidi (animali invertebrati) sono i ragni, gli scorpioni e gli acari.

Il corpo degli Aracnidi:

- (1) quattro paia di zampe;
- (2) il prosoma o parte anteriore;
- (3) l'opistosoma o addome.



Il loro corpo è suddiviso in due parti, quello anteriore (capo e torace) e quello posteriore (addome). Hanno quattro paia di zampe: il primo paio serve a procurarsi il cibo e a difendersi; il secondo svolge funzioni sensoriali, locomotorie e riproduttive; le altre paia servono principalmente a muoversi.

Gli aracnidi furono i primi animali a colonizzare le terre emerse e sono molto numerosi. Molti di essi sono predatori e trattengono le prede con le zampe che terminano a uncino. Spesso sono dotati di ghiandole velenose.

Nei ragni, nella parte terminale dell'addome, sono presenti le **filiere** che secernano la seta, usata per avvolgere le prede e costruire le ragnatele. La seta secreta dai ragni può essere considerata per leggerezza, tenacia ed elasticità superiore a qualsiasi materiale sintetico finora elaborato.

**Italiano L2**

di Daniela Masucci

**Le frasi subordinate**

► I molteplici lavori sulla subordinazione hanno portato a individuare una sequenza sostanzialmente uniforme per l'acquisizione, da parte di apprendenti non italo-foni, delle frasi subordinate. La sequenza è di questo tipo: causali > temporali > finali. Pertanto è opportuno presentare agli alunni dapprima proposizioni subordinate causali introdotte da *perché*, poi proposizioni temporali introdotte da *quando* e infine proposizioni finali in forma implicita introdotte da *a* e *per* con il verbo all'infinito. Tale insegnamento fa parte del percorso lungo e complesso che mira a guidare gli alunni a comprendere e usare la lingua per lo studio.

► **Come intervenire.** Partiamo, come sempre, da frasi che si riferiscano a situazioni direttamente vissute dai bambini o che fanno riferimento a letture fatte o ascoltate. Proponiamo attività di completamento fornendo solo la frase principale o solo la subordinata, avendo cura di privilegiare frasi brevi. Passiamo, in un secondo momento, a individuare le frasi subordinate in testi narrativi e poi in testi divulgativi. Chiediamo agli alunni che ne esplicitino oralmente il significato in modo da arrivare a fare comprendere sempre più il funzionamento della lingua, le relazioni che intercorrono tra frasi, tra le strutture e il loro significato, o tra la frase e il contesto in cui può essere usata.

Come esempi si vedano la **scheda I1** e su [www.lavitascolastica.it](http://www.lavitascolastica.it) > **Didattica** le schede **schede I2, I3**.

**Scheda I1****LE FRASI SUBORDINATE/1**

• Collega come nell'esempio.

Rientro in casa	era in difficoltà.
Ho aiutato Sara	non hai fatto merenda.
Hai fame	perché fa freddo.
Siete arrivati tardi	avete perso il treno.

• **Completa con la frase o con la parola giusta. Scegli la fra quelle scritte sotto.**

In Grecia gli dei più importanti si chiamavano olimpici .....

- ☐ perché vivevano sul Monte Olimpo.  
☐ quando partecipavano alle Olimpiadi.  
☐ se vivevano a Olimpia.

Nelle valli del Trentino Alto Adige ..... perché le Alpi frenano i venti freddi.

- ☐ il clima è più freddo.  
☐ il clima è più mite.  
☐ fa sempre caldo.

Le vitamine sono importanti ..... ci proteggono dalle malattie.

- ☐ se ☐ quando ☐ perché