

GREEN AGRITAINMENT

2024-1-IE01-KA220-VET-000254134



Modulo 2, Lezione 3

Strategie linguistiche di umorismo nell'agriturismo

Igor Vitale International s.r.l.



Co-funded by
the European Union

Green Agritainment:
VET strategies for Edutainment in European Agritourism



IL MODULO

Il Modulo 2, coordinato da IVI, è dedicato all'uso dell'umor e delle strategie comiche come strumenti educativi nell'agritainment. L'obiettivo è fornire a formatori, lavoratori agrituristici e studenti VET competenze pratiche per utilizzare la comicità in modo costruttivo durante visite, laboratori e attività educative.

Attraverso esempi e schemi narrativi, i partecipanti imparano a:

- usare l'umorismo per mantenere alta l'attenzione dei visitatori;
- integrare tecniche di cabaret e intrattenimento per facilitare la memorizzazione dei contenuti;
- orientare il divertimento verso obiettivi ambientali ed educativi, trasformando la risata in uno strumento di sensibilizzazione;
- rendere le esperienze in agriturismo più coinvolgenti, memorabili e formative.

TEMATICHE

- Differenza tra spiegazione tecnica e spiegazione umoristica.
- Neuroscienze del cibo: il ruolo delle aspettative di gusto (taste expectations).
- Linguaggio immaginativo e metaforico come strumenti di edutainment.
- Giochi di parole basati su sapori (dolce, amaro, piccante, agrodolce).
- Contrasti, esagerazioni e colpi di scena come leve per generare sorpresa.
- Esempi pratici da olio d'oliva, pomodori e formaggi locali.

OBIETTIVI

- Comprendere come l'umorismo linguistico rafforza la comunicazione.
- Imparare a utilizzare metafore, associazioni e contrasti inattesi.
- Creare aspettative sensoriali (food expectations) durante degustazioni e visite.
- Sperimentare esercizi pratici per inserire comicità nelle presentazioni.



INTRODUZIONE

In questa lezione approfondiamo l'uso delle strategie linguistiche di umorismo come strumento educativo e comunicativo. L'obiettivo non è trasformare una presentazione in una performance di stand-up comedy, ma inserire elementi di comicità mirata per catturare l'attenzione, spezzare la monotonia e rafforzare i messaggi chiave.

L'agriturismo, centrato sulla valorizzazione del cibo e delle esperienze sensoriali, è un contesto ideale per l'uso di linguaggi immaginativi, metafore e giochi di parole capaci di suscitare curiosità ed emozioni positive.

Più nello specifico

La comunicazione agrituristica può assumere due forme:

1. Tecnica e informativa
2. Coinvolgente e umoristica, capace di orientare l'attenzione sul prodotto attraverso giochi linguistici.

Le neuroscienze dimostrano che gran parte delle decisioni di acquisto alimentare si basano sulle aspettative di gusto. Creare immagini, metafore e racconti intorno a un prodotto (es. olio extravergine piccante come sinonimo di salute) amplifica l'esperienza del cliente.

Esercizio pratico: descrivere un prodotto agricolo (pomodoro, olio, finocchio) con termini sensoriali e trasformarli in metafore o giochi di parole. Così il visitatore associa emozioni ed esperienze al gusto, memorizzandolo meglio.

Infine, esempi di agritainment applicato:

- Cucina: lo chef stellato Domenico Cilenti (Porta di Basso, Peschici)
- Forno e panificazione: Pascal Barbato (Fulgaro, San Marco in Lamis)
- Eventi tradizionali: a Capracotta (Molise), la "Pezzata"



Co-funded by
the European Union

GREEN AGRITAINMENT: VET STRATEGIES FOR EDUTAINMENT IN EUROPEAN AGRITOURISM

2024-1-IE01-KA220-VET-000254134



STANDOUTEDU



OLLSCOIL NA GAILLIMHE
UNIVERSITY OF GALWAY



Co-funded by
the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.