

Laboratorio di Ecfrastica

Istituito nel corso di Beni Culturali della Federico II è un modello universitario di educazione all'immagine che può adattarsi facilmente a modelli più elementari.

Consiste nell'approfondimento della cultura delle immagini con un lavoro circolare a spirale, che raggiunge di volta in volta risultati finiti su cui si accende un nuovo corso d'indagine.

OBBIETTIVI FORMATIVI

1. Avviare allo studio del bene culturale come presenza viva ed interesse personale. Occorre accettare le tesi dell'ermeneutica, che propongono approfondimenti circolari continui come realtà del lavoro storico e critico. Presentare in modo semplice e vicino un autore ad un bambino piccolo, è la strada della pedagogia dei beni culturali efficace, come sa chi accompagna i bambini al museo. Raccomandare invece l'acquisito di volumi ponderosi e costosi rischia di allontanare l'interesse, non promuovendo l'opera alla considerazione del lettore. Per non cadere nella banalizzazione e nell'estemporaneità, occorre precisare una didattica in progress, come si va sperimentando con scuole di diverso ordine e grado.
2. Fare esercizi di ecfrastica, imparando a commentare le immagini, quelle d'arte come quelle dei media, analizzandone i codici con una consapevolezza dell'elaborato della scienza della comunicazione. Partire dalla pubblicità è ad esempio l'esercizio più raccomandabile, per l'efficacia ma anche per la frequente chiara distinzione tra i codici, che ne fanno uno strumento didattico notevole per l'educazione all'immagine. Occorre sempre passare però anche alle immagini d'arte, per istituire le necessarie relazioni. Utile si presenta anche lo studio dei testi di ecfrastica, che cominciano con la descrizione omerica dello scudo di Achille e contano autori importanti delle letterature contemporanee: il punto di partenza del laboratorio universitario sono stati John Ruskin e Aby Warburg.
3. Mirare al prodotto, un *ortotesto*, cioè un testo corretto, composto con sapiente misura tra le tecnologie ed i contenuti culturali. L'ortotesto può essere un videogioco, come i tanti realizzati in passato nella Ludodidattica, può essere una presentazione o un filmato, come quelli realizzati nella Tecnologia Umanistica, ma ha sempre alle spalle un lavoro di approfondimento letterario, artistico, di scienza della comunicazione, che è quello che interessa in modo speciale alla scuola ed all'Università, rappresentando un metodo di studio che si inserisce con facilità nell'interesse degli allievi. Mirare al prodotto nel Laboratorio di Ecfrastica significa anche avviare con l'interrelazione con soggetti diversi la messa a punto dei progetti, con una collaborazione che trasformi le tesine in prodotti per la comunicazione dei beni culturali. In questo modo la scuola e l'Università legano in modo diretto all'ambiente socio economico, preparando in modo congruo i giovani ad una possibilità di lavoro futuro, delineando nuove figure professionali di alta qualità. Quest'ultimo passo viene affidato ad un nuovo settore, per le complesse relazioni che sono necessarie a questo scopo.

OBBIETTIVI CURRICOLARI

1. Delineare nuove figure professionali attive nel settore dei beni culturali nella scuola capaci di affrontare con competenza il mondo del turismo e della tutela dei beni culturali.
2. Delineare nuove figure professionali attive nel settore dei beni culturali nell'Università, capaci di affrontare con competenza la promozione dei beni culturali.

3. Suggestire prospettive di azione economica agli studenti per l'avvio di una economia di settore.
4. Attivare la consapevolezza dell'importanza dei Parchi Culturali per lo sviluppo delle attività economiche.
5. Proporre una cultura a molti livelli, che nel semplificare eviti la banalizzazione, limitandosi a proporre gradini continui di ascesa.

METODOLOGIA

1. lezioni frontali sui temi dell'iconologia
2. lezioni frontali sull'educazione all'immagine
3. lezioni frontali sulla letteratura ecfrastica
4. laboratori di scrittura
5. laboratori di scienze della comunicazione di massa
6. laboratori di ripresa composizione e montaggio
7. laboratorio per la pubblicità del prodotto finito