



“Formazione estetica - corso di formazione 2010” OSCOM

(Clementina Gily - abstract delle conclusioni dei convegni OSCOM)

Per seguire il filo....

Leggere l'immagine è intraprendere un viaggio in un sapere che è corpo, organicità, da rivivere, un mondo intero da condividere. Di qui viene l'evidenza di quel carattere di *pragmatica* che è proprio di ogni linguaggio, che è condivisione di un progetto, coinvolgimento che chiede una risposta e partecipazione, impulso all'azione comune.

Leggere l'immagine è la guida ad un sapere attivo e creativo, che non vuole solo ripetere ma far proprio quel che si apprende. Proprio questo carattere è indispensabile alla formazione: Comenio fu il primo a scrivere in un libro il piano dell'alfabetiere con immagini che è da molto in tutte le scuole primarie, per aiutare con l'immaginazione a prendere interesse alla trascrizione dei segni alfabetici. Servirsi delle immagini tradizionali e di quelle dei media è annodare lo studio alla fantasia, all'interesse di chi ascolta.

I laboratori d'arte aiutano a creare le immagini e a ragionare sul modo in cui il pensare si traduce in figure nuove, rispetto a quelle che si sono viste.

I laboratori di scrittura aiutano a muoversi tra significati e metafori.

I laboratori di media education portano a frequentare la grandissima e vastissima letteratura dei media senza limitarsi ad ascoltare, ma ragionando e creando in prima persona dei testi di analisi e critica.

IV lezione

Formazione estetica e telefonofotocinegrafia

Chiariti in breve i fondamenti teorici, è bene proseguire con elementi di didattica, rimandando alle dispense che poi dettaglieranno i particolari dei laboratori, anche tenendo presente le istanze delle scuole. Delineare gli algoritmi del percorso è determinare la teoria, che ha posto l'esigenza dell'estetica attuale di ripartire dall'immagine, seguendo le vie della formazione estetica, rinverdendo i percorsi tradizionali delle botteghe d'arte e degli *Ateliers*, che nelle immagini ferme e nella loro costruzione osservano al lavoro le categorie dell'arte sfruttando a pieno la pausa di silenzio; e con i laboratori multimediali, meno dettagliati ma ricchi delle tecnologie delle scritture di oggi. In entrambi i casi si insegna quella che Rodari chiama *La*



grammatica della fantasia: perché l'immaginario s'impara, come tutto s'impara - nei rudimenti, nei metodi, non certo nelle costruzioni geniali. Oggi la fantasia, la capacità creativa, è indispensabile in ogni settore dell'attività umana ed in ogni settore della lettura - dominato, anch'esso, dall'immagine. È la sfida del tempo.

Cominciamo dalla televisione, con qualche esempio dei laboratori sperimentati su larga scala nel 2003, che costruivano didattiche per la lettura e scrittura di prodotti tv.

PATTERNS GAME – il gioco della celebrità

Il *Patterns Game* discute i modelli di comportamento (*patterns*) proposti dalla televisione. I ragazzi spesso sono attratti da scene violente, colte come atti di eroismo¹; spesso considerano l'importanza delle persone su elementi discutibili²: dimostrano una lettura del mondo anomala. Il gioco della conversazione strutturata induce interessanti conclusioni interattive dalla discussione di trasmissioni come *Il Grande Fratello*, discutendo del merito e della differenza del privato, quando si fa immediatamente pubblico – strutturare questa conversazione in un *focus group*, consente la rilevazione dei dati. Queste conversazioni, attivate da uno scritto antropologico sul tema³, che identificava la trasmissione come un rituale costruito palesemente sui *riti di passaggio*, conducevano ad una valutazione del valore della *celebrità* come valore della società attuale. Infatti, il *rito di passaggio* segna l'elemento cardine della conquista del ruolo determinante nella società. Nella sperimentazione 2003 gli elementi di attualità scelti per formare le griglie di interpretazione furono il film *Eroe per caso* di Stephen Fears e i programmi *Saranno Famosi*, *Il Grande Fratello*, *i Simpson*. Utilizzare prodotti comparabili (*Saranno Famosi* e *Il Grande Fratello*) ed altri di generi diversi come il film e il cartoon, consente di informare su elementi base della scienza della comunicazione (informazioni contenute nella parte teorica del kit di gioco-formazione, con gli schemi di domanda, i test e le griglie di valutazione). La formazione ottenuta con le conversazioni interattive e le valutazioni, produceva così anche dati ricostruibili in grafici – sottoposti anch'essi a discussione per valutare quanto sia fedele il risultato statistico.

Nella rappresentazione grafica risultano con chiarezza le differenze tra i ragazzi, di genere, di età, di situazione sociale, che sarebbero difficili da argomentare nella conversazione, che non può superare la personalizzazione del dato. Il generico riscontro numerico vale come un dato oggettivo con cui confrontarsi.

TELEDIETA - MINITEL

¹ A. Pellai , *Teen television: gli adolescenti davanti e dentro lo schermo*, Franco Angeli 1999, p. 31.

² A.Oliveiro Ferraris, *TV per un figlio*, Laterza, Bari 1997, p. 150.

³ *Riti di passaggio: il postmoderno e il Grande Fratello*, in "Storia antropologia e scienze del linguaggio" 2001, 3



Nata dalla **Dieta televisiva** di Enrico Menduni, la **Teledieta** s'impenna sul gioco conversazionale, invece che sulla riduzione del consumo TV. La conversazione per Bettetini è il genere linguistico dominante nel suo aspetto *audio visivo*, il linguaggio scelto dalla televisione per coinvolgere gli utenti, grazie alla sua superficialità e culto del senso comune. La prima regola di una conversazione corretta è rispettare il turno e far parlare tutti – la televisione spesso diffonde una conversazione scorretta; ragionarci su, è una forma di educazione alla legalità.

La **Teledieta** per privilegiare la propensione a discutere propone punteggi negativi; essi aiutano consumi aggiuntivi e propongono la valutazione sulla qualità dei prodotti. Ad esempio, telegiornali e informazione scientifica hanno avuto un vero boom nel corso della sperimentazione, passando da fanalino di coda a secondo programma visto, dopo i cartoni; ma anche vincitori del premio al programma più brutto. Inoltre, accentua le attribuzioni polemiche, mirate a suscitare dissensi e a parlare di televisione.

Il meccanismo del gioco consiste in quattro settimane di dieta punti, in cui non si devono superare 100 punti giornalieri sulla base di un foglio punteggi che cambia di settimana in settimana. La discussione dei punteggi è l'oggetto primo della formazione, sia tra chi elabora i fogli che tra chi riempie i moduli. Le conversazioni mirate articolano uno schema prefissato (es. *Simpson* e *Gli antenati* per valutare la diversità della famiglia oggi e ieri) nelle ore dedicate all'approfondimento.

Il **Minitel** adatta la Teledieta ai bambini più piccoli, con conteggi molto semplici e il potenziamento delle figure e di votazioni, allo scopo di suscitare la conversazione, che viene condotta come un gioco che insegna a rispettare il turno e i discorsi degli altri.

In entrambi i casi, l'inizio e la fine del gioco si compiono in una riunione scuola famiglia, con un discorso coinvolgente che aderisce liberamente alla partecipazione al gioco. Nell'ultima riunione si segnalano anche le differenze dell'audience sulla base dei dati raccolti e si discutono questi risultati con le famiglie.



TELEPANDA – LA FABRIQUE DE L’IMAGE

È un gioco di interpretazione delle immagini, che può essere condotto nel **Telepanda** prendendo ad oggetto le immagini della pubblicità, nella **Fabrique** quelle dell’arte in tutte le sue manifestazioni. L’attenzione è a praticare la lettura dei codici seguiti, facendo distinzione tra i codici intenzionali e quelli non intenzionali, tra la velocità della comunicazione e il suo approfondimento, tra i simboli e le allegorie, tra l’efficacia dei colori e del moto, costruendo un discorso di comunicazione visiva. Il gioco si conclude nell’elaborazione di pubblicità (cartelloni o percorsi multimediali), mettendo a frutto le osservazioni fatte, per illustrare il PON della propria scuola.

Altri giochi possibili, disponibili nei in kit di gioco, sono **VIDEOGIORNALE** e **TELEFICTION**.

MERAVIGLIOSA VOCE, LABORATORI RADIO

Il laboratorio radio, di facile attuazione tecnologica, mira alla struttura dell’organizzazione del palinsesto radiofonico che si adatta alla fruizione nel **clock** orario sequenziale che offre anche la struttura basilare all’interno di una sperimentazione didattica. Il palinsesto radiofonico si svolge sul **clock** di un’ora; ogni programma mira ad essere contenuto dai 5 ai 15 minuti. L’attività dei gruppi si organizza sulle finalità scelte, il lavoro preparatorio è disciplinare, e fa convergere docenti diversi in percorsi paralleli che tengano conto di attitudini e percorsi formativi individuali. I programmi confluiranno nella registrazione finale. Il carattere basilare delle trasmissioni radiofoniche (dalle previsioni metereologiche, bollettini sul traffico, curiosità, dati di borsa, informazioni varie) è la brevità, la chiarezza, il rispetto del tempo, così che le notizie giungano complete all’utente che si sintonizza:

Il concetto fondamentale per la radio di flusso è la *rotation*. Non è il pubblico ad adattarsi a orari precisi ma l’emittente gli viene incontro (con modifiche dovute soltanto al “clima” dei diversi momenti della giornata) in cicli periodici. In questo tempo circolare l’intervallo tra due successivi inizi della programmazione, il *clock*, è generalmente di un’ora (...). Ogni *clock* ha i suoi isoritmi (...) lo stesso ripetitivo andamento circolare si estende alla pubblicità, che proprio alle ripetizioni ricorrenti del messaggio affida la sua efficacia. Del resto questo andamento rotatorio è analogo a quello della musica leggera



intesa come formato e come microtesto: essa si basa sulla ripetizione di una stessa strofa, con varianti tonali e testuali, con diversi accompagnamenti, con improvvisazioni, assolo suoni fuori campo che si rincorrono tra loro (simile ai videoclip)⁴.

Il Maestro di Gioco discute con i partecipanti il loro uso della radio; i più ascoltano la radio sin da piccoli per sentire i cantanti preferiti o le notizie sportive: si può approfondire, notando la potenzialità di mezzi sempre più complessi che offrono una perfetta trasmissione dei segnali sonori (musica, suoni, voci), in diretta. Si discute della volontà di lavorare in radio in confronto ad altri media. La discussione precisa poi il progetto complessivo, passaggio indispensabile perché la classe si dividerà in gruppi⁵ che lavoreranno separati ai diversi programmi di **Radio classe**, fino all'ultima fase, il laboratorio di registrazione. Il goal è realizzare un'ora di trasmissione radiofonica nel lavoro cooperativo, che offre la possibilità di lavorare in gruppi distinti sviluppando i programmi da inserire all'interno del palinsesto. Questa modalità di lavoro si potrà svolgere anche secondo il modello del team teaching⁶, che consente di agire contemporaneamente sulla preparazione dei diversi gruppi; qualora non fosse possibile applicare questa tipologia metodologica, le fasi saranno successive.

Il **clock** comprende programmi svariati, tutti dettagliati nei kit: **Il radiogiornale, L'intervista radiofonica, Lo spot, Il talk-show, Il radiodramma**

IL TELEFONO, LA TUA VOCE

Il telefono cellulare è il primo medium ibrido: costituisce la lingua unitaria dei media unificandone le diversità. Gilder dice da tempo che è la dimensione del

⁴ E. Menduni, *Il mondo della radio*, Il Mulino, Bologna, 2001, p.123.

⁵ Per quanto riguarda la composizione dei gruppi "è possibile formare gruppi omogenei o eterogenei: nel suo complesso, comunque, è opportuno che i gruppi siano formati per insiemi eterogenei, perché una composizione di questo tipo può determinare un vantaggio per i più deboli, come per quelli più abili." R. Pititto, *La comunicazione difficile*, La scuola, Brescia, 2000, p145.

⁶ Sul modello del team-teaching si veda: J. T. Shaplin- H.F. Holds, *Team-Teaching. una nuova organizzazione del processo educativo*, Loescher, Torino, 1973; M. Bair -R Woodward, *La pratica del Team Teaching*, , Loescher, Torino, 1974.



futuro, una *console* per tutti i media, il *teleputer*⁷, nella sua definizione: ed è oramai nelle capacità dell'industria fornirci questo computer tuttofare. Ma il cellulare è già nelle nostre mani e stiamo sperimentando il suo linguaggio, si pensi all'esplosione degli SMS. Il primo cellulare è stato prodotto dalla Ericsson nel 1973, dal 1995, grazie alle piccole dimensioni, ha conquistato i mercati diffondendosi in modo capillare.

In tutte le sue forme, il telefono caratterizza un vasto settore del mondo degli affari, si pensi al terziario avanzato, alla dematerializzazione degli scambi che avviene col telemarketing e con Internet (cambiando il mondo del lavoro). Altri aspetti sono rivoluzionati dai sondaggi, che rapportano immediatamente centri di potere e denaro con la periferia, forniscono informazioni utili (call center).

Il medium ibrido condiziona il messaggio, dà spunti nuovi, è un settore di rilevanza commerciale ed industriale. Tutto questo rende indispensabile l'interesse del mondo della formazione, informativo e formativo, della ricerca, per le grandi novità che il cellulare reca in sé dal punto di vista della teoria della comunicazione.

L'utente individuale del telefonino precisa un proprio modo d'uso alternativo, mescolando i linguaggi dei media, gestisce in prima persona il passaggio: nella prospettiva che della futura unificazione dei media in una grande rete comune, il cellulare è un importante punto di sperimentazione. Il salto cognitivo effettuato dai media richiede uno sforzo di comprensione e di formazione. In positivo, il medium ibrido può educare al rapporto corretto con i media, cioè insegna a scegliere, diventando una valida risposta all'indottrinamento mediatico. Il medium ibrido può mettere al riparo dalla volgarità dei media e ricollocare l'uomo attivo al posto di comando nell'informazione e nell'intrattenimento, invece di dover subire l'emittenza.

Laboratori : SMS - Solo messaggi stupidi?; Movie, l'istantanea del cinema; Gioco in silenzio - Videogiochi al cellulare ; Inchiesta sul telefono - La tua voce - Prove di comunicazione

Laboratorio fotografico

⁷ G. Gilder, *La vita dopo la televisione*, Castelvecchi, Roma 1995.



Il laboratorio fotografico attua un modello classico, specializzandosi sull'istantanea, la ripresa tempestiva del caso, che dona all'immagine il potere di rivelare, oltre le intenzioni dell'autore (cfr. *Blow up*). Il che non esclude la tecnica, che va educata nello studio e nell'esercizio per dominare le tecniche dell'inquadratura. Ne diamo qualche nozione.

Il linguaggio per immagini ha regole precise, va inteso come codice di comunicazione, oltre la parola. Ogni elemento compositivo dell'immagine può essere utilizzato per condizionare l'osservatore. Si tratta a volte di minimi particolari che passano inosservati ma che si comportano da catalizzatori tra messaggio e osservatore che li coglie e li memorizza. Un fondale vuoto, senza riferimenti visivi, tende a concentrare l'attenzione sul soggetto, che sarà analizzato semplicemente per quello che racconta.

Un pittore, per migliorare la "composizione" di un quadro può fare tutti i cambiamenti che vuole. Può aggiungere cancellare, ricominciare da capo. Tutto ciò non può il fotografo, dopo lo scatto, la "composizione" è fatta. Fino a quel momento si poteva scegliere ed escludere, dopo, più nulla.

Comporre un'immagine fotografica significa fare in modo che le sue diverse parti formino un'unità: è necessario che l'interesse si concentri su ciò che è veramente importante, linee e forme si dispongano in modo armonioso, luci ed ombre ben equilibrate, l'immagine va racchiusa in una cornice naturale e "organica", non ingombrante e non artificiale.

Per ottenere questo risultato il fotografo può scegliere:

1. di *dirigere il soggetto* fino a quando è certo di avere realizzato una buona composizione (soluzione ideale, ma si deve dare una condizione di totale controllo sul soggetto);
2. *cambiare il punto di vista* fino a quando il soggetto immobile appare ben inquadrato;
3. *aspettare il momento buono* e scattare rapidamente.

Si possono indicare **alcuni elementi di base** da tener presente quando si compone una fotografia:



1. la **semplicità** può rendere un'immagine più efficace. In questo senso è consigliabile che ogni fotografia abbia un solo soggetto, dato che i soggetti multipli si traducono in centri multipli di interesse e perciò dividono l'attenzione di chi guarda.
1. i **contrasti netti** sono spesso più efficaci. E' evidente che una composizione formata da colori tra loro contrastanti rende l'immagine più forte e immediata per l'occhio che la guarda.
2. lo **sfondo** è una parte importante e di cui facilmente ci si dimentica al momento dello scatto (per questo motivo può accadere spesso di ritrovarci elementi assolutamente involontari e di disturbo... ad es. un oggetto fuori contesto, o semplicemente brutto; o anche un colore più forte di quello del soggetto, che distrae l'attenzione da quest'ultimo).
3. l'**orizzonte** (se c'è nell'immagine) è una linea (quindi non necessariamente l'orizzonte naturale, ma qualsiasi linea che tagli la foto) che divide la foto in due parti: collocato in posizione centrale dà un effetto di massima stabilità all'immagine, collocato in alto sposta l'attenzione verso il basso della foto, posto in basso sposta l'attenzione verso l'alto.
4. le **linee di forza** hanno la stessa funzione dell'orizzonte, infatti quelle orizzontali vengono definite in maniera identica, e anche quelle verticali seguono lo stesso meccanismo. Per questo è evidente che: se la linea verticale è centrale si ottiene l'effetto di massima stabilità; se è collocato a destra sposta l'attenzione verso sinistra; infine, se collocato a sinistra sposta l'attenzione verso destra.
5. **luce e ombra** hanno una funzione molto importante. Sorvolando qualsiasi dettaglio tecnico (dato che con le attuali macchine automatiche non è data la possibilità di intervenire facendo delle scelte) bisogna tenere in considerazione che le zone chiare sono le prime ad attirare l'attenzione, mentre le zone scure danno peso e spessore ad una fotografia. E' opportuno quindi fare attenzione se il soggetto è illuminato nella maniera giusta per comunicare ciò che si vuole (ad es. secondo questo ragionamento se il



soggetto è vestito di scuro e dietro di lui passa un'altra persona vestita di bianco sarà quella ad attirare maggiormente l'attenzione).

6. infine, per quanto riguarda il **soggetto** si può fare un semplice commento per non complicare eccessivamente le cose. E' evidente che la posizione del soggetto nella foto cambia il significato della foto stessa, quindi è importante prestarvi attenzione. (es. la vicinanza e la grandezza del soggetto cambiano l'importanza che questo ha nella composizione, come anche la posizione centrata o decentrata dà un effetto di maggiore stabilità o movimento).

La fotografia si può insegnare solo nella parte relativa alla tecnica fotografica, le idee non si possono insegnare. Ciò che si può apprendere attraverso l'acquisizione di tecniche fotografiche è la capacità di comunicare attraverso l'immagine un messaggio. Alla creatività e all'immaginazione è lasciato il compito di creare questo messaggio.

PRESI NELLA RETE

Mira a moltiplicare le vie dell'accesso alla rete, sviluppando messe in scena piuttosto che approfondimenti informatici, che per lo più sono già oggetto dell'insegnamento scolastico.

Passeggiate nei boschi virtuali

L'inserimento di un progetto di *educazione ad Internet* nella didattica, alla luce di queste considerazioni, tiene conto della difficoltà prima della rete, indurre a perdersi. E' un'esperienza comune. Ideare e realizzare percorsi di navigazione con una ben definita regia di azione⁸, insegna la metodica corretta per evitare il pericolo. Sono state ideate quattro "passeggiate nei boschi virtuali" che ricostruiscono l'ipertesto di un tema, abituando ad una *lettura reticolare*.

Il primo kit di gioco (*i media in rete*) mostra Internet contenitore di altri, libri, giornali, cinema, televisione che possono per tanto facilmente essere consultati da casa o da scuola e dunque secondo i propri tempi e modi di fruizione.

⁸ Cfr. B. Laurel, *Computers as theatre*, Routledge, London, 1993.



Il secondo kit, adatto ai bambini più piccoli e riguarda la ricerca in rete dei beniamini dei cartoon (*i cartoni*).

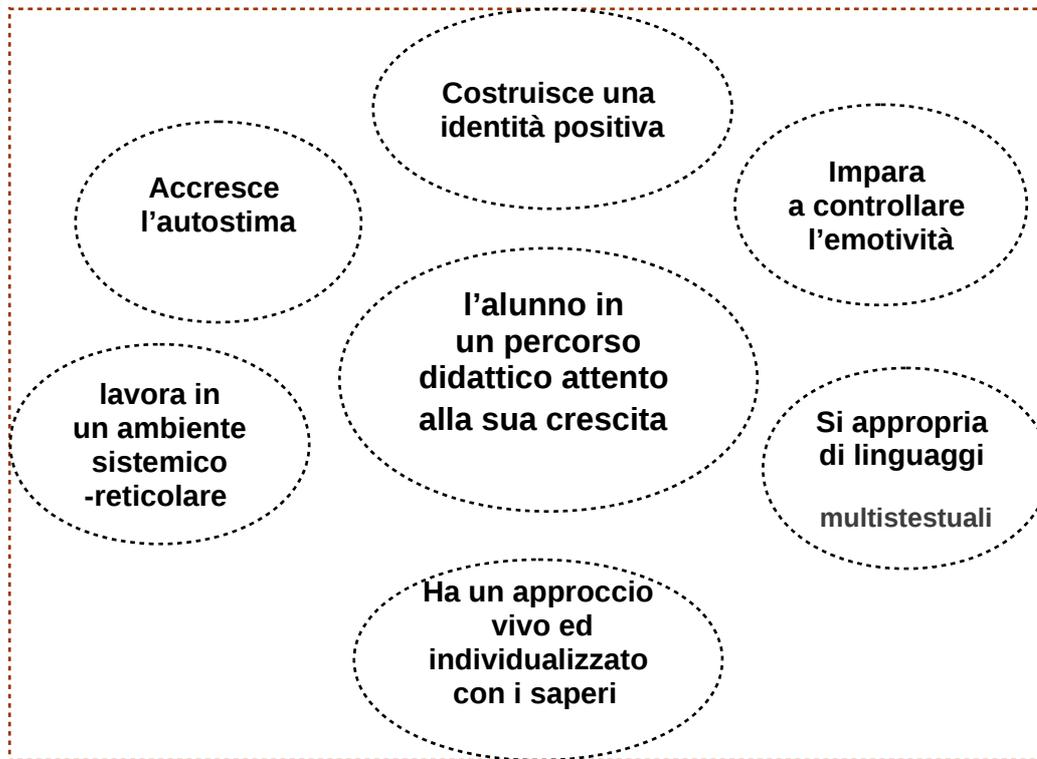
Il terzo kit guida alla comunicazione nell'universo scolastico (*le altre scuole*): dalla 3 elementare la navigazione prelude ad un contatto diretto, tramite *leggere e scrivere e-mail*, partecipare a *forum di discussione*, *confrontare le proprie attività*. Conclude le attività *l'ideazione di un sito*.

L'ultimo kit (*in giro per musei*) focalizza temi d'arte, scienza, cultura attraverso la visita ai musei virtuali. Si adatta anche agli adulti, ma può essere anche di base alle visite scolastiche.

Il progetto complessivo punta a realizzare nell'alunno una serie di skill sul piano strettamente didattico-formativo ma anche oltre; abitua *lettura creativa e critica* degli ipertesti, educano alla *raccolta e conservazione* dei materiali; insegnano a *classificare e selezionare* i contenuti, ad organizzare nessi tra messaggi, a *deframmentare* per ricostruire l'unità di senso. Mostra inoltre ai bambini in maniera semplice ed immediata la comunicazione come fenomeno globale, dal libro alla rete.

Altra interessante via è la realizzazione dell' **ipertesto didattico** organizzata intorno ad *unità di contenuto* collegate attraverso *links*: una consultazione libera e creativa, soggettiva e personalizzabile, che va organizzata nella didattica. La 'deriva motivazionale' nel rapporto tra discenti e docenti porta gli alunni a subire la scuola. Le attività più intriganti in cui gli alunni si riconoscono, sono quelle che consentono di riappropriarsi di una scuola estranea, in uno 'spazio' di *LABORATORIO* dove produrre ricerche, esperimenti, approfondimenti, costruire plastici, ipertesti cartacei e virtuali, e quant'altro. Il vantaggio si può così schematizzare:

-



La via dell'ipertesto conduce alla produzione di videogiochi e di documentari d'arte come quelli costruiti nel laboratorio del **Quidditch Doc**, il laboratorio in sperimentazione all'Università.