



“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.

III lezione

Socializzazione mediata : media education

Oggi le immagini che compongono molta parte della cultura comune sono testi, preparati per commerciali. La pubblicità, le scene di violenza, i modelli di comportamento, sono suggeriti da trasmissioni televisive che tengono conto in primo luogo della possibilità di garantire economicamente l'assetto delle reti. Internet ha una maggiore flessibilità e piena interattività: ma ugualmente si compone di testi, privi di solidi criteri di scelta; c'è chi propone piccole enciclopedie personali, anche ben confezionate, che non sono cultura riconosciuta.

In un caso e nell'altro, c'è una folla di frammenti privi dell'idea dell'intero. Ad esempio di rado l'analisi della tv si estende al palinsesto, cioè alla catena culturale che ogni tv propone. Mentre per chi fa televisione questa valutazione è essenziale, decide il target e i linguaggi, le pubblicità e tutto. Un altro esempio è la poca considerazione dell'attendibilità del sito, quando si raccoglie una notizia in rete. Televisione e rete predominano nel discorso per la



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

loro diffusione, ma non sono l'intero mondo dei media (dal giornale – scritto e foto - alla rete, ivi compreso l'ormai sorpassato fax e il telefono) - ma le osservazioni sono generali.

I media sono buona parte dell'esperienza del mondo del cittadino del 2000. Si parla di immersione, di conoscenza tattile – anche se proprio il tatto sembrerebbe del tutto escluso – ma un esperimento fatto da De Kerkhove, collegando elettrodi a tutto il corpo e poi visionando programmi diversi, ha dimostrato che anche i piedi reagiscono alle immagini di violenza o di pace, affettive o drammatiche. L'immagine è un sapere che coinvolge totalmente, invita ad entrare nella figura e giudicare da sé quel che si vede – il quadro, lo schermo e anche la metafora poetica.

Delle cose viste in tv o in rete si parla nelle conversazioni quotidiane, per aggiornarsi sulla *vita alternativa* dei serials, sull'ultimo video di YouTube. E le conversazioni quotidiane ricostruiscono la cultura del senso comune, il legame condiviso dalla gran parte dei cittadini. Perciò i media sono entrati nell'elenco delle *agenzie sociali*, accanto alla famiglia, la scuola (oratori compresi), il mondo del lavoro. L'educazione dell'immaginario quindi non è solo la chiave per capire la tradizione vivente, ma anche l'interrelazione sociale. Questo dice l'importanza di formare il pensiero critico di tutti nei confronti dei testi televisivi, potenziando un atteggiamento normale.

Un esempio traggo dall'esperienza di OSCOM in relazione ai cartoni animati, il genere prediletto da tutti i ragazzi: nel '96, gli studenti universitari che giudicavano si stupirono della differenza dei cartoni animati attuali - Heidi, protagonista della loro infanzia, era incomparabile con l'impero commerciale dei Pokemon. Oggi, gli studenti che guardavano i Pokemon si stupiscono per i cartoni violenti proposti oggi ai piccoli. Una osservazione facilmente condivisibile per altri programmi.

Ma sarebbe sbagliato concludere, come tanta pedagogia fa: *insegnate a spegnere la TV*. È come raccomandare, visto che l'aria è inquinata, di non respirare. Il mondo dei media è la nostra realtà e la nostra vita. Bisogna invece imparare a scegliere, orientandosi nel mondo della formazione e dell'informazione, affrontando la velocità dei tempi, che rende inadatte ai nostri tempi le abitudini dei tempi che furono, che risalgono ad una ventina di anni fa.

Non è facile seguire questa velocità; le novità tecnologiche introdotte nelle scuole senza una didattica ben regolata, sono una sfida, che molti insegnanti accettano, sapendo che non si può ignorare l'ambiente di vita, e quindi la persona dell'allievo. Molte scuole perciò hanno



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

iniziato, sfruttando la libertà consentita dalla scuola dell'autonomia, a compensare la rigidità dei programmi scolastici e delle valutazioni individuali, con corsi extracurricolari, spesso di contenuto artistico e mediatico, che educano soprattutto la socializzazione e le diverse abilità, in modo coerente ai tempi ed alla cultura dei ragazzi. Così fanno fronte al *controambiente*¹ dei media; queste esperienze vanno però sviluppate in modo organico, nella consapevolezza che la formazione estetica è la formazione alla creatività, e che il suo specifico è nella coscienza del valore cognitivo dell'immagine. Un altro conoscere, da valutare nei suoi pregi e nei suoi difetti, da educare anche per le sue chiare relazioni col senso comune.

Perciò, è necessario precisare il quadro d'azione, per collegare queste attività in una formazione estetica, attenta alla percezione ed al gusto.

1. I media entrano nella cultura base di ogni cittadino, sono l'esperienza del mondo.

Dedicare attenzione ecologica alla formazione è capire che *l'ambiente di vita* consiste di circoli sovrapposti, che richiedono comportamenti diversi²; ognuno si definisce in una complessa interconnessione, che delimita il suo spazio di azione e di comprensione. La geografia del vivere quotidiano si capisce meglio se si articolano questi circoli in cui si svolge la vita, che sono prima di tutti *microsistemi* e *macrosistemi*, la vita personale e totale, il *mio* e lo sfondo, evidentemente diversi; ma poi la determinazione continua se si considerano i *mesosistemi*, vale a dire tutto quello che entra nel mondo personale perché è collegato all'ambiente dei conoscenti indiretti, e gli *esosistemi*, il mondo di cui si è conoscenza del tutto virtuale, i media e le celebrità in genere, casi lontanissimi ma influenti nello sviluppo dei singoli. Servendosi di questi binari e dell'evidente diversità dei comportamenti derivati, si può stendere una ecologia dello sviluppo, utile per la formazione. In essa, l'educazione deve avere una valenza termostatica, non seguire un modello fisso, ma rispondente alle variazioni dell'ambiente.

In tutti questi circoli del mondo delle relazioni, nella persona, sono presenti i media. Persino nel più piccolo dei microsistemi, notò la psicologa Serena Dinelli³ la TV entra:

¹ G. Minichiello, *Il doppio pensiero*, Morano, Napoli 1994, p. 19.

² U. Bronfenbrenner, *Ecologia dello sviluppo umano*, Il Mulino 1986 (1979), sulla scia di Lewin, suo maestro, e J. Piaget, *La costruzione del reale nel bambino*, La nuova Italia 1973 (1937).

³ S. Dinelli, *La macchina degli affetti*, Angeli 1999.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

portò l'esempio della buonanotte del bimbo con la mamma, un momento intimo quant'altri mai, esposto alla paura del buio e della solitudine.

Abbiamo davanti così un labirinto che fa disperare, come quello di Minosse. Ma il filo di Arianna c'è, ed è la cosiddetta *diade di Lewin* N+2, un ancoraggio netto tra due soggetti (l'esempio classico è la mamma e il bambino), che consente di gestire quante relazioni si vogliano, diadiche, triadiche, tetradiche..., senza perdere l'equilibrio. Corrodere quel *due*, che può essere anche istituzionale o culturale, significa smarrirsi.

Rispetto al problema posto dai media, che appunto moltiplica all'infinito i rapporti senza un centro di equilibrio, ciò significa che ci si può addentrare nell'infinito della rete e dell'informazione in frammenti quanto si vuole, se si costituisce un punto fermo, un nodo teorico che tiene in equilibrio il giudizio.

Perciò, la soluzione è ragionare dei media stabilendo i binari della riflessione, che tra l'altro sono chiari nella già ampia letteratura dedicata alla media-education. Perciò gli *School Lab* di OSCOM potenziano la conversazione, meglio se fra rappresentanti differenti per età, come i ragazzi, i docenti, le famiglie. Ciò discute l'esperienza diretta, e prepara pratiche di scrittura di testi multimediali, che non mirano a formare i futuri comunicatori di massa, ma solo persone in grado di leggere i testi dei media, socializzando i giudizi non solo tra i pari, spezzando l'acriticità della ricezione.

2. Acuire la percezione e determinare gli elementi.

Proprio l'attenzione a *scrivere* il testo multimediale è quel che porta ad aumentare la capacità percettiva nella considerazione dei testi - una tipica funzione della conoscenza estetica. Creare un disegno significa focalizzare un tema, un punto di vista, e scegliere il soggetto che meglio lo può dimostrare - ad esempio, disegnare la *Primavera* di Botticelli è costruire una cornice intorno ad alcuni personaggi: ma poi si deve fare attenzione al ritratto, alla luce, al colore, ai testi pittorici di riferimento, alle figure allegoriche, ai simboli, ai gesti e persino ad ogni fiore del prato - sempre approfondendo la tecnica. La percezione va analizzata in tutti i suoi particolari, in un procedere circolare di approfondimento.

La formazione estetica tiene presente che il cittadino esperto del suo ambiente è capace di servirsi delle sue risorse, oggi legge i media, nella loro cultura e sottocultura, perché sono parte della società. Nelle strade non si parla più solo di fatti personali, ma degli eventi dei



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

media, della loro *agenda setting* (la decisione degli argomenti di attualità compiuta dalle centrali dell'informazione). Non conoscerli, è camminare sulle strade dell'eremitaggio.

Se il fine dell'educazione si definisce nella formazione della mente in grado di ragionare da sola, di farsi un'opinione fondata, occorre distinguere nei prati della comunicazione i fiori e la costruzione dovuta all'architetto del giardino, notare quanto ci sia di bellezza e quanto di scopi commerciali e voluttuari. Questo deriva dalla discussione dei temi nel dettaglio, uscendo dalla conversazione tra pari che di solito è l'unica ad affrontare i temi proposti dalle agenzie sociali mediatiche. L'attenzione ai particolari si potenzia nel parlare insieme, superando l'autodidattismo ad una competenza della comunicazione percettiva.

Insegnare a leggere un telegiornale, capire cosa vuol dire conversazione audiovisiva, ragionare dell'ingerenza della cultura mediatica nella vita, insomma gli argomenti della scienza della comunicazione, vanno introdotti nella formazione ordinaria. In mancanza di un inserimento della materia nei programmi di studio, le strade percorribili sono quelle delle sperimentazioni extracurricolari, che la buona volontà dei docenti può far rientrare nei curricula, seguendo la logica dei laboratori consigliati dalla legislazione scolastica.

3. Educare il gusto nella pedagogia della bellezza.

Educare alla bellezza è educare alla connessione, oltre che all'approfondimento dei particolari della percezione. Il quadro è un insieme che consente di percorrere un discorso sulla base di quel circolo solido dell'attenzione che si diceva. Qualificare un'opera come *bella* è rispondere ad un'armonia conforme ad un ideale misurato e condivisibile: altrimenti, si dice *mi piace*.

In un quadro si apprezza quel tutto fatto di particolari, che è *un tutto, un'esperienza*, come dice Dewey, un evento umano come un fatto storico, che diventa un *topos*, un luogo geografico dell'analisi. L'approvazione del gusto è quella della comunità degli spettatori - lettori dell'opera, che accolgono quel punto di vista ritenendolo congruo e continuano la riflessione in modo proprio.

Il punto di vista scelto è insieme soggettivo ed oggettivo, è percettivo: Merleau Ponty in una pagina classica descriveva Cezanne, il pittore che fa da anello di congiunzione tra impressionisti e cubisti, che camminava *en plain air*, cercando nel percorso quel luogo dove appaiono quelle tali quadrature che sta cercando, ed è in quel punto che pone il suo cavalletto; è l'iter da tutti sperimentato quando si cerca l'inquadratura di una foto, il



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

sapiente mix tra qualcosa che cerco e qualcosa che trovo. Perciò l'opera d'arte comunica la bellezza che c'è se si sa dove guardare, l'artista ha il potere di avvertire quel che nell'immagine sfuggiva. Il segreto, è nella giusta connessione dei particolari; dove il difficile è dare la misura, chi la coglie è il grande artista.

Nel nostro mondo smisurato, è facile avere informazioni. Ma la professionalità e la cultura sono nell'orizzonte ben disegnato, nel sapersi orientare negli sconfinati archivi del sapere e trovare i binari che portano a punti di vista precisi.

L'esperienza è la sola guida dei navigatori, ma anche l'esperienza storica, che è tradizione e può essere formata; perché se se padroneggiare l'esperienza del mondo è difficile, ancor di più lo è padroneggiare l'*intelligenza collettiva*, per usare la felice espressione di Pierre Levy⁴ - la grande attenzione attuale alle logiche di *team*, è dovuta alla necessità in tante comunicazioni, dalla pedagogica alla popolare, di coniugare l'impegno individuale e la macroricerca finalizzata. La comunicazione pedagogica, la vera comunicazione, perché ascolta la risposta prima di procedere: ha il vantaggio della misura come cardine di ogni suo operare, una misura reale quanto possibile, che si affina in processi di docimologia e programmazione.

Perciò non deve sgomentare l'ampiezza e la difficoltà di entrare in questi campi infiniti della rete; il segreto della diade di Lewin illumina la strada: tenendo fermi punti di vista precisi, si cammina in avanti nell'ipertesto del sapere, seguendo le classiche vie della formazione estetica. Cioè, studiare i particolari dopo aver tracciato un quadro d'azione.

4. Il gioco come combinazione di elementi e messa in scena

La televisione ha creato un curriculum didattico già efficace entro il terzo anno di vita, epoca in cui il bambino sa leggere e scegliere i testi TV in modo personale. La necessità aguzza l'ingegno: i network liberi della radio, negli anni '30, capirono che per sopravvivere dovevano avviare una conversazione audiovisiva con gli utenti; per avere il sostegno della pubblicità, dovevano ascoltare e capire chi e perché si serviva del medium. Così si è creato un linguaggio di grande comprensibilità, capace di dare in pillole argomenti difficili, alternando impegno e divertimento (soprattutto la musica): insomma di rendere i propri programmi un uso quotidiano, perseguito senza nessun altro fine che l'uso stesso.

⁴ Non così muoversi in modo innovativo in questa nuova esperienza della rete, cfr. H. Jenkins, *Cultura convergente*, Apogeo, Milano 2007. P. Levy, *L'intelligenza collettiva*, Feltrinelli, Milano 1996.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

Questa è la prima caratteristica del gioco, interessare tanto da essere un fine in sé; la seconda, è la libertà dell'ingresso e dell'uscita - dice Bateson, tutto quello che fa di una cosa un gioco è la frase *Questo è un gioco* e tutto quello che pone fine all'esperienza è l'altra frase *Non gioco più*⁵. Non è essenziale il divertimento, il disimpegno, si pensi allo sport non professionistico - ci sono regole di ogni tipo, fisiche e convenzionali - e oltre tutto sono regole ineluttabili, se si diventa sleali e bari si esce dal gioco.

Tanta sapienza mostrata dagli esperti di comunicazione dei media, è il frutto del coinvolgimento libero dell'utente: questo non deve sfuggire, anche se poi il prevalere della logica commerciale (i media sono la più grande industria del mondo attuale) ha prodotto effetti perversi⁶. Servirsi dell'interesse nella didattica, smetterla coi mezzi coercitivi, fu quel che convinse Amos Comenio, riformatore sociale, ad occuparsi di scuola.

Il gioco predomina nei linguaggi e nei soggetti televisivi e in genere dei media tutti; soprattutto se si risale al vero concetto del gioco - chiaro in inglese, francese e tedesco, che chiamano il gioco *play, jeu, Spiele*, vale a dire lo stesso termine usato per il teatro, per la messa in scena. Tutto quel che abbiamo detto riferendoci al quadro, si attaglia ancora meglio se si pensa al palcoscenico, dove tante diverse visioni e professionalità convergono in una sola immagine, che trasmette un punto di vista, coinvolgendo lo spettatore in quel *doppio*, in quella fantasia di temi e di caratteri che convince tanto più quanto più parla di fatti irreali in cui ognuno riconosce se stesso, una parte della persona: e a volte si dimostra molto più capace di autocritica, di quanto non sia di fronte ad un discorso morale.

La didattica deve tornare a Montessori, che parlava di *gioco intelligente*, a Visalberghi, che parlava di *metodo ludiforme*, per costruire curricula di gioco che siano un ipertesto di apprendimento fatto di frammenti di puro gioco che all'esterno si collegano e costruiscono una didattica alternativa. Metodo che i testi multimediali possono potenziare all'estremo.

Con i media è cambiato il modo di conoscere, la civiltà di Gutenberg ha una capacità cognitiva fondata nella logica sequenziale, analitica, la presente invece segue la logica della

⁵ G. Bateson, *Questo è un gioco*, 1956, tr. it. Cortina, Milano 1996 (1956).

⁶ Già la *Convenzione internazionale dell'infanzia* ONU New York 20.11.89 condannava la violenza TV: -una storia già molto bene descritta da D. Romano, la cui bibliografia, arricchita, è in OSCOM *Violencemedi*. Per F. Cambi "ciò che va smascherato è la falsa necessità della violenza... (che crea) "una circolarità che produce legittimazione e dà luogo alla riproduzione" in *Oltre la rete di violenza. Tradizione culturale e società*, in F. Cambi S. Ulivieri, *Infanzia e violenza. Forme, terapia, interpretazioni*, la Nuova Italia, 1990. pp. 251, 255). Per un'azione didattica che mediti gli stili di vita prodotti dai media, forse la migliore definizione della violenza dei media, cfr. OSCOM *Patternsgame*. Questi cdrom sono prodotti della collana OSCOM in distribuzione gratuita.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

neo-oralità e dell'immagine – vale a dire un conoscere estetico ed analogico. Consolidare la formazione dell'immaginario è la via per affrontare questo cambiamento, che rende realmente più difficile adire con gusto ai contenuti classici della tradizione letteraria, filosofica, scientifica, per via dell'analfabetismo di ritorno sempre più frequente, nel mondo della velocità dove tanta parte occupa la cultura dei media.

Essere anche mediatori della tradizione, come è di tutti i docenti, significa anche assumersi la responsabilità di accesso a questi testi tradizionali ed alla lettura. La via dei media offre la possibilità di recuperare percorsi interessanti anche sulle discipline tradizionali, ridando forza alla parola dei classici – che gli antichi leggevano per *otium*.

Se si sa creare interesse alla cultura, si crea passione per il gioco più interessante che c'è, quello che dura tutta la vita, aprendo sempre strade nuove. Come il gioco dell'arte, che fornisce i binari utili a condensare una didattica.



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 eroismo⁷; spesso considerano l'importanza delle persone su elementi discutibili⁸: 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 tema⁹, 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*.

⁷ A. Pellai, *Teen television: gli adolescenti davanti e dentro lo schermo*, Franco Angeli 1999, p. 31.

⁸ A. Oliveiro Ferraris, *TV per un figlio*, Laterza, Bari 1997, p. 150.

⁹ *Riti di passaggio: il postmoderno e il Grande Fratello*, in "Storia antropologia e scienze del linguaggio" 2001, 3

clementinagily@libero.it www.unina.it www.oscom.unina.it



Formazione estetica – corso di formazione 2010-09- OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE

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

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,



Formazione estetica – corso di formazione 2010-09- OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE

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 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



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

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)¹⁰.

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 gruppi¹¹ 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 teaching¹², 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 futuro, una *console* per tutti i media, il *teleputer*¹³, nella sua definizione: ed è oramai nelle capacità

¹⁰ E. Menduni, *Il mondo della radio*, Il Mulino, Bologna, 2001, p.123.

¹¹ 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, p.145.

¹² 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.

¹³ G. Gilder, *La vita dopo la televisione*, Castelvecchi, Roma 1995.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

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, geste 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

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.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

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 **contrastetti 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



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

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 azione¹⁴, 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.

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: abituano *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

¹⁴ Cfr. B. Laurel, *Computers as theatre*, Routledge, London, 1993.



**Formazione estetica – corso di formazione 2010-09-
OSCOM UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE**

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.