

«QUELLO CHE VEDI È REALE, MA NON È VERO!»

LA MEDIA EDUCATION PER RIEDUCARE LO SGUARDO

«WHAT YOU SEE IS REAL, BUT IT IS NOT TRUE!»
MEDIA EDUCATION = RE-EDUCATING THE EYE

*Lorenzo Lattanzi, Istituto Comprensivo «Mestica» (Macerata),
mr.magister@inwind.it*

SOMMARIO

L'articolo illustra la parte teorica ed empirica di un progetto di media education realizzato presso la Scuola Primaria «Dolores Prato» di Macerata (IC «Mestica»). Un approccio inedito, condotto mediante attività che hanno consentito agli alunni di sperimentare i confini della conoscenza attraverso il limite della vista, in senso oggettivo (percezione) e soggettivo (prospettiva). Un limite che può essere valorizzato e trasformarsi in risorsa creativa e «magica» per la realizzazione di semplici artefatti video, attraverso la riscoperta dell'esperienza cinematografica pionieristica di Georges Méliès.

PAROLE CHIAVE

Media Education, sguardo, realtà, verità, Georges Méliès.

ABSTRACT

The article illustrates the theoretical and empirical part of a media education project carried out at the primary school «Dolores Prato» in Macerata (IC «Mestica»). An unprecedented approach developed through activities that have

enabled students to experience the boundaries of knowledge through the limit of sight, in objective (perception) and subjective (perspective) meaning. A limit that can be enhanced and transformed into a creative and 'magical' resource to make simple video artefacts, through the rediscovery of the pioneer cinema experience of Georges Méliès.

KEYWORDS

Media education, gaze, reality, truth, Georges Méliès.

Autore per corrispondenza

Lorenzo Lattanzi, Istituto Comprensivo «Mestica» (Macerata), mr.magister@inwind.it

LUOGO: Scuola primaria «Dolores Prato» - Istituto Comprensivo «Mestica» (Macerata)

UTENTI: 113 alunni dalla classe I alla classe V

DURATA: I quadrimestre (per gli alunni dalla I alla IV); intero anno scolastico per la classe V

MATERIALI: Computer, smartphone, fotocamera digitale, rete wireless, LIM, fotografie, audio e video reperibili online, software per editing audiovisivo (Windows Movie Maker, Open Shot)

PRODOTTO FINALE: Introduzione alla media education mediante esperienze di visione/produzione di semplici foto e video con «trucchi» ispirati ai film di Georges Méliès.

Link con estratto del video realizzato dalla classe V:

<https://youtu.be/6A1vHp5PC10> (Accesso 06.09.2018)

1 Esplorare la realtà come contesto «schermato»

«Madre e figlia al finestrino di un'automobile», la foto scattata da Steve McCurry nel 1984,¹ rappresenta efficacemente la sintesi del progetto di media education realizzato nell'a.s. 2017/18 nella Scuola Primaria «Dolores Prato» di Macerata (Istituto Comprensivo «Mestica»). Infatti il finestrino del taxi, attraverso cui il celebre fotografo immortalava madre e figlia in un campo profughi in India, rende perfettamente l'idea dei molteplici schermi da cui oggi ci si affaccia alla realtà. L'immagine offre un punto di vista preciso, ma è opacizzata, persino l'incrocio di sguardi viene filtrato, rischiando di lasciare spazio soltanto al freddo contatto superficiale. E così ogni display lascia intravedere la realtà, certamente la rappresenta efficacemente, ma al tempo stesso può costituire un filtro alla piena conoscenza e comprensione della verità nella sua complessità.

Grazie a questa metafora i bambini di tutte le classi della primaria sono stati accompagnati alla scoperta intuitiva dell'importanza e, al contempo, del limite della nostra vista. Il nostro sguardo, infatti, è spesso costretto a rincorrere il susseguirsi tumultuoso delle immagini sullo schermo, allora riflettere sulla differenza tra guardare, vedere, osservare e scrutare è di fondamentale importanza.

Il percorso formativo ha quindi presentato alcune illusioni ottiche, attinte anche dall'esperienza psicologica della Gestalt, con particolare attenzione alla differenza tra sensazione e percezione, attraverso la presentazione di numerose immagini reperibili in rete.

Tra i cinque sensi la vista è certamente quello più stimolato dai vari dispositivi medialti, eppure non sono molto frequenti percorsi didattici e progetti volti a promuovere la riflessione a livello metacognitivo sui limiti del nostro occhio. La possibilità di sperimentare i limiti della percezione visiva aiuta a mantenere atteggiamenti disincantati di stupore e di attenzione. Infatti l'occhio potrebbe vedere ciò che in realtà non c'è, oppure non notare ciò che è presente.

¹ <http://stevemccurry.com/galleries/flesh-and-blood> [Accesso 06.09.2018].

Mentre i bambini delle prime classi hanno potuto sperimentare la tecnica con cui sono nate le immagini in movimento del cinema e come si creano i cartoni animati, i più grandi sono stati accompagnati alla scoperta delle grandi potenzialità artistiche di foto e video che possono possedere diversi livelli di lettura semiotica e, al tempo stesso, illudere o ingannare lo spettatore. È infatti necessario alimentare un atteggiamento critico nei confronti dell'attuale contesto comunicativo, fatto di immagini seducenti e persuasive, non sempre ispirate a criteri etici, per lo più orientate a catturare l'attenzione e a colpire l'immaginazione per vendere prodotti o contenuti. Se la vista può essere ingannata, il semplice guardare e visualizzare senza riflettere non può bastare: occorre rieducare lo sguardo.

2 Le finalità del progetto: una questione di metodo

Finalità esplicite del progetto sono state le seguenti:

- comprendere la differenza tra *media education* e *educational technology*;
- percepire il digitale come opportunità di arricchimento dei linguaggi per la comprensione e l'interazione con l'ambiente;
- superare la fruizione mediale passiva;
- valorizzare i dispositivi medialità come «macchine autoriali».

Tali finalità hanno costituito al tempo stesso un metodo di lavoro inedito anche per quelle classi che avevano già potuto sperimentare l'utilizzo di tecnologie e piattaforme per l'apprendimento. Tutte le aule della scuola sono infatti dotate di LIM e gli alunni hanno familiarità con piattaforme e software di *educational technology*. Ma la dimestichezza con certi ambienti didattici digitali non assicura un approccio smalzato rispetto a certe sollecitazioni dei dispositivi digitali e dei contenuti medialità, spesso progettati appositamente per catturare l'attenzione con finalità meramente commerciali. Si è dunque ritenuto indispensabile accompagnare gli alunni alla riscoperta delle loro percezioni, esortandoli ad avere punti di vista diversi rispetto alla realtà, facendo loro comprendere che la stessa complessità della realtà non costituisce una complicazione, bensì un'opportunità per tutti. Per una conoscenza più approfondita c'è infatti bisogno di prospettive diverse, e il punto di vista di ognuno costituisce un prezioso tassello del mosaico di cui si compone la verità.

Per rappresentare l'idea della complessità della realtà e dell'attuale contesto comunicativo è stata utilizzata l'immagine disponibile al seguente URL: <https://ljwalsh123.files.wordpress.com/2014/03/perspective.jpg?w=600> [Accesso 06.09.2018].

Il web, infatti, offre inedite opportunità di confronto globale, ma se i fenomeni possono essere riconosciuti come verità oggettiva e osservabile da tutti, punti di vista diversi non ne limitano, ma ne ampliano e integrano la percezione. La comunicazione, allora, si fa vera condivisione realizzando la propria essenza etimologica². Inoltre la mera osservazione della realtà, sebbene integrata da diverse prospettive, non è sufficiente.

² Dal latino *communicare*, composto di *cum* (insieme) e *munis* (ufficio, incarico, dovere, funzione).

È indispensabile una profonda riflessione sulle implicazioni che i vari messaggi possono avere. Per questo bisogna saper mantenere un atteggiamento di umiltà, capace di riconoscere il vero in ciò che afferma l'altro, sia quando si riferisce alle luci, sia quando si concentra sulle ombre. Le stesse conseguenze o gli effetti apparentemente riconducibili a un determinato fenomeno potrebbero essere il frutto di un'osservazione poco attenta, superficiale o ingenua. Le percezioni da punti di vista diversi possono disvelare forme attinenti alla verità necessarie, quindi oggettivamente vere, e al tempo stesso parziali, non sufficienti a descrivere e analizzare interamente la complessità intrinseca del fenomeno. Non si tratta dunque semplicemente di esercitare un legittimo dubbio rispetto a ciò che i ragazzi vedono sullo schermo, ma di accompagnarli a una lettura meno superficiale, nella consapevolezza che ulteriori punti di vista possono aiutare a scoprire ciò che è meno evidente, ma al tempo stesso fondamentale, nella struttura narrativa di ogni artefatto mediale.

3 Riflettere sull'attuale contesto comunicativo

Internet sembra poter assicurare forme di conoscenza diffusa e partecipata a ogni latitudine del nostro pianeta, eppure l'accesso a qualsiasi tipo di informazione è tutt'altro che scontato. L'architettura della rete è infatti mutata radicalmente: da struttura tecnico-informatica a piazza virtuale, ambiente per la condivisione di informazioni, relazioni ed esperienze in cui chiunque può esprimersi. Fatti e opinioni però tendono a confondersi, le notizie talvolta sono approssimative, non sempre accurate e veritiere, spesso inventate a tavolino da buontemponi e da chi cerca di guadagnare con la diffusione di informazioni allarmiste o scioccanti.

Oltre al digital divide, che taglia fuori intere fette della popolazione dall'utilizzo del web, e ai limiti e ai controlli attualmente imposti da alcuni governi autoritari, è la configurazione stessa della rete che rischia di ridurre la ricchezza dei contenuti a nostra disposizione. Attraverso software sempre più accurati si realizzano attività di *profiling* che, memorizzando abitudini di navigazione, sono in grado di personalizzare servizi, contenuti e inserzioni pubblicitarie (Carr, 2010). Col Web 3.0 nasce la cosiddetta «Internet of Things» e ci si trova di fronte a un graduale e inarrestabile processo di «algoritmizzazione» dell'utente, costantemente immerso in un flusso informativo in cui si confondono i confini tra virtuale e reale, tra persona e dispositivo, in una condizione che il semiologo Eugeni (2015) definisce efficacemente *postmediale* in cui

non è più possibile oggi stabilire con chiarezza cosa è «mediale» e cosa non lo è, né si può definire quando entriamo in una situazione mediale e quando ne usciamo: siamo piuttosto immersi in sistemi e ambienti di relazioni e di scambi, pronti a usare le differenti risorse che tali ambienti ci mettono a disposizione rispetto agli obiettivi che ci vengono proposti e che ci proponiamo, e ad assumere ruoli e posizioni corrispondenti a quanto implicato dall'uso di tali risorse. I media sono ovunque. Noi stessi siamo i media (pp. 413-416).

Tutte le agenzie formative, in primo luogo la scuola, si trovano di fronte a una sfida educativa epocale: affrontare le seduzioni mediali personalizzate superando la navigazione orizzontale istintiva, veloce, superficiale e «a portata di vista», per insegnare a riscoprire il gusto della profondità, della ricerca verticale consapevole, necessariamente lenta in quanto riflessiva.

4 Media education per educare alla libertà con senso critico e responsabilità

Risulta chiaro che il tema fondamentale dei prossimi anni, a livello educativo e soprattutto mediaeducativo, sarà quello dell'esercizio della libertà nella rete e, in un certo senso, dalla rete. Occorre perciò individuare strategie formative capaci di ridefinire il concetto di competenza anche come capacità di guardare oltre il proprio orizzonte culturale e valoriale di riferimento, che invece gli algoritmi tendono a riproporre all'infinito in una sorta di valle dell'eco del nostro ego (Lattanzi, 2015, 2017). Secondo Eli Pariser (2011) l'attuale esperienza web-mediata rischia infatti di essere limitata, circoscritta a una «bolla filtrata» di contenuti generati continuamente dal *web-ranking* in cui ognuno, inconsapevolmente, resta ammaliato dal proprio riflesso autoreferenziale: con divisione narcisistica anziché nella condivisione.

La domanda di fondo, che non può assolutamente essere elusa, è la seguente: è opportuno ragionare di media education solo su ciò che cattura la nostra attenzione a livello mediatico, oppure è necessario attivare percorsi di metacognizione dei processi che regolano l'attenzione e la concentrazione in maniera da imparare progressivamente a dirigerli dove è più importante e necessario? La risposta è paradossalmente suggerita da uno spot della TIM prontamente ritirato dal mercato, ma ancora presente su Youtube,³ in cui a un certo punto viene pronunciata l'inquietante frase «Le nuove tecnologie ci stanno dando la libertà di non dover scegliere. Non è fantastico?». Se gli algoritmi ci danno la «libertà di non dover scegliere», allora è davvero urgente imparare ad andare oltre l'orizzonte di contenuti offerti dalle piattaforme web. Queste ultime, infatti, profilano i nostri consumi mediali, restituendoci soltanto ciò che i programmatori pensano possa appagare il nostro appetito di conoscenza. Occorre invece essere aperti, educarsi e educare a mantenere curiosità e interesse anche nei confronti di punti di vista diametralmente opposti al nostro, capaci di restituirci ulteriori prospettive di una verità complessa percepita da tutti, ma che nessuno può e deve avere la pretesa di possedere interamente (Ceretti & Padula, 2016).

5 Rieducare lo sguardo per uno stupore consapevole

Proprio come quando ci si trova di fronte allo spettacolo di un prestigiatore, è importante che sin da bambini non si perda la consapevolezza che il trucco c'è,

³ Link al video spot della Tim: <https://youtu.be/15arJ9pczto> [Accesso 06.09.2018].

anche quando non si vede. Allora l'emozionarsi e il lasciarsi coinvolgere dalle immagini devono poter lasciare spazio anche a domande fondamentali quali: c'è un inganno in ciò che vedo? Se c'è, dove si cela? Ipotizzare che possa esservi un trucco non elimina la «magia», non toglie emozione, ma fa maturare e accrescere il senso critico, perché promuove un atteggiamento consapevole e disincantato nei confronti dei media. Si tratta di comprendere a livello metacognitivo che è possibile un diverso stile di presenza online, capace di andare oltre i vari regolamenti nell'uso dei differenti dispositivi mediali. Di conseguenza sperimentare il limite delle percezioni pone le premesse per comprendere come il continuo bombardamento di informazioni comporti convinzioni di conoscenza e di libertà per lo più illusorie.

Un'esperienza utile a far comprendere il limite narrativo dello schermo rispetto alla realtà, anche per gli alunni più piccoli della scuola primaria, è stata realizzata fingendo di non accorgersi di avere lasciato accesa la webcam e facendo vedere ai bambini la loro immagine proiettata alla LIM registrando le loro azioni. È stato del tutto istintivo per i piccoli, mentre si vedevano sullo schermo, comportarsi in maniera vistosa e riconoscibile. Dopo alcuni secondi di registrazione, lo stesso video è stato riproposto alla classe evidenziando i comportamenti più stravaganti e chiedendo a ognuno di formulare ipotesi riguardo alle motivazioni che potevano avere indotto certi comportamenti. La conclusione condivisa è stata la seguente: nel momento in cui ci si accorge di essere ripresi, difficilmente ci si comporta normalmente, di conseguenza quello che si vede sullo schermo è reale, ma non è detto che sia sempre spontaneo. Lo stesso ragionamento quindi è stato analogamente esteso a tutte le situazioni in cui si è consapevoli di essere ripresi. Attori, *youtuber* o protagonisti di reality show possono avere comportamenti che sembrano sinceri, ma che invece sono indotti da esigenze di copione, di audience, di semplice visibilità o commerciali.

6 Organizzazione e verifica

L'intera attività è stata realizzata dal sottoscritto nel primo quadrimestre, protrandosi nel secondo quadrimestre solo per la classe di propria titolarità (quinta). Sono state dedicate due ore alla settimana in compresenza con le insegnanti di classe, per un incontro mensile che ha interessato gli alunni dalla prima alla quarta. Ogni classe, eccetto la prima, ha realizzato un video finale, ripreso e montato dal sottoscritto; il coinvolgimento del gruppo alla «scrittura» della sceneggiatura è stato direttamente proporzionale all'età degli alunni. Mentre nella classe prima i bambini sono stati accompagnati alla scoperta dei principali trucchi cinematografici, in seconda ogni bambino ha potuto scegliere una delle «magie» proposte, in terza gli alunni hanno arricchito con loro contributi personali le scene suggerite dall'insegnante, in quarta hanno partecipato alla fase ideativa e progettuale del video, in quinta ogni alunno ha progettato una propria sceneggiatura originale, illustrandola alla classe che ha proposto eventuali modifiche e integrazioni con suggerimenti alla regia e al montaggio delle diverse scene.

La verifica degli apprendimenti è avvenuta attraverso conversazioni guidate e, nelle classi maggiori, con la realizzazione di testi argomentativo-descrittivi dell'attività svolta, dai quali spesso, come disciplina preferita dagli alunni, è emersa proprio la media education.

7 «Quello che vedi è reale ma non è vero! Ripensando a Georges Méliès». Un video per sperimentare i media come macchine autorali

Il progetto si è quindi concluso con la presentazione di numerosi filmati e alcune note biografiche riguardanti l'illusionista Georges Méliès, riconosciuto insieme ai fratelli Lumière come uno dei padri del cinema, inventore della regia cinematografica (Cherchi Usai, 2008). Le sue tecniche di ripresa e di montaggio hanno dato il via all'utilizzo degli effetti speciali nel cinema che ancora oggi sono in grado di sorprendere bambini e adulti. Grazie all'utilizzo della fotocamera del cellulare e con semplici strumenti per il montaggio (windows movie maker e open shot) tutti gli alunni coinvolti nel progetto sono stati guidati all'ideazione, progettazione e realizzazione di semplici «magie» – ispirate a Méliès – che, montate insieme, hanno portato alla realizzazione di un cortometraggio che è stato intitolato *Quello che vedi è reale ma non è vero! Ripensando a Georges Méliès*.⁴

In conclusione, l'attuale contesto comunicativo è molto complesso e non ha tanto necessità di riduzioni o semplificazioni, quanto piuttosto della capacità di riuscire ad acquisire le informazioni da angoli prospettici diversi; poiché nessuno possiede la verità, ma ognuno può provare a perseguirla e descriverla dal proprio punto di vista. Soltanto mantenendo la capacità di confronto e di dialogo che la rete stessa sin dai suoi albori prometteva di garantire, ci si potrà avvicinare sempre più alla verità, approdando a quelle che Derrick De Kerckhove (2001) descrive come «intelligenza connettiva». Nell'era delle fake news e della post-verità abituare sin da bambini a non confondere la realtà percepita con la verità ritengo sia un passo nella giusta direzione per una media education incisiva ed efficace.

Bibliografia

- Carr, N. (2010). *The shallows. What the Internet is doing to our brains*. New York: W.W. Norton & Company.
- Ceretti, F., & Padula, M. (2016). *Umanità Mediale. Teoria sociale e prospettive educative*. Pisa: ETS.

⁴ Link con estratto del video realizzato dalla classe V: <https://youtu.be/6A1vHp5PC10> [Accesso 06.09.2018]. Sono stati inseriti soltanto gli alunni i cui genitori hanno esplicitamente autorizzato la pubblicazione online delle immagini.

- Cherchi Usai, P. (2008). *Georges Méliès*. Milano: Il Castoro (2^a edizione).
- De Kerckhove, D. (2001). *L'architettura dell'intelligenza*. Torino: Testo e Immagine.
- Eugeni, R. (2015). *La condizione Postmediale: media, linguaggi e narrazioni*. Brescia: La Scuola.
- Lattanzi, L. (2015). La comunicazione digitale tra etica ed estetica. *In-formazione. Studi e ricerche su giovani, media e formazione*, (X)13, 41-45.
- Lattanzi, L. (2017). Oltre il conformismo digitale. In P. Limone & S. Parmigiani (a cura di), *Modelli pedagogici e pratiche didattiche per la formazione iniziale e in servizio degli insegnanti* (pp. 396-405). Bari: Progedit.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. New York: Penguin Press HC.

Filmografia

- Scorzese, M. (regia di) (2011), *Hugo Cabret*, USA.