

MED Emilia Romagna
Workshop "MEDIA E BELLEZZA"
Venerdì 2 Dicembre 2011

1° GRUPPO: EDUCARE ALLA BELLEZZA I BAMBINI

BRAINSTORMING

La bellezza:

- per sviluppare un progetto è importante partire dai modelli proposti dai media
- domandiamoci che cos'è il bello per i bambini
- prima di tutto è necessario recuperare l'educazione estetica, del sentire e del vedere
- quali esperienze estetiche possono condurre i bambini alla dimensione del bello?
- quali sono i modelli iconografici presenti nelle scuole? Quali colori?
- partiamo dalla dimensione iconografica scelta a priori dagli adulti, spesso con stereotipi visivi
- bisogna che la dimensione del bello venga collegata all'esperienza estetica del bambino
- il ruolo dell'adulto pesa nel guidare le scelte estetiche del bambino
- Il concetto di bellezza può racchiudere altri significati

Da dove iniziare?

- rompere gli schemi con delle esperienze estetiche
- mappare le esperienze dei bambini: che giochi hai? che libri hai? quali racconti, giocattoli, videogiochi?
- confrontare le immagini, così come vengono rappresentate in più contesti (es: albero, principe, principessa, etc...) tramite la televisione, il libro, il quadro, etc...
- fare interagire più media, magari declinando un soggetto su più media (es. come viene descritta l'immagine della principessa?)
- Possibile obiettivo:
- ampliare le esperienze estetiche del bambino

Possibile conclusione:

Siamo partiti dall'analisi di che cosa i media ci fanno vedere (quindi il concetto oggettivo di bellezza) e siamo arrivati alla conclusione che sia prima di tutto necessario far fare ai bambini un'esperienza estetica del bello. La scuola, in questo senso, ha un ruolo educativo primario.

2° GRUPPO: EDUCARE ALLA BELLEZZA ADOLESCENTI E ADULTI

BRAINSTORMING

Il media veicolano una loro idea di bellezza e sicuramente incidono sugli adolescenti ma anche su tutti noi, è un tema che ci coinvolge nel profondo. Il video visto nell'introduzione ha richiamato l'attenzione sugli stereotipi della bellezza nei media, sui bambini adultizzati che devono compiacere i genitori, sullo sfruttamento dell'immagine femminile in particolare ecc

Ecco alcune parole chiave emerse durante il confronto:

- **FARE ESPERIENZA:** per un adolescente il bello è spesso associato ad una esperienza piacevole, divertente. Occorre fare proposte dove il bello è una esperienza vissuta. Anche lavorare in ambienti esteticamente curati rappresenta per i ragazzi che provengono da situazioni di disagio una educazione alla bellezza.

- **SMONTARE:** una delle urgenze riguarda la capacità dei giovani di conoscere come è fatto il messaggio mediale anche dal punto di vista tecnico, come si costruisce un videogioco, un articolo di giornale, uno spot, qual è la differenza estetica. Smontare il messaggio per capire cosa ci sta dietro a chi è rivolto, come viene distribuito. Tutte queste conoscenze permettono di saper dare un giudizio anche estetico in modo più competente.

- **I CINQUE SENSI:** quando si affronta questo tema è importante ricordarsi che coinvolge tutti e cinque i sensi quindi un percorso di ME può analizzare non solo messaggi televisivi, ma anche musicali, teatrali, ecc

- **LA QUALITÀ:** abbiamo citato questo termine in due contesti differenti. Il primo riferito all'opportunità di qualità che i media rappresentano ad esempio per i disabili che con l'aiuto di questi strumenti sentono di poter accedere a livelli "standard" (normali?) di qualità. Per qualcuno è già un successo poter scrivere in modo leggibile! Il secondo riguarda una riflessione sul livello di qualità dei messaggi medial, video in particolare, che negli ultimi anni si è alzato di molto. I messaggi massmediali fortunatamente hanno migliorato la loro qualità quindi anche i nostri ragazzi non si accontentano più, sono molto critici verso le loro stesse realizzazioni. Qui la nostra convinzione che il percorso valga più del prodotto finale entra in crisi. Inoltre il media educator dispone di risorse economiche limitate quindi ci si deve porre degli obiettivi realistici che permettano di mantenere un minimo di "bellezza". Abbiamo anche sottolineato l'importanza della valorizzazione del fallimento e del fatto che la bellezza è un percorso che costa fatica e lavoro.

- **ARGOMENTARE:** che idea di bellezza hanno oggi i nostri ragazzi? Quando un adolescente dice: "questo è bello!" riferito ad esempio ad un videogioco anche violento, cosa vuol dire, quale significato ha per lui questa parola? Costa molto/poco è una delle categorie di bellezza di adulti, e ragazzi. È importante che i giovani riflettano su ciò che rappresenta per loro la bellezza anche nei media. Gli educatori devono parlare di bellezza, devono porre queste domande anche esplicitamente evitando di appiattire il concetto ed evitando l'omologazione a favore dell'originalità. La fase di analisi è molto importante per rendere più consapevoli e quindi più liberi.

COME LAVORARE CON ADOLESCENTI E ADULTI?

- Proporre esperienze/prodotti/messaggi diversi da quelli che solitamente vengono fruiti, questo deve avvenire in modo graduale. A partire da ciò che è per loro familiare si passa man mano a messaggi originali, essenziali (es il bianco e nero) o di rottura.
 - Partendo dalla visione di alcuni spot pubblicitari proporre una riflessione/argomentazione. Attraverso il confronto guidato far emergere i messaggi sottesi e i diversi condizionamenti cui siamo sottoposti.
 - Fare attività che aiutino a capire il “come è fatto” dei media che utilizziamo.
 - Utilizzare l’ironia come arma per smontare i modelli proposti ad esempio ridicolizzando certe immagini, o cambiando i testi degli slogan pubblicitari.
- “ Il media educator deve essere maestro di bellezza”- Con la parola “bellezza” noi indichiamo la dimensione estetica cioè un campo dell’educazione in cui si costruiscono le visioni del mondo per questo è importante fare proposte che escano dall’omologazione e ci consentano di conservare e sviluppare l’esperienza personale del bello.
- Nella relazione adulti e bambini, genitori/figli succede spesso che i primi tendano a cercare conferma delle proprie categorie, così un figlio che si fa il piercing o un tatuaggio esprimendo una propria scelta estetica a volte provocatoria viene contestato o giudicato perché questa scelta non rientra nelle categorie di adulti/genitori. Come adulti dobbiamo essere in grado di mettere in crisi queste nostre categorie per lasciare spazio all’idea che ne esistono anche altre.
 - Negli interventi educativi può essere utile usare l’idea di rottura delle categorie “normali”, come fanno spesso i bambini con noi quando ci provocano proponendoci cose disgustose e divertendosi a guardare le nostre espressioni inorridite. Nel rapporto con i giovani non ci viene chiesto di rinnegare le nostre categorie (l’educatore che scimmiotta i ragazzi è patetico!) ma di saperle mettere tra parentesi e mostrarci disponibili e aperti a conoscerne di nuove per pretendere poi lo stesso da loro e aprire così nuove finestre sul bello. Non dobbiamo cadere nella tentazione di catechizzare sulla bellezza, questo sarebbe controproducente, ma dobbiamo aprire nuovi canali di esperienza.