Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana
Dipartimento formazione e apprendimento

SUPSI

SELFIE AWARENESS

Belli, simpatici, visibili. Davvero? La nostra immagine in rete, dai *selfie* al ritratto. Atelier di creatività con i media digitali

Di Luca Botturi e Marco Geronimi Stoll

tecnologie e media in educazione
07

gennaio
19

SELFIE AWARENESS

Belli, simpatici, visibili. Davvero? La nostra immagine in rete, dai *selfie* al ritratto. Atelier di creatività con i media digitali

Di Luca Botturi e Marco Geronimi Stoll

Selfie Awareness
Di Luca Botturi e Marco Geronimi Stoll

L'idea originale di *Selfie Awareness* è stata sviluppata
da Luca Botturi, Giulia Cilla e Marco Geronimi Stoll nell'estate 2016,
a partire dal lavoro di tesi master di Giulia Cilla.
Il percorso è stato quindi ulteriormente elaborato durante
due edizioni di One-frame Movie.

Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana, SUPSI
Dipartimento formazione e apprendimento, Locarno
www.supsi.ch/dfa

Grafica:
Jessica Gallarate
Servizio comunicazione
Dipartimento formazione e apprendimento - SUPSI

Locarno, gennaio 2019

Quaderni didattici del Dipartimento formazione e apprendimento
ISBN 978-88-85585-27-0

Selfie Awareness
Di Luca Botturi e Marco Geronimi Stoll
è distribuito con Licenza Creative Commons
Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

Sommario

In una pagina 7

Che bello! 9

Traguardi di apprendimento 13

Prima di cominciare 17

Attività 19

1. Condivisione di senso / LA SFIDA 20
Attività 1.1 - Ti piaci? 20
Attività 1.2 - Attori 21

2. Allenamento / BELLEZZE STANDARD 22
Attività 2.1 - La bellezza nella storia 22
Attività 2.2 - Bellezze preconfezionate 23
Attività 2.3 - Noi vitruviani 24

3. Allenamento / FARE UN RITRATTO 25
Attività 3.1 - Confrontarsi con i grandi: Roman Opalka 25
Attività 3.2 - Ritratti reciproci 26
Attività 3.3 - Bellezza in mostra: Mimmo Rotella 27
Attività 3.4 - Il poster di noi 28

4. Allenamento / RITRATTI DI STRADA 29
Attività 4.1 - La grammatica del ritratto 29
Attività 4.2 - Ritratti di strada 30

5. Realizzazione / I CAPOLAVORI 31
Attività 5.1 - Formare le coppie e lanciare la sfida 31
Attività 5.2 - Progettazione 32
Attività 5.3 - Scatto 33
Attività 5.4 - Selezione e fotoritocco (opzionale) 34

6. Realizzazione-Riflessione / L'ESPOSIZIONE 36
Attività 6.1 - Dove si espongono i ritratti? 36
Attività 6.2 - Progettazione 37
Attività 6.3 - Realizzazione 38

7. Riflessione / RIFLESSIONE 39

Valutazione 41

Risorse 42

No
HDR
VIDEO
FOTO
1:1

In una pagina

Selfie Awareness è un itinerario di educazione all'immagine e alle tecnologie.

Mette a tema la rappresentazione delle persone – di noi stessi e degli altri – attraverso il ritratto fotografico; interroga di conseguenza la nostra idea di bellezza e di desiderabilità, in riferimento a pratiche come i selfie e la pubblicazione di immagini in rete. È un'opportunità di sviluppo della consapevolezza e dell'attenzione nell'uso del nostro dato sensibile più esposto: il nostro volto e come appariamo.

Età di riferimento

Secondo e terzo ciclo HarmoS (10-14 anni). I risultati migliori si ottengono con i partecipanti più grandi (12-14 anni), e il percorso è facilmente estendibile anche nella fascia d'età superiore (15-16 anni).

Durata

Da un minimo di 15 ore a un massimo di 40 ore.

Competenze attivate

- Educazione visiva, educazione all'immagine.
- Consapevolezza nell'uso dei media, in particolare in relazione al rispetto delle persone.
- Competenze tecniche nell'uso di strumenti digitali.
- Competenze trasversali per pensiero critico, pensiero creativo e comunicazione.

La sfida

Le attività di Selfie Awareness si animano a partire da una sfida "intrigante": fare di ognuno un ritratto che racconti non come appare, ma come è.

Focus

Selfie Awareness lavora sulla decostruzione del concetto di "bello/a" in relazione alle persone, e quindi sulla capacità di usare l'immagine per raccontare gli altri e se stessi in maniera non banale.

UPDATE

Che bello!

Se non sono visto, è come se non esistessi: è scritto nelle prime pagine di tutti i manuali di psicologia. Vale per il bambino piccolo coi genitori, per il ragazzino in classe, per il partner in una coppia, per l'individuo in una comunità... E in questo nuovo pianeta abitato dai telefonini? I social, più che per vedere, servono ad essere visti.

Che bello, siamo tutti brutti

Sono milioni le immagini di bellezza stereotipata da cui siamo sommersi ogni giorno: pancia snella, curve perfette, pelle liscia, muscoli scattanti, capelli lucidi e fluenti... ed è fatale fare il confronto con la faccia che vediamo ogni mattina davanti allo specchio.
Quella non la possiamo photoshoppare, e menomale.
Dovremmo fare come Anna Magnani quando disse al suo truccatore: *"Lasciami tutte le rughe, non me ne togliere nemmeno una. Ci ho messo una vita a farmele venire".*
Invece quella stempiatura sale, quella tetta scende, quel secondo mento cresce... aumenta quello scarto tra l'immagine *comme il faut* e la nostra storia reale, il nostro orgoglio.
C'entra l'età, che guardacaso è sempre quella sbagliata: per chi vuole crescere in fretta verso l'adultità e per chi rimpiange la gioventù. È orgoglio rubato: la bella cinquantenne e l'ex trentenne invecchiata di vent'anni non sono la stessa identica persona, anche perché la bruttezza spesso è una previsione che si autoavvera: la persona che si sente brutta, comincia a muoversi, a cibarsi, ad abitare il corpo in modo sempre meno elegante, armonico, attraente.
E allora attenti, cari adulti: i bambini ci stanno guardando, stiamo facendo loro da esempio di orgoglio, autostima, fiducia di piacere, voglia di essere visti, capacità di ribellarsi ai canoni o quantomeno di de-costruirli.
A loro interessa poco del sex appeal, dello sfarzo lussuoso, del fisico palestrato, interessa come abiti il tuo corpo, come gesticoli espressivamente, quanta gioia, affetto, empatia esprimi da condividere.
Questo succede anche a noi adulti, fino al paradosso estremo; scusate l'argomento e parliamo dei film pornografici: un serio studio del 2007[1] ha monitorato con le tecniche di eye tracking qual è la parte anatomica del corpo delle attrici che gli spettatori maschi guardavano di più: indovinate? Certo, sono gli occhi! Perfino in quel contesto, figuratevi in tutti gli altri.

Che brutto: siamo tutti belli, ma di plastica

È uno dei danni più pesanti della pubblicità: ci programma in modo sistematico, metodico ed ostinato a non piacerci. Ne siamo tutti plagiati, che lo si voglia o no, adulti e bambini. Non è una *boutade*, chi scrive ha lunga esperienza nei meccanismi manipolatori dell'advertising e nella sua legge principale: chi è soddisfatto non compra.
Sentirsi belli, sembra banale dirlo, significa essere più benevolenti con se stessi, sentire che si è più apprezzati e desiderabili. Insomma, sentire di valere. E poi c'è quel pregiudizio antico quanto l'uomo: ciò che bello è buono. Non è vero: il bello artificiale, costruito a tavolino, può essere pessimo per la nostra autostima.
Nel corso di Selfie Awareness mostriamo dei video che "smagano" la costruzione digitale della bellezza che vediamo nei rotocalchi, nelle affissioni stradali, in TV e su internet: la modella in carne ed ossa è solo un semilavorato, un ingrediente di base, la parte fondamentale del "prodotto", il suo valore, lo si genera in post-produzione.
Nei corsi di comunicazione con gli adulti, spesso comincio con due rose rosse identiche, una vera e una di plastica. Chiedo: volendo corteggiare una donna, quale dovrei regalarle? Posso enumerare i vantaggi di quella di plastica, che non appassisce, non punge, metafora di un'amore imputrescibile e immortale... eppure non funziona, perché? se ne parla un po' e si arriva all'ovvio, che ovvio non è: se regalo una rosa di plastica, io sono un uomo di plastica.
E quando regaliamo un sorriso?

[1] Rupp, H. A., & Wallen, K. (2007). Sex differences in viewing sexual stimuli: An eye-tracking study in men and women. *Hormones and Behavior, 51*, 524-533. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17362952

Siamo vivi, quindi siamo belli

Mai nessuna generazione come questa si è vista in un numero così enorme di foto. Abbiamo ormai sempre una macchina fotografica in tasca, basta un click o cento click, e senza nemmeno pensarci possiamo mostrarci e mostrare gli altri a tutto il nostro *entourage* digitale.
Però se guardate le nostre di noi adulti, vedrete che quasi sempre indossiamo il nostro *facebook smile*: quel sorrisino pseudo-carino, incollato alla faccia e sempre uguale, come se ci facessimo mille volte la stessa unica istantanea.
Partiamo dunque con un assunto: *in quanto viventi siamo belli di default*, e questo sembra contro-deduttivo, ma lo dobbiamo dichiarare e ripetere e ripetere ancora, quasi ideologicamente in questa nostra società così centrata sull'apparenza. Specialmente se lavoriamo coi cuccioli d'uomo che si stanno facendo un'idea di se stessi: sul rapporto col proprio corpo, sull'accettazione, sul cibo, sulla sessualità, sul diventare adulti. Perché questa è anche la società dell'overdose di informazione: tanto più ci somigliamo tra noi, perseguendo tutti gli stessi canoni di bellezza, quanto più ci confondiamo nella nebbia dell'indistinto. Infatti se andiamo a vedere a fondo la questione dell'essere visibili e riconoscibili, allora ci accorgiamo che sono proprio le imperfezioni, le singolarità, le dissonanze che ci rendono singolari e speciali.
Anche un tramonto, un fiore, un paesaggio può contenere la bellezza, perfino un'equazione. Qui però stiamo parlando di fotografare e in particolare di fotografie di noi stessi. È facile dire "questa rosa è bella", è meno facile guardarsi allo specchio con lo stesso slancio.

Che differenza, dal ritratto di una volta! E che differenza anche dalle foto di pochi decenni fa, quando occorrevano pellicola, sviluppo, carta, e anche una certa maestria per fare lo scatto: l'oggetto-fotografia era qualcosa di prezioso, significativo. Conservavi nel portafoglio la foto della persona amata per sentirla vicina. Infatti si usava la parola *immortalare*, come se la fotografia portasse fuori dal tempo e quindi fosse addirittura più forte della morte.

La parte dell'occhio

Una delle questioni problematiche è che usiamo solo il canale visivo, dei cinque sensi (che poi sono ben più di cinque) e che in natura contribuirebbero insieme a darci pienamente il piacere estetico, che per natura è olistico. Infatti in altri percorsi di One-frame movie (in particolare *Sound Score* e *Music Clip*), cerchiamo di dare importanza anche al senso uditivo, che è più sincronico, globale, profondo e immersivo. In Selfie Awareness la sfida è solo visiva, una foto è il contrario di un suono: è davanti e non intorno, mostra solo la superficie, è più facile simulare le emozioni, inchioda il fluire eterno del tempo in una frazione di secondo. Fare un ritratto è un'operazione profondamente empatica. Servono tecniche (luci, inquadratura, sfondo, ecc.) e serve tempo. Serve un po' di imbarazzo, serve fiducia tra fotografo e modello, serve qualche grammo di coraggio.
Soprattutto serve accorgersi di questo flusso di emozioni intime e dense, appena percettibili: quando te ne sei accorto e ne diventi cosciente, cambiano moltissime cose, nel rapporto tra te e le tue foto. Capisci subito perché occorre togliersi dalla ghigna il sorrisetto-Facebook e tornare alla faccia vera. Occorre sciogliere quei settantadue muscoletti diversi, quasi tutti poco controllabili coscientemente, che l'evoluzione ha dato al volto di questo primate spelacchiato per fargli comunicare gli stati d'animo nella vita sociale ben prima che imparasse a sviluppare la parola. Occorre fermarsi e usare quell'istante per ritrovare almeno in parte se stessi.
In quel volto, poi, ci sono gli occhi. Nelle filosofie orientali, l'occhio sinistro è yang, emette luce, esprime qualcosa di interiore che esce; quello destro, Yin, riceve e interiorizza i riflessi del mondo. Se io ti guardo, ci scambiamo reciprocamente lo sguardo ricettivo e quello espressivo: il mio output va al tuo input e viceversa, l'area sinistra della mia corteccia cerebrale interagisce con la tua destra e viceversa.
Succede anche in una foto? Dipende. Dipende da come sta la relazione in quell'esatto centesimo di secondo tra fotografante e fotografato.
È importante e bello riscoprire l'emozione di ritrarsi, reciproca tra chi scatta dietro l'obiettivo e chi è davanti a farsi immortalare. Perché fare una fotografia in realtà non è un gesto triviale, che si riduce a un click. È un'educazione dello sguardo.

Effraction. Trahison.

Traguardi di apprendimento

Traguardo di apprendimento focus Tecnologie e media

- Capire i media e i loro contenuti, in particolare:
  - avvicinarsi al linguaggio fotografico e cinematografico;
  - saper leggere in modo critico le intenzioni dei principali messaggi mediali, e identificare gli stereotipi legati alla rappresentazione del corpo umano.
- Comunicare e collaborare tramite i media, in particolare in riferimento alla rappresentazione di sé e degli altri.

Indicatori di raggiungimento del traguardo

- I partecipanti sono un grado di elaborare il messaggio da trasmettere tramite un ritratto, considerando in maniera critica gli stereotipi che i media proiettano sull'immagine maschile e femminile e rispettando il sentimento e la personalità del soggetto ripreso.
- I partecipanti sono in grado di progettare uno scatto che usi in maniera efficace gli elementi formali (luce, posa, inquadratura, ecc.) per raggiungere l'obiettivo comunicativo.

Traguardi di apprendimento correlati Tecnologie e media

- Produrre media e contenuti mediali, in particolare:
  - saper ponderare i possibili effetti dei propri contenuti mediali, soprattutto in relazione agli altri;
  - saper sperimentare le varie opportunità che offrono i media e saper discutere dell'esperienza vissuta;
  - conoscere le condizioni quadro giuridiche e di comportamento in relazione alla rappresentazione di sé e degli altri in rete.
- Produzione e presentazione, in particolare:
  - scegliendo fra i mezzi a disposizione, saper utilizzare quelli appropriati e attuali, per esporre il proprio pensiero o il proprio sapere;
  - essere in grado di condividere la propria produzione e di lavorare in un ambiente collaborativo per produrre materiale digitale.
- Migliorare l'uso dei sistemi informatici.

Traguardi correlati per gli apprendimenti disciplinari

Educazione visiva

- Rappresentare una persona attraverso un'immagine, mostrando ciò che è e non come sembra.
- Argomentare le proprie scelte espressive e tecniche.
- Riflettere sulla costruzione della bellezza nei media e nell'arte.

Alfabetizzazione digitale e ai media

- Riconoscere le caratteristiche tecniche di un'immagine fotografica.
- Usare con consapevolezza le regolazioni base di un apparecchio fotografico digital.
- Usare gli strumenti base del fotoritocco in funzione di un'esigenza comunicativa (opzionale).

Traguardi correlati per le competenze trasversali

Conoscenza di sé

- Articolare i propri limiti e le proprie potenzialità e riflettere sui propri stati d'animo.
- Tenere conto del contesto d'azione e adattarsi alle sue peculiarità.

Collaborazione

- Accettare e valorizzare la diversità (sessuale, di abilità, etnica, ecc.).

Pensiero riflessivo e critico

- Riconoscere i diversi punti di vista sul tema della bellezza delle persone, sia nel tempo che nello spazio e attraverso le diverse culture.

Pensiero creativo
- Mettere in moto le proprie risorse in funzione del progetto da realizzare.

Sviluppo personale
- Messa a fuoco degli scopi e attivazione di strategie di azione (progettualità).

Obiettivi di conoscenza e abilità

Conoscenze
- Elementi base della tecnica e della composizione fotografica in relazione al ritratto.

Abilità
- Progettare e scattare una fotografia.

vello Colori Strumenti Filtri Finestre Aiuto

*[Olivia] (importata)-3.0 (Colore RGB, 3 livelli) 2589x1812 – GIMP

33,3% Rettangolo: 3 × 87 (0,03:1)

MODE
SET
MENU
06.06.2018 10:26
SET : SCN
14
MP

Prima di cominciare

L'altro e la sua immagine

I social media hanno offerto a tutti la possibilità continua di rappresentarsi pubblicamente, tramite testi (Twitter), testi e immagini (Facebook), Immagini e hashtag (Instagram), video (YouTube o Musical.ly), ecc. Selfie Awareness lavora su questa dinamica di continua auto-rappresentazione sui social, ma in maniera indiretta: porta a interrogarsi sul valore della nostra immagine e dell'immagine altrui, che è molto di più grande di quanto un normale post – destinato a diventar vecchio in pochi minuti – possa ospitare. Non è però necessario che i partecipanti siano tutti utenti incalliti dei social media. Selfie Awareness non lavora con censure o regole, ma prendendo sul serio il desiderio di raccontare gli altri e di raccontarsi tramite un'immagine o un ritratto. Fare davvero l'esperienza di un ritratto che coglie l'altro in profondità, che lo racconta in maniera inedita e vera, significa offrire un'esperienza di paragone che mette in prospettiva i modelli di bellezza con cui tutti ci confrontiamo in rete e sui media. Significa anche capire che fare e pubblicare un ritratto è un atto che implica una responsabilità, in chiave relazionale ma anche etica e legale.

Tempo

Il percorso base completo di Selfie Awareness si svolge sull'arco di circa 24-30 ore di attività, che possono essere estese fino a 40 attivando gli approfondimenti, o ridotte a circa 15 con un itinerario minimale. Si adatta dunque a una settimana progetto, ma può anche essere distribuito senza problemi su più settimane, adattandosi a una griglia oraria.

Tecnologie

Selfie Awareness è stato pensato proprio per integrare i dispositivi tecnologici "di tutti i giorni" in un percorso creativo.
Ogni partecipante dovrà quindi avere a disposizione uno smartphone o un tablet dotato di fotocamera. Prima di cominciare bisognerà chiedere a ognuno di verificare che il proprio dispositivo abbia spazio di memoria sufficiente per fare molte foto. All'inizio del percorso sarà bene negoziare con i partecipanti delle regole d'uso (ad esempio, di tenerlo in modalità aereo durante il lavoro; o di metterlo via spento o muto durante le attività in cui non viene utilizzato).
La disponibilità di macchine fotografiche reflex (una ogni 4-5 allievi sarebbe l'ottimo) permetterà di raggiungere un migliore livello di qualità (e quindi di soddisfazione) nei capolavori finali.
È importante definire come passare le immagini dai dispositivi dei partecipanti su un archivio condiviso: si può fare collegando gli smartphone via cavo a un computer, o aprendo uno spazio condiviso di archiviazione accessibile via rete (come DropBox o Google Drive), oppure ancora chiedendo di inviare le immagini a un indirizzo email unico, gestito dal docente (ev. con WeTransfer o un altro servizio analogo). Si tratta, in ogni caso, di soluzioni che non implicano costi particolari.
Se si vuole approfondire il ritocco delle immagini (un'attività non centrale in questo percorso, ma che ben si integra in esso), servirà a disposizione dei computer fissi o mobili, almeno 1 ogni 2 partecipanti. Gli schermi più grandi e il mouse permettono infatti di semplificare e potenziare il lavoro di fotoritocco. Le applicazioni per computer sono inoltre attualmente più potenti e di qualità che quelle per smartphone. Per queste attività consigliamo il software open source (quindi gratuito) GIMP!.

Spazi

Questo percorso richiede uno spazio di set fotografico molto semplice (con un fondo bianco o nero di almeno 2x2 m, sostenuto da pannelli o da una lavagna), meglio se attrezzato con dei faretti. Serve inoltre un luogo adatto per esporre i prodotti dei partecipanti alla fine del percorso.

Materiali didattici

Molte delle attività descritte in questa guida usano materiali didattici particolari (immagini, video, ecc.) che sono disponibili sul sito www.supsi.ch/go/quaderno-selfieawareness. Questi materiali sono liberi da diritto d'auto-re per l'uso didattico, e vanno intesi come dei suggerimenti: Il docente è libero di scegliere altre immagini o sequenze che meglio si adattano al suo contesto professionale.

GILLES
Locarno
Kids

Attività

Le sezioni seguenti descrivono delle fasi del percorso Selfie Awareness. Ogni fase è composta di più attività. All'interno di ogni fase la sequenza delle attività è significativa e dovrebbe essere rispettata. Le fasi, tuttavia, possono essere organizzate in diversi modi su un ipotetico calendario di lavoro, sovrapponendosi e alternandosi in alcuni momenti.

Le fasi sono strutturate secondo questa logica
- Condivisione di senso (fase 1).
- Allenamento (fasi 2-4).
- Realizzazione (fasi 5 e 6).
- Riflessione (fasi 6 e 7).

In ogni fase di allenamento è inscritta comunque una dinamica di mini-progetto, che si conclude con un prodotto non "finale", ma concreto e osservabile. Questi progetti, sia per complessità che per valore, si distinguono dai "capolavori" prodotti nella fase di realizzazione.

Due osservazioni

Prima di incominciare, due note generali che valgono per tutte le attività in cui si usano materiali audiovisivi.

- Selfie Awareness ha anche lo scopo di introdurre al mondo del cinema e della fotografia. Per questo è importante, quando il lavoro prevede l'uso di immagini di persone famose, portare sia esempi attuali (che "accenderanno" i partecipanti, come Ariana Grande, Selena Gomez, Chiara Ferragni, Fedez, CR7 – ma attenzione! Ogni anno cambiano), sia classici (dall'intramontabile Marilyn Monroe a Sean Connery, da Vanessa Redgrave a Robert Redford).

- Lavorando su immagini di persone è importante insegnare ai partecipanti a rispettare la privacy e ad attribuire correttamente i diritti d'autore. Per questo sarà bene indicare esplicitamente, quando noto, il nome dei fotografi, e sottolineare come i personaggi pubblici abbiano immagini pubbliche, mentre questo non è obbligatorio per i privati. Un breve approfondimento sui temi legati alla protezione dell'immagine personale potrà essere utile.

1. Condivisione di senso / LA SFIDA

La prima fase consiste nel lancio della sfida, che genera il contesto di lavoro e di apprendimento per tutto il percorso. In questo percorso si inizia a mettere a tema la bellezza – quella reale e quella sui media.

Attività 1.1 - Ti piaci?	
Obiettivo	Lanciare la sfida del percorso
Modalità	Scatti fotografici individuali, discussione
Durata	30'
Materiali	Macchina fotografica. Particolarmente adatta una Polaroid, che deve avere abbastanza pellicole (almeno 1 per ogni partecipante)

Come prima attività, "a freddo", si scatta una foto a ogni partecipante, magari con una macchina Polaroid che permette di avere una stampa immediata e decisamente più concreta (e anche più simpatica) rispetto ad una macchina digitale.

Ci sarà un po' di imbarazzo, magari usciranno alcune pose legnose, altre sincere e altre ancora stereotipate. Si chiederà poi ad ognuno di mostrare la propria fotografia agli altri, e di dire se ci piacciamo in quell'immagine, e se ci riconosciamo. Alcuni saranno spavaldi, altri timidi, altri faranno quelli che "io non sono fotogenico"...

Il punto sarà mostrare da un lato quanto riteniamo importante la nostra immagine e, dall'altro, di quanto ci preoccupiamo di come venga "fissata" in una fotografia, che non sempre mostra ciò che siamo o che pensiamo di essere.

Approfondimento 1. Foto e pellicola
Il vantaggio della Polaroid è duplice: non solo permette di stampare in diretta le immagini, ma anche di fare un breve percorso sulla storia delle pellicola e delle macchine fotografiche, magari portando in classe qualche altro "cimelio".
Questo permetterà di capire ad esempio come mai nelle foto in bianco e nero raramente le persone sorridevano: era dovuto al lungo tempo di esposizione necessario, oltre che al rimando al genere dei ritratti dipinti di fine '800.

Attività 1.2 - Attori	
Obiettivo	Mettere a tema la nostra percezione di bellezza
Modalità	Osservazione di fotografie, discussione
Durata	30'
Materiali	Una serie di immagini di attori più o meno famosi e persone "normali" [M1]

Questa attività estende la domanda "è bello" oltre le fotografie dei partecipanti, proponendo una serie di immagini di attori più o meno famosi (magari con caratteristiche diverse, come Arnold Schwarzenegger e Roberto Benigni, o Emma Thompson e Pamela Anderson), insieme a immagini di "gente normale" (sia uomini che donne, anche di diverse età). È importante che le foto siano tutte simili come inquadratura (ad esempio, tutti primi piani) e di buona qualità.
Si potrà chiedere ai partecipanti di mettere il proprio "like" (un bollino) sul più bello e/o sulla più bella. In questo caso è difficile che si possa valutare se l'immagine corrisponde alla personalità del soggetto ("sembra proprio lui/lei"), ed emergeranno criteri diversi, legati anche alla sensualità e alla sessualità dei soggetti, e alla loro rispondenza a criteri piuttosto "standard".
In questa fase è importante non "chiudere" la discussione, ma lasciarla aperta: cosa ci piace? Piacciono a tutti le stesse cose? Per che cosa noi ci piacciamo/non ci piacciamo?

Approfondimento 2. Uno, nessuno, centomila

Un possibile approfondimento a questo punto è un'esplorazione del rapporto tra come ci vediamo e come ci vedono gli altri, percorrendo le piste della letteratura. Un valido spunto è il primo capitolo di *Uno, nessuno e centomila* di Luigi Pirandello (il testo è nel materiale T1).

2. Allenamento / BELLEZZE STANDARD

La bellezza non è un concetto univoco e immutabile, ma un costrutto culturale che cambia nel tempo e nello spazio. Le attività in questa fase cercano di mettere questa parola in prospettiva per renderci più consapevoli dei nostri giudizi estetici.

Attività 2.1 - La bellezza nella storia	
Obiettivo	Articolare il concetto di bellezza, mostrando che non è né statico nel tempo, né univoco
Modalità	Analisi di opere d'arte (ev. in gruppo), presentazione e discussione
Durata	60'
Materiali	Set di immagini della storia dell'arte [M2]

Questa attività è un percorso attraverso la rappresentazione della donna nella storia dell'arte.

La sfida da porre ai partecipanti è di osservare dei ritratti di donna di diverse epoche, con l'ipotesi che gli artisti, in tutti i casi, hanno voluto rappresentare una donna che ritenevano estremamente bella, talmente bella che meritasse di dedicarle tante ore del loro tempo per crearne un ritratto. Il compito dei partecipanti è quello di cercare di esplicitare che tipo di bellezza aveva visto e stava cercando di rappresentare l'autore. Molte rappresentazioni saranno percepite dai partecipanti come "brutte", come la Vergine di Willendorf o l'autoritratto di Frida Kahlo; altre sembreranno poco interessanti, come le donne Tahitiane di Gauguin, o le donne "normali" di Toulouse-Lautrec. Ci vorrà qualche suggerimento per iniziare a guardarle con altri occhi. Una volta capito il gioco non sarà però difficile far notare come anche noi troviamo bella una madre che ha appena partorito, una donna con tratti esotici o un'anziana, anche se non ci verrebbe di dire che "è bella" nello stesso senso di una modella.

A livello organizzativo, sarà possibile mostrare le immagini una alla volta, o lavorarci a gruppi (eventualmente assegnando a ogni gruppo le immagini di un'epoca storica diversa).

Il materiale M2 propone una possibile selezione di immagini, ma è soprattutto importante che un docente possa trovare immagini che conosce e che apprezza.

Approfondimento 3. La bellezza nella pubblicità

A questo punto è possibile inserire un approfondimento sulla bellezza della donna nella pubblicità, cioè in un linguaggio contemporaneo che ha uno scopo manipolativo. Gli esempi sono innumerevoli, e sarà possibile trovare dei modelli di ragazza, madre, donna lavoratrice, ecc. Sarà interessante osservare in cosa si distinguono e in cosa si assomigliano, e come rappresentano le donne che davvero popolano la nostra esperienza e i nostri incontri.

Approfondimento 4. La bellezza nel mondo

Un altro possibile percorso (forse più in alternativa all'attività 2.1 che come approfondimento) potrebbe essere l'analisi di come diverse culture descrivono una bella donna oggi. Quali caratteristiche rendono bella una donna cinese, o una ghanese, o una marocchina?

Attività 2.2 - Bellezze preconfezionate	
Obiettivo	• Riconoscere le caratteristiche della bellezza "standard" nei media • Acquistare consapevolezza dell'artificiosità di alcuni tipi di bellezza
Modalità	Visione di video, discussione
Durata	1h
Materiali	• Video *The evolution of beauty* [V1] • Video *The evolution of beauty*, versione maschile [V2] • Video *Photoshopping real women* (sottotitolato) [V3] • Video *Disney Princesses* (sottotitolato) [V4]

Questa attività propone la visione di alcuni video che illustrano in maniera plastica la distanza tra la bellezza "standard" dei media e la bellezza variegata delle donne reali.

The *Evolution of Beauty* mostra il percorso che trasforma una modella in studio fotografico in un volto da affissione, passando per trucco, luci e fotoritocco. La versione maschile (più artigianale) è stata fatta ad hoc per portare lo stesso sguardo sul corpo maschile.

Four women mostra la reazione di quattro donne davanti ad una foto "da copertina" di loro stesse. I loro commenti sono molto significativi in relazione a quanto di loro sia ancora presente nel risultato finale. Disney Princesses mostra invece i commenti di alcune donne dopo che è stato fatto loro osservare l'improbabile girovita delle Principesse Disney.

I video sono piuttosto brevi ma molto ricchi e aprono numerosi spunti di discussione in relazione (a) ai criteri di bellezza che applichiamo; (b) alla bellezza "artificiale" cui siamo abituati sui media; (c) a come facilmente ci autoimponiamo criteri di bellezza eterodefiniti.

Attività 2.3 - Noi vitruviani	
Obiettivo	Confrontarsi con un "canone di bellezza" eterodefinito
Durata	2h
Materiali	Immagine digitale dell'uomo vitruviano di Leonardo [M3]

Questa attività è stata pensata per confrontare i partecipanti con un canone di bellezza molto ben definito ma semplice da capire e da discutere: il canone aureo.

Dopo aver presentato la sezione aurea (su YouTube si trovano diversi video, un riferimento è disponibile tra i materiali online) sarà bene sottolineare come, nel corso della storia, questo rapporto di proporzioni è stato identificato come anche il segreto della bellezza umana, cioè di un corpo armonioso e ben proporzionato.

Il punto di partenza è il celebre disegno leonardesco dell'Uomo Vitruviano, un uomo dalle proporzioni perfette secondo, appunto, la regola della proporzione aurea. Dopo averlo osservato, si propone a tutti gli allievi di fare due fotografie nelle due pose leonardesche (possibilmente davanti ad un muro o altro sfondo uniforme).

In aula computer, usando GIMP! si scontornano le immagini, si sovrappongono e si crea una versione "vitruviana" di ognuno, che potrà essere poi stampata per essere condivisa.

Molto probabilmente, pochi saranno esattamente allineati con le proporzioni auree, e questo darà occasione di osservare in pratica che le "persone reali" difficilmente possono corrispondere a uno standard predefinito: la natura è più varia delle nostre regole, ma non per questo "meno bella".
I ritratti vitruviani, opportunamente commentati, potranno poi diventare parte dell'esposizione finale del percorso.

Osservazione
Per il lavoro di scontornamento con GIMP, si potrà usare il selettore fuzzy (bacchetta magica) oppure, in maniera più semplice anche se meno preciso, il "lazo" per la selezione delle aree.

3. Allenamento / FARE UN RITRATTO

Un selfie in fondo è un autoritratto. Ma cosa significa fare un ritratto? Che cosa c'è davvero in gioco? Solo un click?

Attività 3.1 - Confrontarsi con i grandi: Roman Opalka	
Obiettivo	• Confrontarsi con il lavoro di un artista che ha lavorato a fondo sull'autoritratto • Scoprire il potenziale comunicativo di un (auto)ritratto
Modalità	Presentazione e discussione di opere
Durata	2h
Materiali	Immagini delle opere di Roman Opalka [M4]

Quando si parla di *selfie*, lo si fa come se si trattasse di una pratica del tutto nuova, nata con gli smartphone e i social. In realtà, la pratica dell'autoritratto è antica, molti artisti si sono confrontati con questo genere, esplorandolo da tanti puti di vista. Per "sfondare la barriera" e iniziare a parlare dell'importanza della propria immagine e della ricchezza che un (auto)ritratto può contenere, è utile confrontarsi con l'opera di grandi artisti.

Roman Opalka è uno di loro: per decenni ha scattato una foto del proprio volto che ha poi composto in quadri che ripercorrono il tempo: il tempo è proprio il tema principale del suo lavoro. Guardando alcune opere di Opalka si vede, quasi come in un fumetto, una persona che invecchia: la persona cambia, ma resta sé stessa. Cosa voleva raccontare Opalka? Perché ha voluto fare queste opere, in cui invecchia e diventa tutt'altro che "bello"? Come ha trovato la costanza di fotografarsi ogni giorni per anni?

Discutendo su questi temi si potrà mettere a fuoco come la rappresentazione di una persona o di sé stesso può essere di più che "una foto-ricordo" o un gioco: può essere un modo di parlare di qualcosa di importante e che ci riguarda da vicino.

Lo stesso percorso potrà essere svolto con opere di altri artisti, a scelta del formatore.

Attività 3.2 - Ritratti reciproci	
Obiettivo	Iniziare a lavorare con il linguaggio del ritratto in una situazione semplice e divertente
Modalità	Esercitazione pratica e discussione dei risultati
Durata	30' - 60' (secondo il numero dei partecipanti)
Materiali	• Macchine fotografiche (o smartphones) • Cavalletti • Possibilmente: cavi di scatto remoto

Questa attività, progettata ai tempi della pellicola da Marco Geronimi e Bruno Munari, è una prima introduzione "hands-on" al ritratto, pensata per mettersi in gioco in un contesto semplice e ludico.

Il *setting* è semplice: due persone sono una di fronte all'altra (sedute o in piedi); una di loro ha davanti a sé una macchina fotografica (o un tablet/smartphone) su un cavalletto, che inquadra il volto della seconda.

Il cuore del gioco è guardarsi negli occhi: chi controlla la macchina fotografica può scattare senza guardare sullo schermo o nell'obiettivo, usando la "pompetta" (ce ne sono di molto economiche) o comunque tenendo l'indice sul pulsante di scatto, in modo da mantenere il contatto visivo con il soggetto.

Le due persone si guardano negli occhi e di solito vengono spontaneamente varie espressioni di imbarazzo, spavalderia, complicità, timidezza, divertimento... certamente svanisce ogni tentativo di auto-controllo che altrimenti frena la spontaneità e ci nasconde dietro al sorrisetto pseudo-carino incollato alla faccia. Quando vedrà un'espressione interessante: click, il fotografo farà uno scatto. Dopo un "dialogo" visivo di 3 o 4 minuti, ci si potrà scambiare ruolo e alla fine si sceglieranno pochi ritratti di ognuno (non più di 5 o 6, comunque).

Per non fare aspettare gli altri è possibile allestire più postazioni in parallelo.

Questo esercizio serve a mostrare come il semplice essere di fronte a qualcuno sia più interessante di una posa "da film" o "da copertina", perché questo modo di "rubare il ritratto" fa emergere meglio ciò che siamo, oltre gli stereotipi cui sentiamo di doverci adeguare.

Un accessorio tecnico che costa pochissimo ed aiuta enormemente la relazione fluida in questa attività è la "pompetta dello scatto" (il nome tecnico è *cavo di scatto remoto*) che si applica alla macchina fotografica messa sul treppiedi; consente di guardarsi in faccia, non tramite l'obbiettivo.

Attività 3.3 - Bellezza in mostra: Mimmo Rotella	
Obiettivo	Analizzare criticamente l'uso della bellezza come elemento artistico (e non unicamente commerciale)
Durata	1h
Materiali	_

Un altro artista che ha lavorato con il corpo e la bellezza al di là degli stereotipi – o meglio, mettendo a tema con ironia proprio gli stereotipi e il loro "smontaggio" – è Mimmo Rotella. I suoi *decollage*, attraverso lo strappo e la stratificazione delle locandine cinematografiche, ci portano a rileggere la bellezza di grandi attrici e attori dentro un nuovo testo, nel quale relazioni più o meno casuali con quanto "sta sotto" generano significati inaspettati.

La presentazione e discussione delle sue opere può dunque contribuire al percorso di Selfie Awareness. Un articolo e un video di approfondimento sono disponibili tra le risorse online.

Attività 3.4 - Il poster di noi	
Obiettivo	Prendere confidenza con un lavoro creativo con la propria immagine e con quella altrui
Modalità	Lavoro pratico a progetto a gruppi
Durata	2h (a seconda della tecnica scelta)
Materiali	A dipendenza della tecnica scelta *Decollage:* Cartoncino in formato A0, F1 o F2 Locandine di film Colla vinilica Pennelli e pennellesse Taglierini Cartoncino (sottomano per tagliare)

I ritratti generati tramite i *ritratti reciproci* possono diventare la base materiale per un lavoro creativo nel quale i ritratti sono le parole con le quali comporre un testo articolato. L'idea è sempre quella di mostrare modi creativi e originali di far parlare la propria immagine e quella degli altri, di dare un senso che va oltre il "c'ero anch'io" o il "guardate come sono bello/a".

L'idea generale è quella di lavorare mescolando le immagini dei ritratti reciproci con immagini dei media, ad esempio locandine cinematografiche, pubblicità, pagine di riviste, di moda, ecc. Le possibilità sono molte, sarà da prediligere quella che pare al formatore più prossima e tecnicamente realizzabile.

Una possibilità è quella di seguire le orme di Mimmo Rotella e di lavorare con il *decollage*. L'approccio di Rotella è ironico, in buona parte casuale e non pianificato: si traduce in un lavoro molto manuale e pieno di sorprese.

Si lavora a gruppi. Si scelgono prima 5-6 locandine cinematografiche, le si incolla a strati, mischiandole con stampe A3 dei "ritratti reciproci". Poi, con la taglierina, si incide, si strappa, e si generano immagini nuove, che emergono dagli strati sovrapposti. È possibile poi rifinire il lavoro con scritte (create tagliando le lettere delle locandine) e incollando elementi grafici particolari. Gli autori possono poi scegliere un titolo per la propria opera, che può essere esposta.

Prima di svolgere questo lavoro, sarà bene chiedere a ognuno quali dei suoi ritratti vuole "prestare" al gruppo (non tutti potrebbero sentirsi a proprio agio mentre qualcuno taglia o rielabora la sua immagine fotografica). Vedere il proprio volto inserito in un'opera più grande, rende il risultato più oggettivo e porta l'attenzione sul senso.

Il lavoro sulle locandine dei film può essere anche occasione di parlare di film che i partecipanti non conoscono, e di "incontrare" attori e attrici famose del passato. Inoltre, si potranno osservare i vari stili delle locandine, nei quali la bellezza dei protagonisti viene usata in maniera diversa.

4. Allenamento / Ritratti di strada

In questa fase si compie un passaggio importante: dopo le prime fasi di allenamento si esce dal gruppo per andare a fare i ritrattisti, chiedendo ai passanti di fare da soggetto. È l'occasione per mettersi alla prova, per portare la propria competenza all'esterno e per lavorare su persone che hanno un'aspettativa nei confronti di chi li ritrae. A tema c'è la responsabilità del fotografo che cattura l'immagine altrui.

Attività 4.1 - La grammatica del ritratto	
Obiettivo	Conoscere gli elementi base della fotografia di ritratto
Modalità	Presentazione
Durata	30'
Materiali	Presentazione: la grammatica del ritratto [M5]

Questa attività è una preparazione ai ritratti di strada: propone un vocabolario minimo del ritratto. Nella sua forma elementare il ritratto è una "fototessera" o una "foto segnaletica" come quelle della polizia. Su quali elementi possiamo lavorare per dare forma espressiva a un ritratto, per fargli dire ciò che ci sta a cuore? Il percorso, illustrato dalle diapositive M5, presenta:

- punto di vista
- inquadratura
- distanza (piano)
- luci
- posa del soggetto
- sguardo del soggetto
- espressione
- posizione delle mani
- eventuali oggetti nell'inquadratura
- eventuali ritratti "in azione"

Qui purtroppo non viene discusso un aspetto importante: l'ambientazione del ritratto (lo sfondo o la situazione); può essere messo a tema ma, per ovvi motivi logistici, in una dimensione didattica le possibili location sono relativamente poche... non possiamo decidere di fotografare nel deserto o al mare.

Approfondimento 4. E "quelli veri"?
Questo percorso di grammatica visiva può essere integrato molto utilmente con l'analisi critica di ritratti (fotografici e/o pittorici) di artisti, e anche con le immagini pubbliche e mediatizzate di attori, cantanti, sportivi e persone famose (ad es., nelle foto delle stampa, o in rete). Come vengono costruiti i personaggi pubblici? Come li vediamo? Come invece non li vediamo mai?

Attività 4.2 - Ritratti di strada	
Obiettivo	• Mettersi alla prova nel fare dei veri ritratti, anche dal punto di vista relazionale • Progettare una produzione visiva, sia come prodotto che come processo • Gestire situazioni complesse • Fare esperienza della responsabilità nel trattare le immagini personali di altri
Modalità	Attività a gruppi all'esterno
Durata	1,5h-2h (uscita, condivisione, discussione)
Materiali	• Un computer (per scrivere la liberatoria) • Macchine fotografiche e cavalletti (ev. smartphones) • Oggetti per i ritratti • Liberatoria [sul modello di M6]

In questa fase ci si mette alla prova in una situazione autentica, ricca e complessa. La sfida è fare dei ritratti dei passanti: si sceglie quindi un luogo e un momento (la piazza, la Posta, il mercato o il supermercato, ecc.) e si predispone un mini-set che permetta di fare dei ritratti "interessanti".

Si lavora sulla distinzione tra un ritratto "istintivo", cioè scattato di getto e un ritratto "pensato", cioè progettato. Il messaggio è che alcune foto possono essere "rubate" in un istante, dentro la situazione e non per questo hanno meno valore; ma esistono anche altre foto, che vengono invece pensate e cercate, perché vogliono costruire consapevolmente il proprio significato. Ad esempio, durante il Locarno Festival, i partecipanti hanno proposto "il tuo ritratto nel Festival": scattato in Piazza Grande, davanti allo schermo, con un gadget del Festival.

Si organizzano delle squadre, incaricate di scattare dei ritratti di passanti (o dei compagni di scuola). Ogni squadra è così composta:

- Un *buttadentro*. Compito del buttadentro è invitare i passanti a farsi fare un ritratto fotografico, quindi a spiegare cosa si sta facendo e a convincere le persone a prestare la propria immagine e un po' del loro tempo. Il buttadentro potrà rassicurare i passanti sulla riservatezza nel trattamento delle immagini.
- Un *regista*. Compito del regista sarà quello di comporre lo scatto: scegliere la posizione, suggerire la posa e lo sguardo, eventualmente suggerire un oggetto da indossare (una sciarpa, un cappello, ecc.) o tenere (una penna, un palloncino).
- Un *fotografo*. Il fotografo manovrerà la camera (o lo smartphone) e farà gli scatti, scegliendo l'inquadratura, interagendo con il regista per luci, posizione, ecc.
- Un *segretario*. Il segretario ha il compito (importantissimo!) di annotare su una scheda nome, cognome e contatti di ogni soggetto. Inoltre, dovrà far firmare una liberatoria, che dichiara gli utilizzi degli scatti fatti ai passanti (ad esempio, la loro pubblicazione). Il segretario avrà anche il fondamentale compito (che richiede molta precisione e attenzione) di abbinare il numero dello scatto al nome e all'e-mail della persona, per poter poi inviare il ritratto corretto a ciascuno.

È importante che, prima dell'uscita, le squadre possano fare un test fotografando persone conosciute (altri docenti o amici) che siano in grado di dare un riscontro sul loro operato.

Dopo aver fatto gli scatti, sarà la squadra insieme a decidere quali usare (uno per ogni soggetto). Il segretario sarà incaricato di inviare ai passanti una copia del loro ritratto via email.

Mettersi alla prova con set esterni e persone potenzialmente sconosciute permette di fare un'esperienza diretta della responsabilità nel trattare l'immagine altrui. La presenza della liberatoria rende oggettiva questa responsabilità e fa riflettere sulla delicatezza del fare un ritratto.

5. Realizzazione / I CAPOLAVORI

In questa fase si arriva alla sfida centrale di Selfie Awareness: fare un ritratto fotografico di un compagno mettendo in evidenza una sua caratteristica "invisibile".

Attività 5.1 - Formare le coppie e lanciare la sfida	
Obiettivo	Pensare il ritratto come una lettura dell'altro/a
Modalità	Lavoro di progettazione a coppie
Durata	30'- 45'
Materiali	_

In questa attività si lancia la sfida: creare un ritratto che racconti una caratteristica invisibile dell'altro.

Si formano dunque le coppie che lavoreranno durante tutta questa fase: ognuno farà il ritratto del proprio compagno e viceversa. Se le coppie sono formate da persone che già si conoscono, l'attività sarà più fluida. Il compito assegnato a ognuno è identificare una caratteristica invisibile dell'altro da mettere in risalto. Invisibile significa qui "non ovvia a un primo sguardo": ad esempio "magro" o "bionda" non sono caratteristiche invisibili, mentre lo sono "generosa" o "socievole".

Si potrà proporre di fare una lista di aggettivi (partendo dalla propria esperienza o chiedendo ai compagni) e quindi scegliere, insieme al soggetto, su quale puntare per il resto del lavoro. Chi conduce le attività potrà qui suggerire qualche pista più sfidante, escludendo ad esempio aggettivi che descrivono unicamente le passioni ("sportiva", "appassionato di hockey", "cavallerizzo", ecc.) e che si prestano a rappresentazioni più scontate, per puntare su caratteristiche personali ("timido", "geniale", "artista", ecc.). Possono uscire anche aggettivi negativi ("assillante") o ambigui ("studioso" nel senso di "secchione"): questo non è di per sé un problema, fintantoché il soggetto accetterà (magari con ironia) che si lavori su questo suo lato.

Questo lavoro si presta anche a un percorso di arricchimento lessicale, eventualmente anche in lingua seconda.

Attività 5.2 - Progettazione	
Obiettivo	Progettare un prodotto visuale significativo
Modalità	Progettazione a coppie
Durata	30' (più eventuali revisioni)
Materiali	_

In questa fase ogni partecipante ha il tempo di progettare, tramite uno schizzo su carta, il proprio scatto. Il disegno non deve essere esteticamente bello o raffinato, quanto piuttosto funzionale: deve cioè permette di avere indicazioni precise quando si arriverà sul set. Dovrà quindi indicare la posa (con eventuali oggetti o azione), l'inquadratura, l'eventuale disposizione delle luci.

Un consiglio pratico: è meglio non considerare un'ambientazione e lavorare con uno sfondo uniforme (bianco o nero, o eventualmente di un colore tinta unita), in modo da semplificare il lavoro.

In questa fase è preferibile non mostrare esempi di altri partecipanti, ma lasciare spazio alla creatività di ognuno.

Attività 5.3 - Scatto	
Obiettivo	Gestire un ritratto fotografico "in studio"
Modalità	Lavoro a coppie
Durata	30' per ogni coppia (è possibile ridurre i tempi allestendo più mini-set fotografici che lavorano in parallelo)
Luogo	Set fotografico
Materiali	• Fondale • Macchina fotografica (smartphone) e cavalletto • Oggetti di scena • Ev. faretti e illuminazione

Qui si entra in azione: ogni coppia ha 30' a disposizione in un mini-set fotografico (un fondale, un faretto): l'autore deve mettere in posa il soggetto, sistemare le luci e fare 3-4 scatti "buoni". L'assistenza diretta di qualcuno più esperto (un docente, un ragazzo o una ragazza con maggiore esperienza) aiuterà a risolvere eventuali piccoli problemi.

Per contenere i tempi è importante non improvvisare, ma seguire il "copione" sviluppato nella fase 5.2. La macchina digitale permette di vedere istantaneamente il risultato. Possiamo quindi fare già una prima selezione "in diretta" ed aggiustare i dettagli.

Allungando un po' i tempi sarà possibile provare a fare lo stesso scatto con lo smartphone e con una reflex digitale. Questo permetterà di osservare la differenza tra i due in termini di qualità dell'immagine.

Attività 5.4 - Selezione e fotoritocco (opzionale)	
Obiettivo	• Finalizzare il ritratto • Familiarizzare con le funzioni base di fotoritocco (ritaglio, luminosità e contrasto, colore)
Modalità	Lavoro individuale con il computer
Luogo	Aula computer
Durata	30'
Materiali	Esempi di ritratti [M7]

Questa fase, opzionale, si svolge in aula computer. I partecipanti possono guardare i loro scatti su uno schermo più grande. Idealmente, lo scatto originale non andrebbe ritoccato, ma è possibile aggiustare l'inquadratura (che magari non è perfettamente dritta, o include dettagli fuori dal set, ecc.).

Una volta scelta la foto che farà da ritratto, si invitano i partecipanti a inserire un testo che dichiari il nome del soggetto e l'aggettivo scelto, ad es. "Simone. Determinato" o "Chiara. Appassionata". Si può inserire qui un lavoro linguistico che porti a sviluppare l'aggettivo in un titolo o didascalia o hashtag del ritratto, che può sempre essere inserito sull'immagine, ad es. "Simone. #inarrestabile" o "Chiara. Ci mette l'anima".

Approfondimento 5. Tipografia e colori

Durante questa attività si potrà fare un breve approfondimento su tipografia (scelta delle font) e colori dei testi, due elementi grafici da non sottovalutare che contribuiscono alla creazione del senso complessivo del ritratto.

Approfondimento 6. Effetti speciali

Una volta confezionato il ritratto definitivo, è possibile sperimentare la creazione di un ritratto con "effetti speciali", cioè elaborato con alcune tecniche di fotoritocco.

I vari filtri ed effetti sono tanti; le prime volte paiono clamorosi ed estremamente divertenti, tanto che facilmente prendono la mano con risultati che all'adulto parrebbero chiassosi o dozzinali. La prima raccomandazione è salvare l'originale e far liberamente lavorare su una copia, che fatalmente sarà artefatta più volte.

Quando un giocattolo espressivo è così formidabile nel far scoprire empiricamente delle *trouvailles* spettacolose e sorprendenti i ragazzi non sono disposti a passare ad un progetto metodico "a tavolino". Hanno ragione, è più importante scoprire "cosa succede se...", quindi quanto più un dispositivo espressivo è ricco di potenzialità, tanto più occorre "pacciugare" improvvisando: il metodo, la coscienza e il progetto possono venire solo dopo.

In questo progetto specifico possiamo però proporre di limitarci ad alcune opzioni:
- Regolazione del colore (contrasto, tinte, luminosità, bianco e nero).
- Ritaglio e modifica dello sfondo.
- Selezione e azione di modifica limitata a una porzione delimitata dell'immagine.
- Fotoritocco estetico (eliminare brufoli, imperfezioni, ecc.).

Dopo una presentazione dello strumento e dei comandi necessari (ad esempio, GIMP! o Photoshop) e a qualche esercizio, si procederà a chiedere ad ognuno di inserire un "effetto speciale" nel ritratto, creando una seconda versione oltre a quella originale. L'effetto dovrà essere significativo, cioè contribuire a comunicare con ancora maggior impatto il messaggio del ritratto.

Ad esempio, “Simone. #inarrestabile” potrebbe essere montato sullo sfondo di una strada in prospettiva o di un muro sfondato; “Chiara. Ci mette l’anima” potrebbe essere arricchito dal virare una parte dell’immagine verso colori molto caldi o sul rosso, lasciando il resto in bianco e nero.

6. Realizzazione-Riflessione / L'ESPOSIZIONE

La presentazione dei ritratti prodotti in Selfie Awareness è fondamentale per i partecipanti, sia in quanto autori che ricevono il riscontro del pubblico, sia in quanto soggetti che possono osservare come gli altri li vedono attraverso il ritratto.

Il vantaggio di lavorare con strumenti digitali è che le modalità di riproduzione e diffusione dei prodotti possono essere molteplici e a basso costo.

- Il web offre numerose possibilità di diffusione: la più semplice è caricare i ritratti prodotti su un sito web, creato ad esempio su una piattaforma gratuita come Wordpress o Google Sites.
- I social media possono aumentare le possibilità di diffusione. La creazione di una pagina facebook ad hoc, piuttosto che la diffusione a contatti su Whatsapp può coinvolgere direttamente i ragazzi. In questo caso, sarà bene aprire il canale social prima del lavoro, in modo da animarlo e da creare una base di contatti.
- I ritratti possono essere montati come un filmato. Il montaggio può avvenire con iMovie, Videopad, Davinci o MovieMaker. Questo filmato, eventualmente arricchito da un sottofondo musicale e dai crediti finali, può a sua volta diventare un contenuto per la diffusione su web e social media.
- I ritratti si prestano anche bene a essere stampati (in formato A3 o altro formato grande) e presentati dentro un allestimento in uno spazio espositivo.

I ritratti individuali sono anche un ricordo personale che i partecipanti saranno contenti di portarsi a casa. In ogni caso, sarà bene avere il benestare di tutti i soggetti all'esposizione dei ritratti, seguendo la logica della liberatoria usata nella fase 4. Questa fase si concentra sulla presentazione al pubblico, ma diventa automaticamente occasione di valutazione e autovalutazione dei prodotti e del percorso, per una dinamica di riflessione che potrà essere ripresa nella fase seguente.

Attività 6.1 - Dove si espongono i ritratti?	
Obiettivo	Esplorare diversi modi di creare un contesto nel quale si espongono i ritratti
Modalità	Presentazione e discussione
Durata	30'
Materiali	Immagini di esposizioni

Un buon punto di partenza per pensare le modalità di presentazione del proprio lavoro è quello di guardare come hanno fatto altri; è anche un modo di entrare nel mondo delle esposizioni.

Sarà interessante visitare delle esposizioni (come proposto nelle attività precedenti) o mostrare alcune immagini di esposizioni interessanti, sia per quanto riguarda mostre fisiche che presentazioni di immagini online. Se abbiamo a disposizioni supporti, espositori, luci o altri struimenti espositivi, sarà utile esplorarne l'effetto.

Contestualmente, si dovranno verificare le condizioni effettive (disponibilità di accesso a internet, eventuali spazi a disposizione).

Attività 6.2 - Progettazione	
Obiettivo	Definire la modalità di presentazione dei ritratti
Modalità	Progettazione individuale e poi condivisa
Durata	Variabile
Materiali	Carta e matita, eventuali prototipi

Si tratta qui di creare un progetto su carta per l'esposizione. Il lavoro varia molto se si usano social media (tempistica di pubblicazione, come presentare le storie, ecc.) o un allestimento (spazi, supporti, luci, ecc.). Rientra in questa fase la definizione di come comunicare e invitare i potenziali spettatori (locandine, inviti personali, email, ecc.)

Sarà possibile formulare diverse proposte in gruppi e poi confrontarle e decidere insieme.

Attività 6.3 - Realizzazione	
Obiettivo	Realizzare gli spazi o i momenti di condivisione delle storie
Modalità	Montaggio
Durata	Variabile
Materiali	Variabile

La realizzazione delle première o della vernice dell'esposizione è un'attività creativa e insegna a seguire un progetto condiviso, ad adattarlo agli imprevisti, a coordinarsi come gruppo e a rispettare le scadenze.

Tutto evidentemente dipende dalla modalità scelta e dal progetto da realizzare: si tratta qui di presentare al pubblico il risultato del lavoro.

È importante che ognuno trovi li suo spazio: la diversità dei compiti in questa fase favorisce la differenziazione tramite consegne diversificate e complementari.

7. Riflessione / RIFLESSIONE

Selfie Awareness è un percorso articolato e ricco. Si concentra su una forte dinamica a progetto, con dei mini-progetti di allenamento che preparano al "capolavoro". Come tutti i percorsi didattici a progetto necessita di uno spazio di riflessione che permetta di prendere le distanze da quanto fatto, guardarlo in prospettiva e quindi prendere consapevolezza degli apprendimenti e degli eventuali ulteriori possibili passi in avanti.

Alcuni momenti di riflessione sono già stati indicati all'interno delle varie attività. Un altro momento centrale è la preparazione dell'esposizione, che mette a tema il confronto con il pubblico.

Questa fase è stata pensata proprio per dare spazio alla riflessione dopo il progetto, in qualche modo "a freddo" e "a bocce ferme". Di seguito indichiamo alcune modalità di riflessione che possono ben adattarsi al percorso.

- Componimento scritto: un tema per raccontare il percorso svolto, e la riflessione nata sul come ci presentiamo di persona e online, sul nostro rapporto con l'approvazione degli altri e su cosa o chi consideriamo bello/a.

- Analisi di ritratti: un buon lavoro di valutazione potrebbe essere quello di studiare il profilo pubblico di un personaggio più o meno importante e analizzare come viene ritratto e quindi che messaggio comunica in relazione alla sua professione, storia, età, ecc.

EWAN McGREGOR
CHRISTOPHER PLUMMER
MÉLANIE LAURENT

Valutazione

Quando il percorso avviene in un contesto didattico formale (non in un festival come nel caso della prima volta) è possibile introdurre anche una dinamica di valutazione sommativa, che può considerare diversi aspetti:

- La qualità del prodotto finale (il ritratto)
  a. A livello visivo:
     Rispetta le regole compositive della fotografia?
     Ha un adeguato livello qualitativo e tecnico?
  b. A livello di progettazione e comunicazione:
     Il lavoro di identificazione della caratteristica del soggetto ritratto è stato svolto adeguatamente?
     Rispetta il soggetto e ne considera la diversità in maniera positiva?
  c. A livello di riflessione:
     Quale guadagno di consapevolezza viene dimostrato in relazione all'uso della propria immagine e dell'immagine altrui in rete e non solo?

- La capacità critica, cioè la capacità di valutare il proprio lavoro e quello dei compagni (qui tornano utili gli elementi di autovalutazione), nonché di analizzare prodotti audiovisivi di terzi (immagini di personaggi famosi, pubblicità, ecc.) secondo criteri consapevoli e strutturati.

- La capacità di lavorare in gruppo, rispettando le idee altrui e sapendo formulare e accogliere critiche e consigli.

Risorse

Sono disponibili online diverse risorse didattiche a supporto dei docenti ed educatori che vogliono realizzare un percorso *Selfie Awareness*.
www.supsi.ch/go/quaderno-selfieawareness

Diapositive e immagini
M1. Attori e gente normale
M2. Il ritratto nell'arte
M3. L'uomo vitruviano di Leonardo
M4. Opere di Roman Opalka
M5. La grammatica del ritratto
M6. Modello di liberatoria
M7. Esempi di ritratti

Video Selfie Awareness
I video per l'attività 2.2 sono disponibili all'indirizzo https://vimeopro.com/supsidfa/selfieawareness/
(password: selfieawareness)

V1. *The evolution of beauty*
V2. *The evolution of beauty*, versione maschile
V3. *Photoshopping real women* (sottotitolato)
V4. *Disney Princesses* (sottotitolato)

Altri video utili sono disponibili sul sito.

ISBN 978-88-85585-27-0