

----- **PARTE PRIMA** -----

VI RACCONTO IL PROGETTO

(di *Maria Rosaria BOTTAZZO* – Dirigente scolastico Istituto Comprensivo di Botrugno)

Oggetto di attenzione e di ricerca. Di pregiudizi, di desiderio e di confronto. Di equivoci.

Di tradimenti.

Di miseria.

Di speranza.

Oggetto di educazione.

Origine di paure.

Traguardo di sogni adulti.

Realtà di pensieri bambini.

Silenzio.

Emozione.

Riscatto.

Linea di confine, marcata tra il tempo e l'eternità.

È forse questo la bellezza: tutto questo e altro ancora.

E... il progetto “**BEAUTY CASE**”, inserito nel **P.O.N. (Programma Operativo Nazionale – La scuola per lo sviluppo - annualità 2003 - Misura 3.1)** è nato da tutto questo.

Da tutto questo e da altro ancora, nella prospettiva di qualificarsi come proposta pedagogicamente significativa, per gli studenti, per le famiglie e per l'intera comunità, in funzione di un orizzonte in cui la scuola e l'extrascuola si incontrano e condividono lo stesso progetto pedagogico e culturale.

L'itinerario progettuale si è articolato in quattro moduli distinti, ma sostenuti da una logica unitaria incentrata sul concetto di *bellezza*: una virtù offesa dal consumismo, calpestata dalla mercificazione, profanata dalle leggi del marketing e quasi interamente sacrificata alla logica dell'apparire.

Il nostro oggetto di attenzione, dunque, non è identificabile con “*la messinscena della produzione del mercato*” né con il “*riciclaggio delle apparenze*” (J. Baudrillard), ma con

la ricerca di equilibrio tra l'apparire e l'essere, il bello e il bene, il singolo e la collettività.

Come si evince dalla mappa, di seguito riportata, campi di indagine affidati a ciascuno dei quattro moduli sono stati:

- La bellezza nella pubblicità,
- La bellezza nello sport,
- La bellezza nell'arte,
- La bellezza nella moda.

Le interconnessioni tra i singoli percorsi, sono state scandite da traguardi formativi comuni, finalizzati a:

- cogliere la bellezza come valore irrinunciabile ed esigenza vitale etica, oltre che estetica, per ogni essere umano;
- viverla come percorso di ricerca e di scoperta dell'equilibrio fra l'essere e l'apparire;
- cercarla al di là delle esteriorità, delle manipolazioni e della mercificazione consumistica.

La coerenza tematica che annoda i quattro moduli del progetto e la trasversalità degli obiettivi formativi, individuati come orizzonte valoriale privilegiato dell'intero percorso, sono stati gli elementi che, pur favorendo varietà di esperienze cognitive, emozionali e relazionali, hanno permesso di procedere in forma unitaria, continua e coordinata, secondo una logica che, escludendo la contrapposizione dei linguaggi, ha preferito includere l'integrazione dei sistemi.

BEAUTY CASE

----- modulo n° 1 -----
LA BELLEZZA nella PUBBLICITÀ

----- modulo n° 2 -----
LA BELLEZZA nello SPORT

Cogliere la bellezza come valore irrinunciabile ed esigenza vitale etica, oltre che estetica.

Viverla come percorso di ricerca e di scoperta dell'equilibrio fra l'essere e l'apparire.

Cercarla al di là delle esteriorità, delle manipolazioni e della mercificazione

----- modulo n° 3 -----
LA BELLEZZA nell'ARTE

----- modulo GENITORI -----
LA BELLEZZA nella MODA

I PERCORSI REALIZZATI

1° modulo: La bellezza nella pubblicità

Abbiamo voluto dare ai nostri studenti l'opportunità di conoscere le problematiche e i mutamenti che, nel corso dei secoli, ha subito il fenomeno pubblicitario, sia nei suoi aspetti più macroscopici riconducibili all'invasività, lo spettacolarismo, la vetrinizzazione, la globalizzazione, sia in quelli più soft che ne fanno la filigrana di *un sistema culturale teso a sostituire i valori forti con quelli falsi e mutevoli delle società ipermoderne* (C. Scaglioso).

Abbiamo voluto dare loro gli strumenti per:

- cogliere il nesso tra processi di impoverimento e processi di standardizzazione dei prodotti quotidianamente pubblicizzati;
- maturare la consapevolezza che il marketing enfatizza l'importanza dell'apparire rispetto all'essere, producendo egoismi, indifferenze, solitudini e frammentazione sociale;
- acquisire conoscenze, abilità e competenze specificatamente funzionali alla lettura/comprendimento di messaggi pubblicitari, alla esplicitazione della logica che li sottende e alla produzione alternativa, critica e creativa degli stessi;
- comprendere le problematiche inerenti alla creazione e "spaccio" di modelli di bellezza spettacolari, spersonalizzanti e omologanti;
- percepire se stessi come soggetti capaci di ideare, progettare e produrre messaggi pubblicitari, oltre che di buon effetto estetico, anche di forte spessore etico.

In funzione del perseguimento dei traguardi previsti, contenuti privilegiati sono stati i **meccanismi di funzionamento** del fenomeno comunicativo in genere e pubblicitario in particolare; l'**uso integrato di più linguaggi** finalizzato a una maggiore efficacia espressiva, comunicativa e persuasiva; la **partecipazione diretta** ai processi di costruzione dei messaggi pubblicitari in luoghi specifici come: studi di fotografia, di design e di pubblicità; la **reinterpretazione e riprogettazione**, con modalità alternative, di manifesti e messaggi pubblicitari di vario tipo.

Oggetti di analisi, all'inizio del percorso, sono stati:

- l'evoluzione del settore attraverso le tre fasi della reclame, della pubblicità moderna e della metapubblicità;
- le implicazioni sociali, culturali e psicologiche conseguenti i processi di massificazione, standardizzazione e vetrinizzazione delle società in cui viviamo (V. Codeluppi);
- il ruolo determinante dei media: questa "*fabbrica del presente*" (A. Cavallari) prepotente, indiscreta e incontrastata.

La conoscenza del fenomeno pubblicitario, attraverso escursioni nel territorio, visione di filmati, osservazione di immagini pubblicitarie e navigazione in Internet, ha permesso a ciascun partecipante di esprimere la propria idea di "bello", di rendersi consapevole delle influenze e dei condizionamenti che hanno determinato rappresentazioni individuali, stereotipie e comportamenti omologati, di accedere a una prima embrionale conoscenza dei meccanismi della persuasione occulta.

Le singole fasi del percorso si sono tradotte nella maturazione della capacità di focalizzare problemi e formulare ipotesi pertinenti, di porre attenzione al punto di vista dell'altro, di attribuire valore alle proprie esperienze e alle proprie consapevolezze in funzione di un apporto individuale all'approfondimento di problematiche di dimensione planetaria.

Tra gli esiti previsti in fase progettuale, particolare apprezzabilità è stata attribuita all'assunzione, da parte del singolo, di precise responsabilità in seno al gruppo di lavoro, sia in funzione del compito da svolgere che della interazione con ciascuno dei compagni.

L'affidamento del modulo "La bellezza nella pubblicità" a due esperti esterni: un grafico pubblicitario e un regista cinematografico, ha reso accessibile ai nostri studenti l'accesso a un'ampia varietà di situazioni, la conoscenza diretta di ambienti specializzati e professionalizzati, la produzione di uno spot pubblicitario giocato sui temi della bellezza, dell'amicizia e del lavoro cooperativo.

2° modulo: La bellezza nello sport

L'evoluzione storica del concetto di "bellezza", nel mondo dello sport e del fitness, dall'età classica al momento attuale, è stato il filo conduttore del secondo modulo previsto dal progetto *Beauty case*.

Le attività che hanno scandito questo specifico modulo, si sono sviluppate lungo una linea d'azione particolarmente variegata e coinvolgente che ha permesso ai partecipanti di acquisire conoscenze rigorose sui meccanismi di funzionamento del corpo umano, sui vantaggi derivanti da un corretto esercizio fisico e sulle alterazioni causate dall'assunzione di droghe iperprestative e da sostanze anabolizzanti.

Un ulteriore oggetto di indagine è stato rappresentato dal binomio cause-conseguenze che determina i moderni fenomeni della spettacolarizzazione e della mercificazione del corpo atletico, a livello macro e, dal binomio condizionamenti-comportamenti, a livello micro.

Le attenzioni e gli impegni individuali sono stati, pertanto, orientati e guidati a riflettere criticamente sull'idea, largamente diffusa, che i corpi possano essere modificati, manipolati e plasmati a proprio piacimento, non solo con estenuanti allenamenti, ma anche con il ricorso a sostanze chimiche.

La finalità educativa attraverso cui ogni attività ha assunto carattere di spendibilità personale quotidiana e spessore etico di respiro ampio e comunitario, è stata la prospettiva di far condividere ai partecipanti il principio della *adeguatezza delle scelte* e della *personalizzazione degli allenamenti*, in funzione del rispetto di sé stessi e delle differenze individuali. Questo si è reso possibile anche sulla base dell'acquisizione di conoscenze specifiche inerenti ai vari sistemi di allenamento in uso negli ambienti sportivi e che variano da quello pesante, a quello intensivo, a quello di isolamento, set, aerobico, di qualità.

La possibilità di partecipare attivamente alla costruzione delle proprie tabelle di allenamento ha, inoltre, coniugato le prospettive individuali di autoaffermazione con la considerazione attenta e rispettosa delle differenze altrui.

L'opportunità, offerta a ciascuno, di sperimentare direttamente alcuni sport come il nuoto, l'atletica, la ginnastica e la danza ha reso possibile, infine, non solo l'autovalutazione delle proprie potenzialità e dei propri limiti, ma anche la riflessione sulla necessità di scegliere sport che fossero, oltre che coerenti con le passioni individuali, anche adatti alla conformazione fisica di ciascuno.

3° modulo: La bellezza nell'arte

È stato un modulo pensato per dare agli studenti la possibilità di cogliere il proprio ambiente di vita come scrigno ricco di bellezza: da scoprire, comprendere, contemplare, promuovere. A tal fine, l'intenzione progettuale, si è polarizzata sulla necessità di promuovere, in ciascuno, una forte sensibilità nei confronti delle opere d'arte presenti nel territorio che, a volte, vengono trascurate e, molto più spesso, restano sconosciute.

La pre-conoscenza dell'ambiente in cui è inserita la scuola, ha imposto come immediatamente ineludibile la necessità di dare spazio alle arti visuali in genere e alla *iconografia* in particolare che, presenti in varie forme espressive, nel contesto di riferimento; quasi per definizione, rappresentano un ambito strutturalmente preposto all'inveramento del bello, attraverso forme, colori e giochi di prospettiva.

La consapevolezza che, nel corso dei secoli, anche nel settore dell'arte, il concetto di bellezza ha subito menomazioni e contaminazioni a volte inquietanti, ha orientato il percorso verso la preliminare conoscenza dei canoni estetici dell'età classica che passando, prima attraverso le correnti artistiche dell'ottocento (realismo, impressionismo, cubismo, futurismo, astrattismo, surrealismo), poi attraverso le tendenze successive al dopoguerra (pop art, minimalismo, bolidismo) e infine attraverso il design industriale, si stanno evolvendo verso le interpretazioni multiple del presente.

Una particolare attenzione è stata riservata alla comprensione delle ragioni che attualmente spingono a considerare le immagini come banali elementi dell'arredo, incrementando il mercato dell'esteriorità senza significati.

L'excursus storico mirato alla conoscenza delle maggiori correnti artistiche e delle "mutazioni" che le stesse hanno provocato nei gusti e nelle scelte individuali e collettive è stato finalizzato a:

- esplicitare la propria idea di "bello";
- rendersi conto dei condizionamenti e degli stereotipi che ne determinano le rappresentazioni più diffuse;
- acquisire consapevolezza del nesso esistente tra condizionamenti e scelte operate, sia nella sfera individuale che in quelle più allargate di dimensione familiare e/o sociale.

Presupposti indispensabili all'acquisizione delle conoscenze indicate, sono stati:

1. l'approccio consapevole alle leggi di funzionamento della percezione visiva;
2. la conoscenza del linguaggio visuale e delle sue strutture portanti;
3. la sperimentazione di varie tecniche di rappresentazione grafica.

Gli esperti esterni e i docenti tutor sono stati impegnati a far comprendere che il valore di un'opera d'arte non si esaurisce nella sua funzione decorativa, né risiede nella sola eleganza dei tratti, nel dosaggio del colore o nella gradevolezza delle forme, quanto piuttosto nella sua capacità di trasmettere valori gratuiti.

A tal fine, i partecipanti sono stati protagonisti attivi, sia di escursioni finalizzate all'osservazione e all'analisi di luoghi e opere artisticamente rilevanti, che di attività di laboratorio in cui hanno potuto sperimentare varie tecniche di pittura, scultura, incisione.

L'intero percorso, giocato sia sul piano della fruizione, che su quello della produzione, ha permesso ai partecipanti di maturare una inaspettata sensibilità estetica che, partendo dagli iniziali punti di vista, immediati e irriflessi, si è tradotta in condivisione di valori, assunzione di impegni e ipotesi di intervento in vista di un possibile programma interistituzionale, finalizzato alla tutela e alla valorizzazione delle *opere belle* del proprio territorio.

4° modulo: La bellezza nella moda

Opportunamente intrecciato agli altri tre moduli sul piano contenutistico, metodologico e valoriale, l'itinerario progettato per il modulo genitori, ha trovato spazio nel campo della moda: ambito in cui la bellezza ha subito le più inquietanti contaminazioni e, in cui, come scrive J. Beaudrillard *“la liquidazione dei valori è più radicale”*.

Con riferimento a questo particolare settore, il conflitto tra generazioni si rivela nei suoi toni più accesi fatti di rabbia, ribellione, provocazioni, incomprensioni, rifiuti, impotenza.

Genitori e figli si fronteggiano su questo confine che, tuttavia, all'interno del progetto Beauty case ha voluto trasformarsi per diventare spazio di confronto e possibilità di parola.

L'itinerario progettato per gli adulti ha accompagnato quelli progettati per i ragazzi e, in alcuni momenti, li ha incrociati e attraversati, in una sorta di gioco a specchio.

Contenuti specifici sono stati.

- il conflitto generazionale;
- i macro-trend e i micro trend nel settore della moda con particolare riferimento all'abbigliamento, alle marche e al design;
- le problematiche sottese al dilagare del piercing;
- simbolismo, tatuaggi e ribellione nei giovani e nei giovanissimi,
- la musica e i comportamenti di moda nelle discoteche.

L'approccio alla tematica è stato proposto attraverso tecniche di partecipazione attiva al fine di favorire un coinvolgimento pieno e immediato dei partecipanti rispetto all'intero percorso, sollecitare attese e aspettative coinvolgenti, creare un clima favorevole alla interazione e alla costituzione di un gruppo affiatato e propositivo.

Sin dai primi incontri, sul piano metodologico, abbiamo voluto dare spazio, anche per i genitori, alla didattica di laboratorio: volevamo, infatti, evitare che i partecipanti venissero relegati al semplice ruolo di spettatori e/o di fruitori di messaggi predicati da esperti più o meno bravi.

Già a partire dal momento iniziale, ciascuno ha potuto confrontare la rappresentazione individuale del proprio concetto di “bello” con quella degli altri partecipanti e, attraverso l’utilizzo di strumenti di lettura introdotti dagli esperti esterni, ha potuto problematizzarla e collocarla nello scenario socio-culturale odierno. Il rilievo conferito alle esperienze e ai punti di vista individuali e la contestuale attribuzione di valore e dignità agli stessi, sono stati assunti come principi metodologici privilegiati, al fine di favorire:

- considerazione adeguata alla significatività delle esperienze individuali e collettive;
- attenzioni non superficiali al punto di vista dell’altro;
- emersione e progressiva affermazione di una vera e propria “personalità di gruppo”.

Attraverso attività di scrittura individuale, analisi di testi opportunamente scelti, visione di film, lettura di immagini moderne e reperimento di fotografie “fuori moda”, la tematica in questione è stata affrontata, in seno al gruppo, oltre che con modalità sostanzialmente impersonali, anche attraverso dati autobiografici, in funzione dell’acquisizione di conoscenze finalizzate alla comprensione dei modelli estetici adottati dai giovani e al confronto propositivo con loro.

LE LINEE METODOLOGICHE ADOTTATE

Il sostrato comune ai quattro moduli sin qui descritti, si è snodato lungo una pista di lavoro scandita dalla stessa cadenza cronologica, sostenuta da coerenza contenutistica, orientata da unitarietà di obiettivi e prospettive di sviluppo.

Su questa base, ciascun modulo si è articolato in cinque fasi:

1. Approccio al problema;
2. Formulazione di ipotesi interpretative;
3. Verifica;
4. Integrazione dei percorsi;
5. Socializzazione dell’esperienza.

Le costanti che hanno attraversato e caratterizzato i percorsi progettati hanno i nomi della “*Ricorsività*” e della “*Progressività*”:

- la prima ha permesso di procedere dal semplice al complesso, dal vicino al lontano, dal vissuto al concettualizzato, dal concreto all'astratto;
- la seconda ha permesso di ritornare sui nuclei forti della problematica proposta, non per ripetere, ma per approfondire, nella consapevolezza che non si perseguono competenze diverse, ma gradi differenziati delle stesse, attraverso una diversa mediazione didattica.

Con particolare riferimento a quest'ultima, si è previsto un utilizzo integrato di mediatori attivi, iconici, analogici e simbolici; con una spiccata prevalenza, nel primo e nel terzo modulo, dei mediatori iconici e, nel secondo, dei mediatori attivi, perché funzionalmente orientati allo sviluppo di una adeguata intelligenza motorio-cinestetica.

Coerenti con i mediatori utilizzati, sono stati: il ricorso alle risorse ludiche, l'adozione della strategia dell'apprendimento cooperativo e l'utilizzazione del laboratorio inteso come luogo di sintesi tra conoscenze teoriche e abilità manuali, spazio di partecipazione attiva ai processi, opportunità di realizzazione concreta di prodotti.

Le linee metodologiche indicate si sono imposte come ineludibili, sin dalla fase ideativa del progetto, per il loro di potere di coinvolgimento attivo degli studenti, per la loro efficacia formativa e per la coerenza con le esigenze della tematica indagata che, pur da un angolo visuale particolare e da un'ottica interpretativa specifica, ha privilegiato la conoscenza del *territorio* come punto di snodo su cui rifondare i rapporti tra le discipline e quelli tra attività curricolari e attività extracurricolari: fluidi e continui sono stati, infatti, i rimandi tra le attività ordinariamente condotte nelle fasce orarie antimeridiane e le attività, realizzate in seno al progetto, in orario pomeridiano.

Poiché il territorio si qualifica come *soggetto* istituzionale entro cui interagiscono istanze formative, sociali, culturali ed economiche, nonché *oggetto* di istruzione e formazione in cui contestualizzare contenuti disciplinari e attività extracurricolari, esso ha rappresentato anche il punto di attenzione da cui sono scaturite e su cui si

sono riversate le scelte educative, i percorsi didattici, e le soluzioni organizzative adottate dall'Istituto, sia nell'ambito del progetto Beauty case, che nell'ambito dell'intero Piano dell'Offerta Formativa.

In funzione di questi presupposti, il progetto, per lo scenario entro cui si colloca, per i contenuti e le attività che ha sviluppato, per la metodologia di lavoro che ne sostiene la logica complessiva e per i risultati che ha inteso raggiungere, ha rappresentato un singolare punto di incontro tra l'educazione ambientale, lo sviluppo della società dell'informazione e il sostegno alla parità di genere e, pertanto, in linea di continuità con le esperienze realizzate nella scuola negli anni precedenti, ha aperto prospettive di sintesi che esaltano principi teorici, determinazioni concrete e prospettive di impegno dell'intera istituzione scolastica.

LA FORMAZIONE

Ciò che ha ispirato l'elaborazione del percorso di formazione, previsto dal progetto Beauty case, è stata la prospettiva di coniugare l'apprendimento delle studentesse e degli studenti e l'apprendimento delle diverse professionalità docenti, con l'apprendimento dell'intera istituzione.

Esso, infatti, è il risultato di specifiche attenzioni riservate, non solo alla tematica della *bellezza*, individuata come asse portante dei quattro percorsi realizzati, ma anche a più settori di ricerca, coerenti con la stessa e con i bisogni formativi espliciti e impliciti di tutto il personale della scuola: da quello letterario a quello socio-antropologico e da quello inerente alle problematiche della parità/differenza di genere a quello di più spiccato taglio metodologico riguardanti la didattica di laboratorio.

In particolare, sono stati affrontati i quattro temi che, in questa raccolta, vengono di seguito riportati e che testimoniano, la forte pregnanza culturale ed emotiva che l'esperienza della formazione, realizzata nella fase preliminare del progetto, ha avuto per coloro che, a vario titolo, vi hanno partecipato: la stessa, infatti, è stata condivisa, oltre che dai docenti in servizio nell'Istituto Comprensivo di Botrugno, direttamente e indirettamente coinvolti, anche da docenti e dirigenti scolastici delle scuole di Corsi, Otranto, Poggiardo, Taurisano, Minervino, Nociglia, Muro e Spongano.

Questa raccolta si qualifica, pertanto, come testimonianza visibile e leggibile di un momento di scambio tra persone di scuola che, anche attraverso i quattro interventi di *Antonio Errico*, *Luigi Spedicato*, *Anna Rita Merico* e *Rita Bortone*, hanno potuto cogliere il messaggio forte che, Fedor Dostojewskj prima e, Don Tonino Bello, poi, ci hanno lasciato: ***“È la bellezza che salverà il mondo. Non saranno le armi; non sarà la nostra saggezza, non sarà la nostra forza. La bellezza si. Amate la bellezza! Coltivate la vostra bellezza! Curate la vostra persona, curate la dolcezza del vostro sguardo e perfino la stretta di mano abbia uno spessore di tenerezza. È la bellezza che salverà il mondo. Scegliete per la vita! Amate le cose pulite, belle: la poesia, il sogno, la fantasia. Amate la poesia. Amate la bellezza! Diversamente sarà molto difficile che il mondo faccia inversione di marcia.”***

NOTE BIBLIOGRAFICHE

1. Jean BEAUDRILLARD, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 1980.
2. Antonio BELLO, *Senza misura*, Ed. La Meridiana, Bari, 1993.
3. Alberto CAVALLARI, *La fabbrica del presente. Lezioni di informazione pubblica*, Saggi Feltrinelli, Milano, 1990.
4. Vanni CODELUPPI, *Il potere della marca*, Boringhieri, Milano, 2002.
5. J. P. COMETTI, J. MORIZORT, R. POUIVET, *Le sfide dell'estetica. Momenti e problemi della contemporaneità*, UTET, Torino, 2002.
6. Naomi KLEIN, *No Logo. Economia globale e nuova contestazione*. Baldini e Castoldi, Milano, 2001.
7. James W. MCALLISTER, *Bellezza e rivoluzione nella scienza*, McGraw-HILL Libri Italia, 1998.
8. Cosimo SCAGLIOSO, *Mass media*, La Scuola, Brescia, 1984.
9. Elaine SCARRY, *Sulla bellezza e sull'essere giusti*, Il Saggiatore, Milano, 2001.
10. Salvatore VECA, *La bellezza e gli oppressi, Dieci lezioni sull'idea di giustizia*, Feltrinelli, Milano, 2002.