






## Un oggetto, 5 punti di vista

<b>Titolo</b>	<b>Un oggetto, 5 punti di vista.</b>
<b>Tema</b>	Fotografia e semantica.
<b>Obiettivi di apprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La gamma di interpretazioni che un oggetto può avere, a seconda del modo in cui scegliamo di presentarlo.</li> <li>Consapevolezza delle diverse prospettive.</li> <li>Consapevolezza circa l'importanza della scenografia, prestazione, luce, contrasto, diversi formati di fotografia.</li> <li>Familiarizzare con la fotografia fissa e i suoi valori: format della pellicola, primo e secondo livello, profondità).</li> </ul>
<b>Destinatari</b>	Dai 12 anni in su. Qualsiasi tipologia di destinatari, divisi in piccoli gruppi. Nessuna abilità richiesta.
<b>Tipo di attività</b>	Competizione fotografica.
<b>Parole chiave</b>	Interpretazione, Punti di vista, Relazione tra realtà e finzione.
<b>Descrizione</b>	<p>I partecipanti sono suddivisi in gruppi da 4-6 persone. Ogni gruppo sceglie un comune oggetto della nostra quotidianità. La scelta avviene tra gli oggetti che appartengono ai partecipanti quindi non è necessario procurare nulla. E' preferibile non scegliere un oggetto troppo piccolo né troppo grande (non una spilla, né una piantana!). Il gruppo deve fotografare l'oggetto in cinque diversi modi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Come noi usualmente lo vediamo.</li> <li>2 Come non lo vedremo mai.</li> <li>3 Come una scusa o una ragione per l'interazione sociale.</li> </ol>

	<p>4 Come il protagonista di una fiaba che risulta in un'altra immagine di finzione.</p> <p>5 Come un prodotto da pubblicizzare.</p> <p>Cosa accade di solito:</p> <p>1: molti argomenti che vale la pena di discutere con ciascun gruppo sono appunto come essi generalmente vedono questo oggetto, cosa significa questo oggetto per la maggior parte delle persone e come questi significati impliciti (invisibili) possono essere tradotti in un'immagine, creando così un senso di realismo e invisibili interventi direzionali.</p> <p>2: questo diventa una immagine assurda/senza senso, stimolando interventi ovvi.</p> <p>3: questo crea una immagine realistica in cui le persone si identificano.</p> <p>4: Questo invece diventa una immagine che spesso viene utilizzata in scenografia.</p> <p>5: questo crea un'immagine appartenente alla realtà virtuale dell'universo pubblicitario.</p>
<b>Spazi</b>	L'esercizio può essere svolto in aula oppure all'aperto.
<b>Materiali</b>	Una semplice macchina fotografica oppure tablet/smartphone per gruppo, (cavo USB, batterie cariche!), proiettore o laptop per mostrare gli elaborati.
<b>Durata</b>	Da 1 a 1.5 ore, dipende dal debriefing.
<b>Referenze</b>  <b>karpos</b>	<b>Un attività proposta da:</b> KARPOS - CENTER OF EDUCATION AND INTERCULTURAL COMMUNICATION -Greece info@karposontheweb.org - <a href="http://www.karposontheweb.org/?lang=en">www.karposontheweb.org/?lang=en</a>
<b>Contatti</b>  	<b>Union APARE-CME</b> – Francia <a href="http://www.apare-cme.eu/en/">http://www.apare-cme.eu/en/</a> Contatto: Armonie Segond – <a href="mailto:chantiers@apare-cme.eu">chantiers@apare-cme.eu</a>

