

## **Cultura del consumo, bellezza ed educazione dello sguardo. Per una pedagogia dell'essenziale**

### **Consumer culture, beauty and education of the gaze. For a pedagogy of essentiality**

*Maria Grazia Simone\**

#### **Riassunto**

L'articolo intende sollecitare una maggiore attenzione del discorso pedagogico sul tema della bellezza intesa come "direzione di senso educativo" e "dinamica significativa" (Musaio, 2006) per riscoprirlo come uno degli obiettivi più importanti della formazione dell'essere umano.

Il contributo delinea le piste di ricerca pedagogica e le opzioni didattiche percorribili per un'educazione alla bellezza negli ambienti di vita della persona, affinché si possa guidare la capacità di guardare all'essenziale anche all'interno delle vaste sollecitazioni offerte dalla cultura del consumo.

Dinanzi ad un agire volutamente esteriorizzato fino all'estremo, l'esperienza educativa sollecita a riconquistare la capacità di fare di se stessi il centro del proprio essere e della bellezza non il motore propulsivo della vanità ma un vettore di progettualità e di impegno individuale e sociale.

Educare alla bellezza e alla profondità del cuore avvicina l'essere umano al suo nucleo costitutivo per risvegliare la capacità di progettare nuovi modi d'essere e così suscitare la sete di essenzialità e di bellezza, necessarie per un futuro di pace e di giustizia.

**Parole chiave:** bellezza, sguardo, consumo, essenzialità, progettualità, ricerca di senso

#### **Abstract**

The paper intends to create a greater attention from the pedagogical discourse on the theme of beauty understood as "direction of educational sense" and "significant dynamics" (Musaio, 2006) to rediscover it as one of the most important objectives of the human being's training.

The paper outlines the pedagogical research tracks and the didactic options that can be followed for an education to beauty in the person's living environments

---

\* Assistant Professor di Pedagogia presso l'Università Telematica "Pegaso" di Napoli. E-mail: [mariagrazia.simone@unipegaso.it](mailto:mariagrazia.simone@unipegaso.it).

so that the ability to look deeply even within the vast stresses offered by consumer culture can be guided.

Faced with a deliberately externalized action to the extreme, the educational experience urges to regain the ability to make oneself the center of one's being and beauty, not the driving force of vanity but a vector of individual and social planning and commitment.

Educating to the beauty and depth of the heart brings the human being closer to its constitutive nucleus to awaken the ability to design new ways of being and thus arouse the thirst for depth and beauty, necessary for a future of peace and justice.

**Keywords:** beauty, look, consumption, essentiality, planning, search for meaning

«Chi cerca perle  
deve tuffarsi  
in profondità»  
(J. Dryden)

## 1. La bellezza: antidoto alla “globalizzazione dell’indifferenza”

«La bellezza salverà il mondo», promette una troppo nota e non meno simbolica e allusiva frase del principe Miškin nell’*Idiota* di F. Dostoevskij<sup>1</sup>.

Al giorno d’oggi, a volte, si può non esserne più così sicuri.

La logica che domina la vita sociale, culturale, economica e politica incita alla diffidenza verso l’altro e all’odio rispetto al diverso.

Gli scenari globali vengono percepiti come distanti e però fortemente condizionanti l’esistenza locale (Bauman, 1999; 2005) mentre la quotidianità appare sempre più incerta, anonima, frammentata, caotica, a volte povera di significato e di senso pur in presenza di tante opportunità e occasioni.

La sensazione dominante è quella di reagire come anestetizzati rispetto a quanto accade intorno. Ci si abitua: al clima che cambia (basta installare un condizionatore d’aria...), alla furia distruttiva delle calamità naturali (è sufficiente spostarsi “un po’ più in là”...) con la stessa naturalezza con cui si digeriscono velocemente le frasi cariche di odio del [pre]potente di turno, l’arroganza non più celata del politico corrotto, la notizia dell’ormai giornalie-

---

<sup>1</sup> La celebre frase è stata recentemente ripresa nel titolo di un’opera di C. Todorov (2010).

ro femminicidio tra le mura domestiche, l'episodio di bullismo avvenuto nella scuola dietro casa, lo sbarco di persone che fuggono dalla guerra e dalla povertà. Niente smuove e nulla scandalizza: è il rovescio della medaglia di un progresso sempre più sfrenato, dell'incertezza esistenziale, della sfiducia e della paura verso l'altro, della sensazione di impotenza, dell'aggressività gratuita verso il diverso, di relazioni sociali caratterizzate da superficialità, da squilibrio e da prevaricazione.

Una porzione di responsabilità, circa questo *modus vivendi*, è da attribuirsi alla cultura del consumo, ossia

La cultura del benessere, che ci porta a pensare a noi stessi, ci rende insensibili alle grida degli altri, ci fa vivere in bolle di sapone, che sono belle, ma non sono nulla, sono l'illusione del futile, del provvisorio, che porta all'indifferenza verso gli altri, anzi porta alla globalizzazione dell'indifferenza (...) Ci siamo abituati alla sofferenza dell'altro, non ci riguarda, non ci interessa, non è affare nostro!<sup>2</sup>.

Un problema educativo che, dal nostro punto di vista, emerge da queste considerazioni è la progressiva erosione degli spazi espressivi, delle opzioni sociali, delle manifestazioni comportamentali grazie alle quali è possibile praticare l'educazione alla bellezza.

La questione potrebbe meglio porsi mediante queste domande di ricerca, alle quali abbiamo scelto di rispondere in questo contributo: quanto accade intorno è perché siamo "a corto di bellezza"? oppure esiste una generale difficoltà nel riconoscerla? a che cosa ci si riferisce davvero quando si parla del bello? di che tipo di bellezza ha oggi bisogno l'uomo? come individuarla e promuoverla dal punto di vista educativo?

Sono davvero numerosi i punti di connessione tra la bellezza e la pedagogia, fra il bello e l'educazione. Più in generale, la bellezza riesce a collocarsi più efficacemente tra gli obiettivi della formazione dell'essere umano.

Non è necessario andare a scomodare le alte sfere della sociologia (si pensi, per esempio, alla concezione del bello in T. W. Adorno e, prima di lui, in letterati come Stendhal, in quanto "promessa 'mai mantenuta' di felicità") o quelle della filosofia (a partire da Platone passando per S. Agostino, D. Hume, I. Kant, F. Nietzsche, F. Schiller fino a J. Ortega y Gasset, U. Eco...e oltre) per parlare, in questa sede, di bellezza. Quella cui ci si riferisce, e che si vorrebbe diventasse sempre più una preoccupazione delle scienze dell'educazione, è dotata di profondità e di essenzialità al tempo stesso, si manifesta nella quotidianità, nelle piccole cose che sono «ancor più umili delle cose stesse» (Pessoa, 1986), spesso sottovalutate e quasi invisibili per chi

---

<sup>2</sup> Papa Francesco, 8 luglio 2013, Omelia da Lampedusa, a proposito delle stragi di migranti nel Mediterraneo.

insegue dei ritmi di vita frenetici e centrati sull'io: un gesto inaspettato, un sorriso, un fiore che sboccia, una vita che nasce, ecc.

Si vuole credere che «la bellezza salverà il mondo» non in quanto visionari, ma in qualità di pedagogisti, interessati al dover essere, a progettare nuove modalità di vita, ad orientare l'azione e la convivenza umana verso obiettivi sempre più ambiziosi, preoccupati della crescita interiore dell'uomo, della vita dello spirito, impegnati a favorire forme di dialogo in cui vi possa essere sviluppo umano e progresso sociale mediante il confronto, la condivisione e lo scambio di significati. La pedagogia, in quanto scienza “pratico-progettuale” (Pellerey, Grzadziel, 2011), è in grado di elaborare soluzioni rispetto ai problemi dell'educazione assicurando un elevato grado di validità ed efficacia alle pratiche educative da mettere in atto.

Al giorno d'oggi esiste un'enfasi notevole sulla bellezza fisica, effettivo biglietto da visita perché si è abituati a concentrare il bello nell'immagine esteriore, anzi a congelarlo in essa e, di fatto, privandolo della capacità di essere individuato in altri aspetti del vivere che non siano a connotazione prevalentemente estetica e visiva.

La cultura dominata dal consumo vede il corpo, più che la totalità della persona, come unica sede della bellezza. L'aver confuso quest'ultima con la vanità legittima il proliferare delle pratiche chirurgiche ed estetiche per rendere il fisico più “bello” in seguito a ricostruzioni, innesti di protesi, ecc. (Simone, 2009).

La possibilità di riconoscere la bellezza va molto al di là della capacità di inserire dei like sui social rispetto alle immagini patinate, ai corpi dei personaggi in voga del momento e si esplica, invece, nella fatica quotidiana di essere testimoni dei propri principi e valori, nel dovere di proteggere chi è vulnerabile, nella umiltà con cui si compiono alcune azioni, nella gratuità e nella autenticità che dovrebbe alimentare certe relazioni.

Z. Bauman (2015) si dice convinto che «la bellezza (non) salverà il mondo» e però invita ad osservare meglio:

possiamo trovare intorno a noi il bello nelle persone che ci circondano, nell'ascolto di una sinfonia, nei colori di un quadro, sul volto di un bambino sorridente, nelle montagne luminose, [...] nelle valli attorno a noi, guardando il sole che si posa tingendo di rosa la città, o in un'alba che risveglia le tinte di un cielo rosato. Davanti alla bellezza, dobbiamo soltanto imparare a guardarla, è impossibile cadere preda della disperazione.

Non è un caso che vi sia un legame tra la bellezza e l'intelligenza emotiva: la prima è componente fondamentale della seconda poiché il contrario della bellezza non è la bruttezza, ma “l'ignoranza emozionale”:

educare alla bellezza significa non tanto proporre un elenco di cose belle secondo canoni che possono, soprattutto da bambini e giovanissimi, essere incomprensibili o non condivisi, ma saper organizzare esperienze dello stupore estetico. Stupore che ciascuno può trovare superando il confine narcisistico del corpo nel quale la contemporaneità ha confinato l'idea della bellezza, nella relazione col mondo mediata dal pensiero e dalla conoscenza (Dallari, 2016);

avere la bellezza come ideale di vita e possedere gli strumenti intellettuali per cercarla e riconoscerne le manifestazioni indica un modello di qualità della vita (individuale e collettiva) capace di sottrarre la sacrosanta aspirazione al benessere e alla gioia all'identificazione di questi ideali con il modello rudimentale e non di rado volgare del denaro, del consumo, del lusso (Dallari, 2017).

Educare alla bellezza non vuol dire insegnare a distinguere ciò che è bello da ciò che è brutto ma accompagnare lo sviluppo di quella che D. Goleman (1997) definisce "competenza emotiva" ossia «l'insieme di abilità pratiche necessarie per l'autoefficacia dell'individuo nelle transazioni sociali che suscitano emozioni» per differenziare i contenuti dall'apparenza, la forma dalla sostanza, il significato dalla semplice sensazione.

Una persona emotivamente competente, di conseguenza, riesce a riconoscere distinguere l'essenza dalla forma ed è capace di entrare in connessione con la bellezza (del proprio essere, degli altri e del mondo circostante) attribuendole lo status di «via e meta dell'educazione» (Masciarelli, 2017).

Dinanzi alla povertà spirituale del marcusiano e sempre attuale "uomo ad una dimensione" (Marcuse, 1967), appare opportuno rilanciare l'idea della ricerca del bello come "compito di sviluppo", con tutta la portata semantica che questo ultimo costrutto detiene all'interno del discorso pedagogico (Paparella, 1990): proattività, tensione teleologica, spinta evolutiva, dinamismo, impegno, responsabilità.

## **2. Educare all'essenzialità dello sguardo**

La bellezza non si vede in superficie e si coglie in profondità, se si scandaglia tra le cose, tra i gesti e le relazioni, alla ricerca dell'essenziale, e se si compie anche uno scavo ermeneutico in se stessi alla ricerca delle proprie istanze di senso.

Quando l'unica dimensione esistenziale possibile è quella che esige la soddisfazione dei bisogni materiali, in un cliché che prevede l'acquisto, la rapida fruizione e l'immediato smaltimento, si rischia di generalizzare questo modus agendi e di utilizzarlo come copione per le relazioni sociali, per la vita degli affetti, per il proprio stile professionale, ecc.

L'educazione alla profondità dello sguardo, per questo, è davvero una priorità educativa non più procrastinabile.

Si è dedicato al tema un recente volume in quanto è parso di scorgere, all'interno della vasta gamma dei bisogni educativi emergenti nel nostro tempo, l'istanza dell'educazione dello sguardo sin dall'età infantile al fine di avviare la riflessione e la conseguente progettazione di interventi e di azioni educative in grado di accompagnare i soggetti in via di sviluppo verso un fare ed un pensare che si nutra, sempre e incessantemente, di stupore, di entusiasmo e di meraviglia di fronte al mondo e alle cose. Si tratta di educare a percepire e ad osservare, a interpretare ed a attribuire significato opponendosi all'omologazione dei punti di vista, alla lusinga di visioni stereotipate, alle interpretazioni univoche e settoriali.

Soltanto mediante l'acquisizione di uno sguardo attento e profondo si riesce ad essere pienamente partecipi di quanto accade intorno divenendo osservatori attenti, curiosi, vigili ed esigenti. Per questa via si risponde alle istanze di sviluppo personale e alle attese del proprio gruppo sociale mentre si conserva sempre un suo spazio di libertà, di creatività, di originalità, di irripetibilità nell'essere e nel manifestarsi (Simone, a, 2019).

A queste acquisizioni già maturate, aggiungiamo in questa sede un ulteriore convincimento: non basta saper guardare; per andare sempre più in profondità, per cogliere le cose essenziali, è indispensabile anche lavorare sulla qualità della relazione con l'altro.

La bellezza non è una costruzione individuale ma è sociale e culturale: il bello ha cambiato e cambia volti e caratteristiche a seconda della tradizione di un'epoca storica, delle sensibilità di un gruppo sociale, del gusto individuale.

Secondo D. Goleman (2011), invece, il bello è divenuto «una questione personale, individualizzata, addirittura, a volte, idiosincratica».

Lo sguardo, quando è profondo e quindi connotato da intenzionalità e proattività, è in grado di attuare un ribaltamento del rapporto tra osservatore e soggetto osservato: invita l'uno a guardarsi con gli occhi dell'altro, quindi a de-centrarsi (dal proprio ego, dalle proprie convinzioni, credenze, ecc.) per accogliere la diversità e vivere la relazione in termini di reciprocità e di "differenza" (Perucca, Simone, 2012), ossia di riconoscimento e di valorizzazione delle distinte specificità esistenti in chi osserva e in chi è oggetto di osservazione.

Lo sguardo è un dispositivo relazionale perché «ha sempre carattere dialogico e quindi ha sempre un destinatario ed è sempre espressione di un significato che rinvia ad una dimensione valoriale, con esiti ed effetti di chiaro rilievo evolutivo ed educativo» (Paparella, 2019; Perucca 2019).

Anche l'esperienza del bello può educare all'incontro tra sguardi perché «nell'amore, come nella bellezza, ogni sguardo è uno sguardo incrociato» (Cheng, 2007).

Il compito dell'educazione al bello e alla profondità dello sguardo affida una responsabilità del tutto speciale agli educatori, nel senso più ampio del termine (genitori, insegnanti, formatori, operatori del sociale, ecc.), chiamati a divenire "testimoni di bellezza" perché, specie in età evolutiva, si apprende ad essere e si costruisce una propria identità mediante un gioco di sguardi tra sé e gli altri (Simone, b, 2019).

La sfida educativa è quella di promuovere bellezza dando spessore alle relazioni nell'ambiente vitale perché divengano calde, appaganti, "nutrienti" per l'anima, anzi "ricostituenti", visto l'attuale clima di disagio affettivo e di povertà emotiva. Se, al contrario, a predominare è l'atteggiamento da "fast-food" (Ritzer, 1997), considerata anche la superficialità, la rapidità, il tornaconto personale e la logica frivola, vi è da pensare che non si generi appartenenza, si insinui la dissipazione e predomini l'insoddisfazione.

Pazienza, sensibilità, gratuità e "coraggio di educare" (Corsi, 2003) rappresentano gli ingredienti fondamentali per introdurre una bellezza sempre nuova nella propria vita e la giusta profondità al proprio spazio relazionale. Umiltà e disponibilità alla cura (Mortari, 2006) offrono alle nuove generazioni il terreno fertile per coltivare uno sguardo che si conservi sempre colmo di desiderio di conoscenza e di capacità di scelta.

Vince chi non si rassegna all'indifferenza dominante, a raffreddamento del cuore, dei legami affettivi e delle relazioni sociali.

Chi non si arrende, vince sempre perché contribuisce a rendere più umano questo mondo.

### **3. Nello spazio del consumo, per vedere e sentire "altrimenti"**

La funzione attuale del consumo non è più quella di soddisfare bisogni esistenti, ma di crearne sempre di nuovi all'interno di un flusso incessante (Baudrillard, 1976) che impedisce al consumatore di sentirsi pienamente soddisfatto delle sue ultime spese e, per questo, orientato verso sempre nuove esperienze di acquisto (Codeluppi, 2003).

Egli, per non rimanere indietro rispetto ai dettami della moda e per rivendicare una identità (Parmiggiani, 1997; Simone, 2007; 2009), si affida alle sollecitazioni provenienti dal mondo delle merci e delle esperienze in vendita obbedendo all'imperativo categorico di "cambiare": abbigliamento, arredamento, aspetto, abitudini...per poi sostituirli ancora e dirigersi velocemente verso altro, in una spirale senza fine.

Il consumatore è oggi un soggetto a caccia di sensazioni, di emozioni; la sua percezione della realtà è prima di tutto di tipo estetico e poi di tipo cognitivo o morale (Campbell, 1992; Fabris, 2003).

La diffusione capillare delle pratiche di consumo può apparire, ad una prima osservazione, come una sorta di invocazione alla bellezza nella sua veste di strumento per ottenere soddisfazione e piacere immediato. Ciò, in linea di principio, non è sempre da demonizzare se si coniuga a dimensioni connotate positivamente, proposte dal consumo, come il divertimento, l'intrattenimento, lo svago, la soddisfazione estetica, una qualche forma di socializzazione. La faccenda si complica se, a questi aspetti, si vanno ad aggiungere la rinuncia alla responsabilità e il ripiegamento narcisistico dell'individuo su se stesso: a questo punto comincia a non esserci più bellezza neanche in un'azione così gratificante e, per alcuni, emozionante come l'esperienza d'acquisto.

Il sistema del consumo si oppone alla ricerca dell'essenziale e alla intenzionalità; per questo riesce a scoraggiare la creazione di qualsiasi legame profondo: tra il consumatore e la merce o tra le schiere di coloro che frequentano assiduamente i luoghi della vendita. Il diritto di recesso è, a tutti gli effetti, la manifestazione della possibilità di fare a meno di azioni intenzionali e connotate di senso nell'ambito di una proposta incessante, di oggetti, di esperienze e persino di prodotti culturali da acquistare per realizzare «una vita tutta intesuta e ricamata col filo del fervore consumistico sulla tela delle reti commerciali» (Bauman, 2018).

È evidente che «se tutto è stato commercializzato, reso attraente (per divenire) un programma di intrattenimento, il pericolo è che si arrivi a non essere più in grado di notare una cosa del genere» (Bauman, Heller, 2015).

Non si tratta di demonizzare il consumo ma di avere, anche in quest'ambito della vita, uno sguardo sobrio ed esigente per riuscire a cogliere l'essenziale, per sentire e agire "altrimenti": al di là della moda del momento, al di fuori delle sollecitazioni commerciali e pubblicitarie che si ricevono per manifestare un personale punto di vista e una certa coerenza nel fare e nel'agire. In questo modo soprattutto i giovani possono divenire registi del proprio stile di consumo, più che subire suggerimenti e dettami altrui: non accontentandosi di "ciò che è in offerta" (in tutti i sensi) e impegnandosi a ricercare e ottenere quello che si desidera davvero.

Se la posta in gioco è quella di puntare all'essenziale, ossia di rimanere fedeli, in ciò che si fa, a ciò che si è veramente, il compito educativo nel consumo consiste nella capacità di costruirsi da sé una propria identità, scelta liberamente e non accettata passivamente. L'impegno da assumere è quello di rivendicare e progettare in autonomia il proprio itinerario esistenziale al di là di ogni tendenza dominante e a prescindere dall'abbondanza delle opzioni possibili.

#### 4. Humanity First. Dalla crisi al progetto

“Crisi” (Minello, 2012; Tramma, 2015) ed “emergenza educativa” (Ulivieri, 2018) cominciano ad essere due sostantivi piuttosto abusati all’interno del panorama semantico utilizzato per descrivere le attuali condizioni esistenziali.

Per quanto fortemente rappresentativi di una situazione in cui le scienze dell’educazione (e non soltanto esse) possono apparire talvolta in affanno rispetto alla capacità di offrire alcune risposte, arrestarsi sulla loro disamina può togliere energia al compito, non più rinviabile, di creare una progettualità nelle riflessioni e nei conseguenti interventi per cercare di invertire la rotta.

I discorsi fin qui condotti sollecitano a delineare almeno tre piste di intervento educativo da avviarsi, a seconda delle distinte specificità, nei percorsi formali, non formali e informali.

##### *La bellezza: da dono ad impegno*

Ricerca e promuovere il bello, inteso come “direzione di senso educativo” e “dinamica significativa” rappresenta un compito piuttosto impegnativo, per almeno tre ragioni: per il suo intrinseco legame con la verità e il bene; per le sue molteplici implicazioni nella vita dell’uomo e nel suo agire; per l’alone di pregiudizio che lo connota in quanto valore pressoché inutile in un mondo frenetico e disimpegnato.

Questo accade perché «l’epoca attuale (...) respinge la bellezza come possibilità di scoperta del significato delle cose, mentre preferisce accontentarsi di percorrere vie di consumo e di assuefazione anche al brutto dell’esistenza» (Musaio, 2007).

La bellezza, quella artistica o delle relazioni sociali, della natura o delle cose, è come un fiore raro: sicuramente da proteggere e, al tempo stesso, da rendere feconda e in grado di contaminare tutti gli ambienti di vita.

Aprire ogni via al bello è operazione necessaria per restituirgli diritto di cittadinanza tra coloro che risultano incapaci di stupore e di meraviglia, per suscitare il desiderio della vita e risvegliare l’entusiasmo della speranza.

Tra di essi, qualche volta, ci sono i giovani i quali sono in grado di opporsi al nichilismo (Galimberti, 2010) e ai tranelli del culto narcisistico (Lasch, 1986) se giungono a comprendere che non esiste soltanto una bellezza di superficie, di facciata, prevalentemente visiva e da esibire sui social media, relegata al corpo ed a se stessi (Hillman, 1999). Ciò che fa bello l’uomo non è il suo aspetto esteriore, ma la sua anima e il suo cuore quando sono capaci di “pensare in grande”, di “volare alto” ponendosi obiettivi ambiziosi riguardo alla più intima sfera esistenziale o in merito ad obiettivi legati alla convivenza sociale.

Dinanzi ad un agire volutamente esteriorizzato fino all'estremo, l'esperienza educativa sollecita a ritornare all'essenziale, a riconquistare la capacità di fare di se stessi il centro del proprio essere e della bellezza non il motore propulsivo della vanità, ma un vettore di progettualità e di impegno individuale e sociale.

In ragione di un discorso pedagogico sulla bellezza, forse ancora non sufficientemente esplorato,

il richiamo al bello come dimensione intrinseca dell'uomo diviene motivo di una ricerca, mai conclusa, intorno a quelle coordinate teoriche e pratiche in grado di rendere l'attenzione al bello un paradigma antropologico e pedagogico al quale richiamarsi soprattutto in presenza di una temperie culturale che, se da un lato coltiva il bello nelle sue molteplici manifestazioni, dall'altro rischia come non mai di perderne il messaggio esistenziale, formativo, etico e religioso che è in grado di trasmettere (Musaio, 2007).

Per tutte queste motivazioni il compito di educare alla bellezza non può essere improvvisato, occasionale, opzionale all'interno della proposta della famiglia, della scuola, del contesto informale. Esso è da ritenersi intrinseco alla progettualità educativa per riuscire ad avviare esperienze di scoperta e di riappropriazione del bello che è fuori e dentro ciascuno.

#### *Per una didattica dello stupore e della meraviglia*

Il bambino è l'essere che, più di altri, è costitutivamente orientato a stupirsi e meravigliarsi nella sua continua osservazione e frenetica esplorazione del mondo.

La ricerca ha dimostrato (Tauton, 1982; Costa, Corazza 2006; Palomba 2019) che esiste, già dalle primissime fasi dello sviluppo, un precoce "sguardo estetico" del bambino capace di orientarlo a preferire stimoli complessi, dotati di armonia, simmetria e di regolarità (giocattoli colorati, curve sinuose, oggetti luminosi, ecc.).

Fin dall'infanzia una proposta didattica che voglia educare alla bellezza e all'essenzialità, allo stupore e alla meraviglia interessa tutte le competenze del bambino (Paparella, 2005) e si volge a sollecitare le domande e le risposte possibili, a stimolare la creatività suggerendo di vedere altro e di vedere oltre le cose, a percepire ed esprimersi liberamente pur nel controllo degli impulsi. In questa maniera si conferisce vigore e spinta creativa al pensiero divergente (Guilford, 1950), si rifiutano gli schemi precostituiti e la semplificazione, si insegna a guardare attorno e dentro di sé con occhi sempre nuovi.

Può essere opportuno, nella pratica didattica con i bambini, offrire esperienze estetiche legate al quotidiano che stimolino tutti i sensi e richiedano

non una esecuzione schematica e riduttiva della consegna, ma l'opportunità (preferibilmente in modalità ludica) di utilizzare più codici espressivi e di sperimentare più vie esecutive suscitando l'attenzione sul processo e non soltanto sul risultato finale.

Durante le attività proposte, ci si sofferma sull'esplorazione del dato naturale e, contemporaneamente, nasce un utile pretesto per riscoprire la validità di pratiche antiche e essenziali come l'educazione al silenzio, all'ascolto, alla introspezione.

Nel caso di studenti adolescenti, assicura efficacia una metodologia didattica basata non sulla concettualizzazione rigida e definitiva da parte del docente bensì aperta ai loro interrogativi, ricca di scavi ermeneutici nella e tra le discipline, di osservazioni sistematiche da progettare, di ipotesi da formulare, di scelte da motivare, di lavori di gruppo in cui l'empatia, il dialogo, la condivisione e lo spirito di squadra agiscono da collante tra i ragazzi e tra questi e l'insegnante.

In questa maniera lo studente viene ad attrezzarsi degli strumenti necessari per ricercare un rapporto più diretto, vivo e dinamico con le acquisizioni disciplinari e culturali offerte dalla scuola e, per mezzo di queste, riesce a mettersi in ascolto del suo mondo interno, oltre che di quello esterno, nella consapevolezza che non esiste soltanto un modo per guardare alla realtà.

Allenare a percorrere i sentieri dello stupore e della meraviglia rappresenta una importante opportunità per avvicinarsi alla via maestra della bellezza, che è pienezza, armonia, profondità e essenzialità al tempo stesso.

#### *Per una profondità del cuore*

In un'epoca in cui la sensibilità può essere un difetto e la superficialità un valore, l'educazione interviene per curare quella che a noi sembra possibile definire la "sindrome del cuore stretto": un insieme di disagi propri di chi è indifferente a quanto accade intorno e disinteressato rispetto alle attese più profonde del proprio essere e degli altri.

Non esistono rimedi salvifici e non ci sono ricette infallibili e però non si può educare senza aiutare il soggetto in via di sviluppo a "frequentare" la sua interiorità, a sviluppare la conoscenza di sé e delle proprie capacità, delle proprie peculiarità e dei propri limiti, dei propri bisogni e delle proprie istanze di senso.

E poi, da qui, renderlo capace di oltrepassare il proprio mondo e aprirsi con generosità agli altri attraverso pratiche come la disponibilità, il servizio, la gratuità, il dono.

Educare alla profondità del cuore implica attuare un intervento definibile di "ortopatía empática", nel guidare un "giusto sentire" e così abilitare, tra gli

altri aspetti, la partecipazione affettiva, viva e sincera, alla gioia e alla sofferenza che interessa gli altri: esercizio piuttosto complesso e persino doloroso e però in grado di proteggere dal “furto dell’anima” (Barcellona, Garufi 2008), inibire l’apatia dei sentimenti e l’indifferenza che spesso si trasformano in odio rispetto all’altro da sé.

Possedere un cuore profondo significa essere dotati di un organo impegnativo, esigente, che batte a volte in maniera impetuosa perché è vivo, forte, resistente, ribelle, non si accontenta mai e sollecita la persona a scandagliare la sua interiorità, alla ricerca di sogni inconfessati e del desiderio di un futuro diverso da quello che il presente fa presagire.

Educare alla bellezza e alla profondità del cuore avvicina l’essere umano al suo nucleo costitutivo per risvegliare la capacità di concentrarsi sull’essenziale, progettare nuovi modi d’essere e così suscitare la sete di profondità e di bellezza, necessarie per un futuro di pace e di giustizia.

### Riferimenti bibliografici

- Barcellona P., Garufi T. (2008). *Il furto dell’anima. La narrazione post-umana*. Dedalo: Bari.
- Baudrillard J. (1976), *La società dei consumi*, tr. it., il Mulino: Bologna 1976.
- Bauman Z. (1999). *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*. tr.it., Laterza: Roma-Bari.
- Bauman Z. (2005). *Globalizzazione e localizzazione*, tr. it., Armando: Roma.
- Bauman Z. (2018). *La cultura nella società dei consumi*. tr. it., Laterza: Roma-Bari.
- Bauman Z., Heller A. (2015). *La bellezza (non) ci salverà*. Il Margine: Trento.
- Campbell C. (1992). *L’etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, tr. it., Edizioni Lavoro: Roma.
- Cheng F. (2007). *Cinque meditazioni sulla bellezza*. tr.it. Bollati Boringhieri: Torino.
- Corsi M. (2005). *Il coraggio di educare. Il valore della testimonianza*. Vita & Pensiero: Milano.
- Codeluppi V. (2003). *Il potere del consumo, viaggio nei processi di mercificazione della società*, Bollati Boringhieri: Torino.
- Costa M., Corazza L. (2006), *Psicologia della bellezza*, Giunti: Firenze.
- Dallari M. (2016), *Si può educare alla bellezza? Riflessioni sul ruolo della competenza emotiva e della sensibilità*, Intervento seminariale del 23 febbraio 2016 presso l’Università degli Studi di Trento, in: <https://webmagazine.unitn.it/formazione/8486/si-pu-educare-alla-bellezza>.
- Dallari M. (2017). *La bellezza può essere un obiettivo educativo?*, *Encyclopaideia*, 1: 1 e ss.
- Dallari M., Moriggi S. (2016). *Educare bellezza e verità*. Erickson: Trento.
- U. Eco, a cura di (2018). *Storia della bellezza*. Bompiani: Milano.
- Fabris G. (2003). *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*. FrancoAngeli: Milano.

- Galimberti U. (2010). *L'ospite inquietante. Il nichilismo e i giovani*. Milano: Feltrinelli.
- Gardner H. (2011). *Verità bellezza, bontà*. tr. it. Milano: Feltrinelli.
- Guilford, J. P. (1950). *Creativity*. *American Psychologist*, 5(9): 444-454.
- Goleman D. (1997). *Intelligenza Emotiva. Che cos'è e perché può renderci felici*. tr. it. Milano: Rizzoli.
- Hillman J. (1999). *Politica della bellezza*. tr. it., Bergamo: Moretti&Vitali.
- Lasch C. (1986). *La cultura del narcisismo. L'individuo in fuga dal sociale in un'età di disillusioni collettive*. tr.it., Milano: Bompiani.
- Marcuse H. (1967). *L'uomo a una dimensione. L'ideologia della società industriale avanzata*. tr. it., Torino: Einaudi.
- Masciarelli M. G. (2017). *La bellezza salverà i giovani. Una proposta formativa*. Torino: Effatà.
- Massa R. (1990). *Educare o istruire? La fine della pedagogia nella cultura contemporanea*. Milano: Unicopli.
- Minello R. (2012). *Educare al tempo della crisi*. Lecce: Pensa Multimedia.
- Mortari L. (2006). *La pratica dell'aver cura*. Mondadori: Milano.
- Musaio M. (2007). *Pedagogia del bello. Suggestioni e percorsi educativi*. Milano: FrancoAngeli.
- Palomba E. (2019). *Costruire bellezza nella prima infanzia*. In: Simone M. G., a cura di, *Lo sguardo. Percorsi per l'educazione dell'infanzia*. Bari: Progedit.
- Paparella N. (1990). *Il compito di sviluppo: una nuova categoria ermeneutica*, in: Scurati C., a cura di, *Realtà e forme dell'insegnamento*. Brescia: La Scuola.
- Paparella N. (2003). *Pedagogia dell'infanzia. Principi e criteri*. Roma: Armando.
- Paparella N. (2019). *Lo sguardo nell'infanzia: tra seduzione, narrazione e creatività*. In: Simone M. G., a cura di, *Lo sguardo. Percorsi per l'educazione dell'infanzia*. Bari: Progedit.
- Parmiggiani P. (1997). *Consumo e identità nella società contemporanea*. Milano: FrancoAngeli.
- Perucca A., Simone M. G. (2012). *Società mondo e pedagogia della differenza*. Napoli: Guida.
- Perucca A. (2019). *La dimensione dialogica dello sguardo*. In: Simone M. G., a cura di, *Lo sguardo. Percorsi per l'educazione dell'infanzia*. Bari: Progedit.
- Pessoa F. *Il libro dell'inquietudine*, tr. it. di M. J. de Lancastre e A. Tabucchi (1986). Milano: Feltrinelli.
- Pellerey M., Grzadziel D. (2011). *Educare. Per una pedagogia intesa come scienza pratico-progettuale*. Roma: Las.
- Ritzer J. (1997). *Il mondo alla McDonald's*, tr.it., Bologna: il Mulino.
- Simone M. G. (2007). *Consumo ed identità nella società contemporanea*. Per una lettura pedagogica. In: Binanti L. (a cura di). *Identità, socializzazione, educazione. Epistemologie dell'agire educativo a confronto*. Taranto: Barbieri Selvaggi.
- Simone M. G. (2009). *Consumo, identità, educazione*. Roma: Armando.
- Simone M. G. (a), a cura di (2019). *Lo sguardo. Percorsi per l'educazione dell'infanzia*. Bari: Progedit.

- Simone M. G. (b) (2019). Genitori e figli, apprendere ad essere dal gioco degli sguardi. In: Id., *Lo sguardo. Percorsi per l'educazione dell'infanzia*. Bari: Progedit.
- Tauton M. (1982). Aesthetic responses of young children to the visual arts: A review of the literature. *Journal of Aesthetic Education*, 3: 93-109.
- Todorov C. (2010). *La bellezza salverà il mondo*. tr. it., Milano: Garzanti.
- Tramma S. (2015). *Pedagogia e contemporaneità. Educare al tempo della crisi*. Roma: Carocci.
- Ulivieri S., a cura di, (2018). *Le emergenze educative nella società contemporanea. Progetti e proposte per il cambiamento*. Lecce.: Pensa Multimedia