

“Temo il giorno in cui la tecnologia andrà oltre la nostra umanità: il mondo sarà popolato allora da una generazione di idioti”.

La frase è di Albert Einstein. Per molti negli ultimi anni è stato fin troppo facile associarla agli smartphone e – di conseguenza – alla generazione dei millenials che, con questo strano oggetto, sono cresciuti. E che troppo spesso hanno finito per considerarlo naturale, scontato, rifiutandone qualsiasi utilizzo critico.

IL CINEMA IN TASCA nasce proprio da questa riflessione: dall'idea che i nostri figli non siano affatto degli idioti ma che, al contrario, vadano semplicemente aiutati a scoprire un modo più consapevole e creativo per usare quelle piccole e potentissime macchine da cui non si separano mai.

Li abbiamo aiutati a creare dei film, brevi, molto brevi, imperfetti, forse ingenui ma figli della loro passione, della loro curiosità e soprattutto testimoni di uno sguardo sul mondo molto meno banale di quanto – per comodità – noi adulti siamo portati a credere.

Perché in fondo il cinema è un gioco semplice e divertentissimo e perché, come ha detto Stanley Kubrik...

Se può essere scritto, o pensato, può essere filmato.

Associazione OFFF



ANDREA JUBLIN

Direttore Artistico

*E' un grande conoscitore dei ragazzi e ha da sempre lavorato con loro. Prova ne è che i suoi lavori – che hanno per argomento principale i preadolescenti, gli adolescenti e la scuola – hanno vinto numerosi premi nazionali e internazionali.*

*Tra questi la candidatura agli Oscar nel 2008 con il cortometraggio “Il Supplente” e quella al David di Donatello nel 2015 con il lungometraggio “Banana”, entrambi ambientati a scuola.*

*I ragazzi coinvolti nel progetto hanno imparato ad apprezzare e seguire il suo metodo partecipativo delle lezioni, dimostrando affezione ed empatia. Le sue lezioni hanno una struttura capace di coinvolgerli emotivamente e predisporre all'apprendimento attraverso il coinvolgimento emozionale unitamente al rigore scientifico.*

Una volta, negli anni settanta e, soprattutto, negli ottanta, alcuni cartelloni pubblicitari riportavano, a grandi lettere gialle, in alto a destra, di sbieco, la scritta: “Visto in TV!”. Come se fossero bastati dei passaggi televisivi a fare di quella mercanzia qualcosa di incredibilmente appetibile. C'è voluto parecchio tempo e milioni di ore di televisione a farci capire che non proprio tutto quello che passa dal tubo catodico, o da cosa diavolo passa oggi, sia da prendere esattamente come oro colato. Forse è anche per questo ricordo lontano che, in questi mesi, abbiamo tentato di dare ai ragazzi i mezzi per leggere, decodificare e gestire in maniera il più possibile consapevole. la mole impressionante di immagini artificiali, soprattutto in movimento, in cui sono immersi ogni giorno. E che gli arrivano, soprattutto, da quel benedetto telefonino che non mollano proprio mai. Insomma, un po' come dire: “Se non puoi sconfiggere il nemico, fattelo amico”. E, aggiungerei: “E se non riesci nemmeno a farglielo amico, allora, almeno, impara a capire quello che dice e come fa a dirlo”.

