Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 1

- Una buona notizia: Rai, quella farfalla riprova a volare
- L'appello dell'UICI al Servizio pubblico: "Canone, tassa ingiusta"

Il Telespettatore

ANNO 54 - N. 3/4

MARZO - APRILE 2017

Dal senso della comunicazione a una comunicazione di *senso*

Poste Italiane S.P.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art.1, comma 2 - DCB Roma

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 2

In questo numero

Anno 54° - n. 3/4 - Marzo/Aprile 2017

Editoriale 3

Cittadini mediali per essere sempre più Aiart
di Massimiliano Padula

Commenti 4

Doppio incontro in casa Aiart ... 4

Aiart, "Associazione Cittadini mediali", perché online e offline sono le due facce dello stesso territorio da abitare in modo consapevole ... 4

L'uomo al centro dell'algoritmo
di Maria Elisa Scarcello ... 5

L'identità del servizio pubblico nel nuovo ecosistema digitale
di Aldo Basile ... 6

Il primo ok allo schema di Convenzione Stato-Rai ... 8

'Parliamone sabato' chiude dopo le polemiche sulle donne dell'est ... 9

Canone Rai, diamo voce a chi non ha voce
di Alberto Sabatini ... 10

Gioco d'azzardo, l'urgenza di una conversione etica dell'immaginario
di Enrico Feroci ... 11

La violenza sulle donne si combatte educando
di Daniela Zambonini ... 12

Spettacolarizzare il dolore per ucciderlo
di Domenico Delle Foglie ... 13

In attesa di un Codice di autoregolamentazione aggiornato, esaustivo e rispettoso dei minori
di Domenico Infante ... 14

Lavori in corso
di Riccardo Colangelo ... 15

Standing Ovation: Rispettare i bambini e non sfruttarli
di Tullia Mauriello ... 17

Per una Tv rispettosa dell'infanzia e amica dei bambini
di Sandra Costa ... 18

Cenni storici dai territori 20

News 22

Il Telespettatore

Bimestrale dell'Aiart - Associazione Spettatori ONLUS

Via Aurelia 468, 00165 Roma
Tel. 06.66048450 - 338-8935053
www.aiart.org - aiart@aiart.org

C/C Postale n. 45032000 distribuzione gratuita ai soci
Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46)
art. 1, comma 2 - DCB Roma - Filiale di Roma
Abbonamento annuo € 20,00

Direttore responsabile: **Maria Elisa Scarcello**
Mobile **333 1133942**

Registrazione Tribunale di Roma n. 10108 del 5/12/64

Progetto grafico, impaginazione e stampa: **Stilgrafica srl**
Via Ignazio Pettinengo, 31/33 - 00159 Roma
Tel. 06.43588200 - Fax 06.4385693
www.stilgrafica.com - e-mail: info@stilgrafica.com

A tu per tu con il lettore

Un diritto incomprimibile 'fuori' bilancio: la tv e la tutela dei più deboli

Sono una ragazza di 22 anni divenuta sorda in seguito a una trasfusione. Ho conseguito il diploma quinquennale di perito commerciale, la patente europea e attualmente sto svolgendo un tirocinio presso una cooperativa dove mi occupo di archiviare documenti cartacei, trasformandoli in documenti informatici. Fortunatamente quella maledetta trasfusione non ha comportato altri danni cerebrali per cui è per me, una giovane donna intelligente, estremamente demoralizzante e frustrante non poter fruire di tutti i programmi che la tv trasmette. Credo che i sottotitoli o un interprete segnante siano un diritto di tutti coloro che come me sono desiderosi di conoscere, apprendere cose nuove e farsi opinioni, ma che non possono purtroppo capire moltissime cose che la tv trasmette. Il colmo è che anche in Paesi meno civili del nostro, in televisione c'è sempre un interprete in un piccolo riquadro al lato delle immagini. Perché da noi questo non è possibile? Gli stessi telegiornali tradotti sono pochissimi eppure l'informazione è un diritto. Possibile sia così difficile sottotitolare OGNI programma o avvalersi dei preparatissimi interpreti L.I.S. (lingua italiana dei segni) che già lavorano es. in RAI? Spero che l'Aiart possa farsi portavoce di tale problematica per noi sordi importantissima e di probabile facile risoluzione. Ringrazio anticipatamente del tempo dedicatomi, leggendo questo mio sfogo, e del tempo che vorrete dedicarmi ancora inoltrando il mio scritto agli organi competenti in materia.

Francesca Coluccelli
Associazione amici di Simone e AFISBi

Un invito al rispetto. È la vita il valore da pubblicizzare, non la morte

A nome di tutta la mia famiglia esprimo indignazione per tutta la pubblicità fatta al suicidio assistito di Fabiano Antoniani, (in arte Dj Fabo), il giovane uomo di 39 anni rimasto cieco e tetraplegico a seguito di un grave incidente stradale avvenuto nel 2014; il più serio commento sarebbe quello di tacere. Purtroppo nel circuito mediatico-politico, tutte le forme di pudore sono sistematicamente travolte dalla logica dello spettacolo, anche questa dolorosa fine è diventata un evento pubblicizzato a gran voce. Rispetto e pudore, due parole su cui riflettere. L'Associazione può esprimere pubblicamente la nostra disapprovazione?

Luigia Bernasconi di Cagno (Co)

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 3

I cambiamenti dell'Aiart davanti alle sfide della contemporaneità. Uno sguardo sempre più attento al nuovo panorama mediale, costante presenza nel dibattito e nello scenario pubblico e un coinvolgimento maggiore di tutte le realtà regionali

Cittadini mediali per essere sempre più Aiart

di Massimiliano Padula presidente@aiart.org www.aiart.org

Siamo *cittadini mediali*. L'assemblea straordinaria del 25 febbraio scorso ha formalizzato anni di confronto sul ruolo e sul posizionamento della nostra Associazione nell'attuale panorama mediale sempre più rimodulato dalle tecnologie digitali. Abbiamo scelto questo "sottotitolo" perché meglio rappresenta il nuovo ruolo dello spettatore, non più un esclusivo fruitore di contenuti proposti da altri, ma un attore protagonista e responsabile che, a sua volta, può essere creatore e generatore storie e rappresentazioni. Questa nuova denominazione completa lo storico acronimo associativo ancora straordinariamente attuale nello scenario contemporaneo in cui la televisione crea opinione, costruisce cultura ma a volte può degenerare in ambiguità e proposte lesive della dignità della persona. L'Aiart prosegue nella sua storica funzione di sentinella e di tutela. Tra gli ultimi interventi pubblici quelli riguardanti il servizio del programma "Le lene" sulla drammatica storia di Dj Fabo e la vicenda della trasmissione "Parliamone ...sabato" chiusa dopo una discutibile puntata in cui si parlava in modo banale e sessista delle donne dell'est. La nostra associazione è intervenuta anche attraverso note stampa (riprese dai canali d'informazione cattolici e non) confermandosi un interlocutore all'interno del dibattito pubblico. Chiudere il programma condotto da Paola Perego, però, la consideriamo una vittoria a metà. Saremmo stati più soddisfatti se la Rai, ispirata dalla sua mission di servizio pubblico, avesse scelto di continuare affrontando argomenti significativi, di pubblica utilità e non solo temi trash piegati alla logica dell'audience. Ma a volte all'approfondimento si preferisce la censura e l'impegno è sostituito da una facile caccia al colpevole e da critiche fini a se stesse. L'Aiart vuole provare a superare questa logica accompagnando l'attività di tutela con un progetto integrato di formazione a una "medialità consapevole", a un'espressione e a una narrazione sui media che rispetti la dignità della persona, esalti il bello, il vero, il giusto. La sfida è complessa (alcuni sostengono, forse a ragione, impossibile da vincere) ma noi vogliamo provarci. Anzitutto attraverso uno stile e un linguaggio inclini al confronto e poi mediante strumenti concreti. Queste pagine ne sono un esempio. "Il Telespettatore", da qualche mese, cerca di essere ancora di più un piccolo luogo di confronto a 360°, sbilanciato sulle specificità di un'associazione di cittadini mediali. E ancora "La Parabola" che a breve sarà disponibile. L'abbiamo trasformata in una collana edita da un editore nazionale e il primo volume sarà ispirato a un importante anniversario: i 50 anni del primo evento trasmesso in mondovisione. Proveremo ad analizzare come è cambiata la visione in questi ultimi 5 decenni definendo il concetto di *endovisione*: ovvero il passaggio da una visione sempre meno mondiale e generalizzata a una dimensione sempre più personale e riflesso della nostra coscienza.

Poi ci sono i territori che lavorano alacremente: le Marche, San Dona di Piave, Pavia, Pistoia sono le sedi che, nell'ultimo periodo, hanno organizzato iniziative lodevoli. Esorto i nostri lettori/soci ad attivarsi sui territori anche attraverso piccole iniziative che possano, a vario titolo, promuovere l'Associazione. Il Presidente nazionale e i suoi collaboratori assicurano supporto e confronto.

Infine, non mi resta che dire il solito (ma mai scontato) GRAZIE a tutti coloro che collaborano perché l'associazione possa continuare nel suo piccolo grande lavoro.

Chiedo a tutti i soci di rinnovare le *quote annuali* (che sono vitali per la sopravvivenza dell'Aiart) e di destinare (e far destinare) il *cinque per mille* alla nostra associazione. Una firma è molto poco per voi ma è tantissimo per noi.

Ribadisco, infine, che abbiamo cambiato sede legale. Ci troviamo in Via Aurelia, 468 (00165 Roma) e il numero di telefono è 06 6604 8450. Per qualunque informazione non esitate a scrivere al Presidente alla mail presidente@aiart.org. Scritto questo, vi saluto e vi auguro buona cittadinanza mediale.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 4

Confronto, incontro, condivisione e partecipazione affinché l'associazione possa continuare a incidere, significativamente e nel rispetto dei valori statutari, in un uno scenario comunicativo sempre più caotico e ibrido

Doppio incontro in casa Aiart

Il 25 febbraio scorso, a Roma, presso la sala Barelli dell'Azione Cattolica (Via Aurelia 481), si sono svolti il Comitato di Presidenza e l'Assemblea associativa. La mattina si è riunito il Comitato. Erano presenti, oltre al Presidente nazionale Massimiliano Padula, i due vicepresidenti Sandra Costa e Giovanni Baggio, il tesoriere Francesco Bellaroto, Giuseppe Antonelli, Luca Borgomeo, Lorenzo Lattanzi. Assenti Domenico Infante e l'assistente ecclesiastico don Ivan Maffeis che hanno mandato un saluto per iscritto. Alla sintesi di Padula riguardante il suo primo anno di presidenza, ognuno dei presenti ha condiviso proposte, necessità e criticità relative all'Associazione. Al pomeriggio, invece, si è svolta l'assemblea, divisa in due momenti. Durante il primo (la parte *ordinaria*) è stato condiviso e approvato il bilancio relativo all'anno precedente e sono state dibattute altre questioni relative all'associazione. Il secondo momento assembleare è stato *straordinario*. Alla presenza di un notaio, infatti, l'assemblea ha deliberato il cambio di denominazione che accompagnava lo storico acronimo A.I.A.R.T.: da *Aiart Associazione spettatori onlus* ad *Aiart Associazione cittadini mediali onlus*. Infine, è stata formalizzata anche la nuova sede legale associativa sita in Via Aurelia 468 Roma.

Aiart, "Associazione Cittadini mediali", perché online e offline sono le due facce dello stesso territorio da abitare in modo consapevole

L'Aiart si rinnova non solo nel logo ma anche nella denominazione e cambia il suo tradizionale acronimo in "Associazione cittadini mediali" con cui si vuol definire chi partecipa alla costruzione della vita civile, sociale e culturale; chi è soggetto di diritti, doveri e responsabilità; chi progetta, innova, produce. Un'autentica cittadinanza mediale però, consapevole di diritti e doveri, responsabile e capace di discernimento. I media non sono uno strumento ma un ambiente da abitare, perché tutto parte dall'uomo che utilizzando i media li fa esistere e dà loro significato. Il web non è un ambiente in cui l'uomo comunica, ma è riflesso della sua stessa dimensione etica, mentre lo screen dello smartphone costituisce un vero e proprio palinsesto dell'esistenza.

La scelta, frutto di un anno di studio, riflessioni, condivisioni e azioni concrete, è stata formalizzata il 25 febbraio scorso, in occasione dell'assemblea straordinaria dei soci, confermando e istituzionalizzando il passaggio sostanziale dal concetto di spettatore, ovvero colui che aspetta e fruisce del contenuto ricevuto, a cittadino, colui che non solo fruisce di contenuti mediali ma li progetta, li produce e ne è responsabile.

Per questo, però, è importante investire sulla formazione di cittadini mediali, non fornendo soltanto competenze digitali ma educando persone, attraverso un'efficace alleanza educativa tra famiglia, scuola, parrocchia, associazioni e media, affinché online (ma anche offline) siano responsabili e consapevoli delle opportunità e dei pericoli che possono discendere da un'inadeguata presenza in rete. Solo in questo modo potremo diventare quei 'canali viventi' capaci di aprire 'sentieri nuovi di fiducia e speranza auspicati da Papa Francesco nel Messaggio per la 51ma Giornata mondiale delle comunicazioni sociali.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 5

Se oggi la velocità è il messaggio come si può garantire una buona informazione? Contro le fake news non servono leggi parziali ma: educazione ai media e con i media; giornalisti indipendenti, competenti e credibili, misure economiche adeguate all'industria della notizia

L'uomo al centro dell'algoritmo

di Maria Elisa Scarcello aiart@aiart.org www.aiart.org

Nel constatare, giorno dopo giorno, i risultati prodotti 'dall'ubriacatura neotecnologica' è evidente che i ragazzi sono senza dubbio prodigiosi smanettatori sui social media, capaci di pubblicare materiali vari alla velocità della luce, ma quasi tutti ignorano la gerarchia delle notizie e i relativi valori. Twitter, Facebook, Instagram, chat, follower, visualizzazioni, contatti, link, condivisioni: tutte parole conosciute, impiegate, masticate, triturate, interiorizzate e compiaciute da un continuo e necessario update che se da una parte ha permesso una connessione con il mondo e un aggiornamento costante, dall'altra ha portato a un cumulo di dati informativi, privi di selezioni e valutazioni che spesso sfociano in bufale tremende. Nell'era dell'informazione istantanea la realtà diviene, quindi, prodotto dell'emotività, della volontà e della fiducia piuttosto che dell'evidenza e le chiacchiere diventano notizie. Un timido tentativo nel controllare la veridicità delle notizie è stato annunciato da Adam Mosseri (vice presidente di Facebook e responsabile del news feed), annunciando che l'azienda avvierà la collaborazione con alcuni siti di fact-checking (Snopes, Abc News e Factcheck.org) per controllare la veridicità di notizie segnalate come false, tramite un apposito "tasto anti-bufale" messo a disposizione dei lettori. Le fake news non verranno comunque cancellate ma collocate in posizioni più basse nel news feed. Diversa la scelta di Google che ha annunciato la sua intenzione di migliorare l'algoritmo di ricerca per penalizzare le informazioni "non autorevoli" e valorizzare quelle di qualità. Il problema è che né Facebook né Google dovrebbero avere il ruolo di decidere cosa è vero e cosa è falso. Questo è un compito che spetta al giornalismo.

L'invito è, quindi, quello di riflettere sullo sviluppo industriale della notizia falsa: un fenomeno che è sempre esistito ma che oggi, paradossalmente, nell'era della trasparenza, esplode e preoccupa, perché fake news e realtà dei fatti sono posti semanticamente ed economicamente sullo stesso livello, tanto da non riuscire più a distinguere l'informazione da ciò che non è informazione. È bene precisare che le fake news non sono notizie imperfette, sbagliate o nate male. Sono piuttosto un inganno: notizie false, prodotte consapevolmente e messe in circolazione con scopi precisi che possono andare dalla propaganda politica a ragioni di puro profitto. Esistono oggi delle vere e proprie catene di montaggio digitali in Macedonia, Bulgaria e Stati Uniti che hanno uno scopo solamente commerciale, a disposizione del migliore offerente, che sia un governo impegnato nel sabotare una campagna presidenziale o un'azienda in cerca di pubblicità per un proprio prodotto. Una vera e propria stortura industriale determinata dalla velocità di diffusione dell'informazione data da: un sistema di distribuzione automatico e ripetitivo e da un incentivo economico basato sulla misura più basica e stupida, cioè il click. Tutte condizioni dove non c'è più tempo per verificare e così si arriva a manipolare l'informazione. Il pubblico si trova quindi a riconoscere legittimità a una molecola di contenuto, perché è una parte misurabile della discussione globale, ormai anche graficamente inserita nella notizia (numero di like, condivisioni, eccetera). La prova della realtà dei fatti non interessa più, non è pertinente. Viene messa in discussione la stampa e il ruolo del giornalista come mediatore, ovvero colui che legge la realtà, la analizza, facendone una selezione ragionata, responsabile, consapevole e la traduce da una sfera priva di significato ad una accettata, ri-

segue a pag. 8

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 6

Massimo Scaglioni, professore di Storia, Economia-Marketing dei media all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e studioso di consumi mediali e televisivi, riflette, in una intervista esclusiva per il Telespettatore, sul ruolo del Servizio pubblico in uno scenario di competizione sempre più globale

L'identità del servizio pubblico nel nuovo ecosistema digitale

di Aldo Basile aiart@aiart.org www.aiart.org

Abbiamo ancora bisogno del servizio pubblico radiotelevisivo o si tratta, piuttosto, di un 'ferro vecchio' da destinare al pensionamento? Il volume mira a rispondere, almeno in due direzioni. Da un lato ricostruendo le radici profonde che sono alla base del progetto di servizio pubblico, dall'altro provando a immaginare il futuro del servizio pubblico attorno a dieci snodi cruciali. Cosa significa tv 'di qualità'? Che identità deve darsi nel nuovo ecosistema digitale? Che ruolo può ricoprire un'impresa televisiva pubblica in uno scenario di competizione sempre più globale? Che valore hanno la memoria e l'archivio? Che funzione può svolgere la tv nella promozione dell'industria culturale nazionale? Sono tutti ambiti sui quali il servizio pubblico può e deve avere un ruolo determinante: è però necessario ripensarne il progetto per il nuovo millennio.

Professore, perché un libro sul servizio pubblico radiotelevisivo?

Per una ragione apparentemente contingente. Fra il 2016 e il 2017 in molti paesi europei il tema del servizio pubblico è tornato all'ordine del giorno. In Gran Bretagna, per esempio, dove nel corso del 2016 si è sviluppato un ampio dibattito in vista del rinnovo della Royal Charter, la convenzione che attribuisce alla BBC l'onere e l'onore di svolgere il public service broadcasting nel Regno Unito. O in Svizzera, dove un referendum minaccia di abolire il canone. E ovviamente in Italia, anche in questo caso per l'approvazione della Convenzione/Concessione con la RAI. E dove, per la verità, il dibattito sul servizio pubblico non viene mai meno: basti pensare ai recenti casi del tetto agli stipendi degli artisti e del cosiddetto "piano Verdelli" di ridefinizione della struttura produttiva dell'informazione. Ma, al di là delle contingenze, penso due cose: che mai come oggi avremmo bisogno di un buon servizio pubblico, e che mai come oggi il servizio pubblico è sotto attacco, perché si pensa che non ce ne sia bisogno. Il libro nasce con un intento quasi pedagogico (per quanto possa fare un libro): spiegare cosa è stato, cosa può essere il servizio pubblico e perché è importante riformarlo ma anche difenderlo.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 7

In una contemporaneità complessa, nella quale ogni azione sembra orientata intorno a logiche funzionali e di mercato, ha ancora valore parlare di servizio pubblico?
Assolutamente sì, proprio perché la realtà è sempre più complessa abbiamo bisogno di strumenti per comprenderla meglio. Per queste ragioni è nato il servizio pubblico, nei lontani anni Venti del Novecento, in Gran Bretagna. Oggi le caratteristiche del sistema mediale, e della cultura più in generale, sono diverse rispetto al passato. Ma un'istituzione come il servizio pubblico è ancora più importante. Potremmo fare molti esempi, in molte aree di genere. La più ovvia è quella dell'informazione. Nell'epoca della "post-verità", dove tutto sembra vero (o falso), il servizio pubblico dovrebbe sviluppare un'informazione credibile e autorevole destinata a tutti. Purtroppo non in tanti leggono i giornali, e una parte consistente della popolazione si informa solo attraverso la TV. Una presenza di un buon servizio pubblico è più che mai necessaria. Purtroppo questo è anche l'esempio più dolente, se si confronta il servizio pubblico nazionale con quello di altri Paesi: sul piano dell'informazione, la RAI non ha mai saputo coltivare grande autonomia dal potere politico. E poi ci sono altre aree su cui il servizio pubblico è necessario. Persino nell'ambito di genere più leggero, l'intrattenimento. Perché in questo caso il servizio pubblico dovrebbe fare da volano per una produzione di contenuti nazionali, possibilmente di buon livello "linguistico" (intendo, innalzando il livello "linguistico" della televisione in generale, anche della concorrenza).

La Rai degli ultimi anni sembra sempre più appiattirsi sui processi di una televisione commerciale. Lo si evince dalla proposta dei suoi contenuti, sempre più "similari" ai network privati? Secondo lei, possiamo parlare di una sorta di "pensiero unico radiotelevisivo" indipendente dalle finalità delle singole emittenti?
Purtroppo il "duopolio" Rai-Mediaset degli anni Novanta e dei primi anni Duemila ha reso molto simili la tv commerciale e quella di servizio pubblico, anche se delle differenze importanti sono rimaste. Lo sforzo di costruire un buon servizio pubblico è molto arduo, molto più difficile che costruire una tv commerciale. Perché il servizio pubblico deve cercare al contempo di essere popolare e di qualità. Ma nella storia della RAI ci sono buoni esempi, sia prima della fine del monopolio che dopo. Dunque l'alchimia è possibile. Però la RAI dovrebbe lavorare oggi soprattutto sulla sua differenza dalla tv commerciale. Il caso del contenitore pomeridiano condotto da Paola Perego è stato così clamoroso perché quel contenuto, sebbene di cattivo gusto, poteva rientrare nelle logiche di una tv commerciale, ma risultava del tutto inaccettabile per il servizio pubblico, che dovrebbe lavorare sull'inclusione, sul superamento dei più vieti stereotipi, e non alimentarli. Dunque, la missione della Rai per i prossimi anni è lavorare sulla differenza, pur non uscendo dal mercato, ovvero non perdendo la sua centralità, la sua popolarità. La RAI ha un grosso aiuto, che è il canone e ha il dovere di farlo fruttare al meglio.

L'ultimo polverone che ha caratterizzato la Rai riguarda la sospensione del programma Parliamone…sabato condotto da Paolo Perego? È stato giusto chiuderlo? Non sarebbe più significativo che autori, capostruttura, redattori proiettassero le loro storie su contenuti più aderenti alla mission del servizio pubblico?
Ho già anticipato la risposta, Dico sì, è stato giusto chiudere il programma. Quel contenuto era del tutto lontano dalle logiche di un servizio pubblico. Ovviamente non è un caso isolato e bisognerebbe vigilare su casi analoghi. Anche se la cosa più sconvolgente non è stato il contenuto in sé, ma il fatto che nelle catena di comando (da capistruttura fino agli autori) nessuno si sia accorto che era meglio fermarsi, che qualcosa non andava. Viene da riflettere sui modi in cui i professionisti vengono selezionati. Anche qui c'è un impegno per la Rai del prossimo futuro: tornare a selezionare il meglio. È finito il tempo dei professionisti-improvvisati. Per il servizio pubblico ci vuole grande competenza e grande responsabilità.

L'Aiart, la storica associazione dei telespettatori, da qualche tempo ha aggiunto al suo acronimo l'espressione "cittadini mediali". Ci sentiamo sempre più cittadini, ovvero non semplici fruitori di narrazioni proposte da media, ma anche produttori, "spettAttori e spettAutori. Come "legge" e interpreta il nuovo scenario mediale sempre più rimodulato dalle pratiche e dai formati del digitale come la partecipazione, la condivisione, la convergenza?
Il nuovo ecosistema mediale apre una varietà di possibilità a tutti noi: non più semplicemente fruitori passivi, ma sempre più partner attivi della comunicazione mediale. Anche se non possiamo farci illusioni: il mondo dell'orizzontalità comunicativa, della rete, dei social non è sempre sinonimo di "bene" e di "responsabilità", anzi. Occorre una competenza diffusa sul miglior uso dei media digitali, e occorre che i media più tradizionali (come la televisione), cui resta un ruolo chiave di comunicazione più "verticale", svolgano il loro ruolo con responsabilità.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 8

segue da pag. 5

conosciuta e a sua volta soggetta a intelligibilità da parte del pubblico. Il tema è caldo, serio e le idee per affrontarlo si susseguono: dall'istituzione di un network europeo di agenzie pubbliche contro le fake news, alla proposta di vietare l'anonimato per risolvere la questione delle bufale sul web. Proposta, quest'ultima, che ha di per sé, ha i suoi pro e contro; infatti, non bisogna dimenticare che proprio grazie all'anonimato sono state realizzate tante importanti inchieste giornalistiche e soprattutto che l'anonimato in rete rappresenta anche una garanzia di espressione democratica in tutti quegli Stati dove i diritti civili e politici non sono garantiti. Giornalisti, comunicatori e rappresentanti delle organizzazioni che si occupano di comunicazione confermano, però, concetti comuni ben precisi: informazione di qualità, serietà del lavoro di verifica, indipendenza, pluralismo e credibilità. Una cosa è certa: non servono leggi o elenchi speciali ma giornalisti animati dal 'sacro fuoco', che abbiano sempre forza e amor proprio, voglia di superarsi, essere competitivi, investendo tempo e competenze per denunciare le menzogne, l'ingiustizia, la corruzione e gli abusi di potere; serve educazione e conoscenza critica da parte degli utenti dei media sui meccanismi selettivi della produzione delle notizie e sulla inevitabile distinzione tra realtà ed informazione e per ultimo, non per importanza, servono misure economiche che rendano sostenibile l'industria della notizia attendibile contro lo strapotere dell'algoritmo. È il merito a dover essere messo al centro, e dunque l'uomo più che l'algoritmo.

Via libera del Consiglio dei ministri allo schema di Convenzione tra Stato e Rai per la Concessione del Servizio pubblico radiotelevisivo e multimediale. «Una buona notizia», afferma, in una dichiarazione esclusiva al Telespettatore, il presidente della Fnsi, Giuseppe Giulietti

Il primo ok allo schema di Convenzione Stato-Rai

Il Consiglio dei ministri ha deliberato la concessione in esclusiva alla Rai dell'esercizio del Servizio pubblico radiofonico, televisivo e multimediale per i prossimi dieci anni a partire dal primo maggio 2017 e ha approvato, nella seduta del 10 marzo, lo schema di Convenzione recante le condizioni e le modalità di tale esercizio (rif. Legge a pag 15). Sarà la spinta decisiva al cambiamento dell'azienda che si attende da anni? Una notizia accolta con favore dal presidente della Federazione nazionale della stampa italiana, Giuseppe Giulietti, che in una dichiarazione esclusiva per "Il Telespettatore" afferma: "Il rinnovo della concessione decennale del Servizio pubblico radiotelevisivo alla Rai è una buona notizia. In particolare è positivo che si specifichi l'esclusività del rapporto di concessione. Ora bisogna aprire il confronto su tre elementi fondamentali: la *mission* della concessionaria, le risorse economiche con cui si intende "dare gambe" al nuovo progetto decennale e, quindi, le risorse professionali da impiegare. Su quest'ultimo punto la Fnsi ha già più volte chiesto all'azienda di convocare un tavolo per regolarizzare i giornalisti precari delle reti. È poi essenziale che la Rai dedichi ulteriori sforzi ad illuminare tutte quelle storie che, nel bene e nel male, rischiano di restare fuori dall'informazione *mainstream*. Temi quali l'accoglienza, i diritti civili, la diffusione della cultura, da un lato, la lotta alla mafia e al malaffare, ai linguaggi dell'odio e agli stereotipi, dall'altro. Con un occhio di riguardo alla tutela dei minori e delle fasce più deboli della popolazione. Un confronto che dovrà essere il più ampio e condiviso possibile ed aperto anche all'associazionismo e ai cittadini, non riservato solo agli addetti ai lavori. Per questo, insieme ad altre associazioni, saremo il 30 marzo alla Casa del cinema, a Roma, per un convegno che vuole proprio avviare la riflessione sulla *mission* della Rai, sul piano industriale e sul piano editoriale: temi che saranno regolati dal Contratto di servizio. Una volta dato il via al nuovo corso, sarà infine necessario tornare a discutere della *governance* della Rai Servizio Pubblico, che, per adempiere al meglio il proprio compito, ha bisogno di affrancarsi definitivamente dal controllo della politica".

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 9

Rai: Aiart, soddisfazione per la decisione di chiudere *Parliamone sabato,* il programma - all'interno di *La vita in diretta* - condotto al sabato pomeriggio da Paola Perego. Sdegno sui social, nel mondo della politica e della cultura fino alla chiusura del programma

'Parliamone sabato' chiude dopo le polemiche sulle donne dell'est

"Gli errori si fanno e le scuse sono doverose, ma non bastano, occorre agire ed evolversi. La decisione di chiudere *Parliamone sabato* non è, infatti, solo la semplice e necessaria reazione ai contenuti che contraddicono la mission del servizio pubblico e la nostra linea editoriale; ma è anche una decisione che accelera la revisione del daytime di RaiUno1 sulla quale peraltro stavamo già lavorando da tempo. Questo al fine di rendere i contenuti Rai sempre più coerenti ai valori che ne ispirano la missione". È chiaro il dg Rai Antonio Campo Dall'Orto nell'annunciare la decisione di chiudere il programma di RaiUno, condotto da Paola Perego. Al centro delle polemiche un servizio dedicato alle donne dell'est intitolato "La minaccia arriva dall'est. Gli uomini preferiscono le straniere" (sottotitolo: "Sono rubamariti o mogli perfette?") con tanto di "lista" contenente le ragioni per cui gli uomini italiani dovrebbero preferirle alle donne italiane. Una discussione con ospiti in studio e poi una grafica con ben 6 punti che doveva spiegare, secondo gli autori del programma, il valore aggiunto in base al quale gli uomini italiani - e non solo - preferirebbero o dovrebbero preferire le donne dei paesi balcanici, in particolare dei paesi dell'ex Unione Sovietica. Il dibattito (partito dal «caso esemplare» della first lady Usa Melania Trump) e la «lista» (che oscilla tra sessismo e razzismo) non passano ovviamente inosservati.

L'Aiart insorge e il presidente Padula dichiara: "Un micro circo fatto di personaggi stereotipati che disquisiscono su presunte categorie femminili come se fossero fenomeni da barraccone. Continuiamo a essere delusi da un Servizio Pubblico che, invece di puntare su approfondimento serio e contribuire alla crescita culturale dei telespettatori, orienta parte della propria programmazione su temi spazzatura che, come in questo caso ledono anche la dignità della persona". Lo sdegno sui social non manca ed è sempre più acceso, poi l'indignazione del mondo della politica e della cultura fino alle scuse del direttore di RaiUno, Andrea Fabiano e a quelle della presidente di viale Mazzini, Monica Maggioni che definisce la rappresentazione fatta sul servizio pubblico un errore inaccettabile e surreale dell'Italia del 2017: "Ogni giorno ci interroghiamo su quale immagine di donna veicoliamo, su come progredire, uscire dagli stereotipi. Poi accade un episodio come questo: il problema non è una battuta inconsapevole, ma la costruzione di una pagina su un tema del genere". Anche il presidente della commissione di Vigilanza Rai, Roberto Fico, afferma: "I responsabili di ciò che è successo devono dimettersi". Duro anche il commento di Francesco Verducci, vicepresidente della Commissione Vigilanza Rai: "La Rai ha il compito di promuovere democrazia e diritti, quanto avvenuto è molto più di un semplice incidente. I responsabili devono dimettersi". L'Usigrai, il sindacato dei giornalisti Rai, parla di "un siparietto disgustoso di cui come dipendenti, come donne e uomini della Rai ci vergogniamo. Positive le scuse ma ovviamente non possono bastare. È indispensabile che vengano presi provvedimenti nei confronti di tutti i responsabili".

Dopo la chiusura del Programma altri responsabili della trasmissione, tra cui il capostruttura di Rai1 Raffaella Santilli, avrebbero ricevuto una contestazione disciplinare ed avrebbero risposto ricostruendo tutta la filiera delle responsabilità. Paola Perego si è difesa affermando che i vertici Rai erano perfettamente al corrente del tema della trasmissione. Al momento non ci sono altri elementi di approfondimento sul Caso e non è escluso, almeno lo si spera, che quando leggerete questo scritto si saprà qualcosa in più e che non finisca tutto nel 'dimenticatoio'. L'Aiart, associazione cittadini mediali, continuerà a monitorare le scelte della Rai, senza perdere mai di vista la sua mission che è quella di tutelare i telespettatori.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 10

La Rai non "vede" ragioni per esentare i ciechi dal pagamento del canone: un'imposta dovuta per il semplice possesso della Tv. Intervista a Stefano Tortini, Vicepresidente Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti

Canone Rai, diamo voce a chi non ha voce

di Alberto Sabatini aiart@aiart.org
Presidente AIART Emilia Romagna
www.aiart.org

Qual è la vostra posizione sul tanto discusso canone RAI?
Riteniamo che il pagamento del canone RAI sia una tassa legittima solo nella misura in cui essa sia collegata ad un'offerta completa di audiovisione, in modo da rendere anche le persone non vedenti o ipovedenti in grado di fruire al 100%, al pari degli altri, dei servizi televisivi e di streaming live e on demand. Oggi questo non avviene nella sua completezza e a molti cittadini con disabilità sensoriali, pensiamo in primis alla nostra categoria troppo spesso esclusa dal processo di esenzione, non viene fornita una giusta garanzia di accesso ai prodotti culturali della tv di stato. Ci tengo a precisare che se parliamo di servizio pubblico, nel senso più profondo del termine, allora necessariamente dobbiamo fare riferimento ad un insieme di proposte che devono essere messe a disposizione di tutti, in modo ottimale, indiscriminato e non parziale. Riceviamo, infatti, molte segnalazioni di utenti non vedenti o ipovedenti che non trovano giusto il pagamento del canone rispetto ad un servizio che utilizzano in parte o in modo limitato, non per causa loro.

A che punto siamo nel processo di accessibilità comunicativa?
Sono pochissimi oggi i prodotti accompagnati da una descrizione audiovisiva ed è anche carente l'accessibilità alle tecnologie che permettono alle categorie più svantaggiate la fruizione online di film, notiziari, serie televisive e documentari di diverso genere. Ciò che manca è spesso una standardizzazione dei software, che non sempre risultano disponibili e compatibili con il servizio offerto, creando non pochi disagi alle persone con disabilità. In un mondo sempre più tecnologico e open source questo passo in avanti è necessario. Un segnale importante nel panorama italiano è arrivato dall'approvazione della nuova legge sul Cinema e l'Audiovisivo perché, anche grazie al lavoro fatto dall'Unione Italiana Ciechi insieme al Ministro Dario Franceschini, alla Senatrice Rosa Maria Di Giorgi e alla Commissione Cultura al Senato, è stato possibile legare la ricezione dei finanziamenti pubblici erogati ai produttori cinematografici al rispetto di criteri precisi di accessibilità stabiliti dalla Convenzione ONU sui Diritti delle Persone con Disabilità. Certamente l'impegno dovrà essere consolidato nel tempo con i Decreti Attuativi della Legge e da parte nostra continueremo a vigilare affinché vengano rispettati i principi definiti dalla Convenzione, come quello dell'articolo 30 contenuto in essa dal titolo "*Partecipazione alla vita culturale e ricreativa, agli svaghi ed allo sport*", ove si "*riconosce il diritto delle persone con disabilità a prendere parte su base di eguaglianza con gli altri alla vita culturale e a prendere tutte le misure appropriate per assicurare che le persone con disabilità godano dell'accesso a programmi televisivi, film, teatro e altre attività culturali, in forme accessibili*".

> **"L'accessibilità in Tv: un dovere e un diritto"**

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 11

Dietro ai numeri positivi dell'industria del gioco d'azzardo, si nasconde una piaga individuale e sociale che abbatte i princìpi fondamentali della Costituzione: la tutela della dignità della persona, del risparmio e della salute. Necessaria una maggiore responsabilità mediatica, politica ed economica

Gioco d'azzardo, l'urgenza di una conversione etica dell'immaginario

di Enrico Feroci **aiart@aiart.org** **www.aiart.org**
Direttore Caritas Roma

Era aprile di due anni fa quando l'AIART si fece promotore di un convegno per invocare lo "Stop alla pubblicità del gioco d'azzardo". In quelle settimane il dibattito sul riordino del cosiddetto gioco pubblico aveva messo a nudo la forza degli interessi in campo da parte degli operatori economici del settore tanto quanto le ambiguità della politica statale in materia.
A posteriori, sappiamo che quella riforma non è giunta a compimento: anzi, ora è aperto il fronte contro l'unica politica, quella delle amministrazioni locali, che ha saputo e voluto mobilitarsi contro questa piaga sociale, cercando di arginarne la proliferazione nelle città per prevenirne i costi sociali, sanitari e di sicurezza urbana.
La tenacia della società civile anti-azzardo si è rivelata una risorsa importantissima. Ha contribuito a far inserire nella Legge di Stabilità 2016 il divieto della pubblicità del gioco d'azzardo in televisione e radio, seppur limitatamente alle trasmissioni generaliste dei canali in chiaro e alla fascia oraria dalle 7 alle 22, eventi sportivi esclusi. Quando intervenimmo nel corso del convegno AIART, come Caritas di Roma sentimmo di doverci soffermare su quanto la pubblicità del gioco d'azzardo fosse esecrabile, anzitutto perché deliberatamente predisposta a sollecitare le debolezze e illusioni delle persone con lo scopo di lucrarvi sopra.
Tuttavia, sembra che questo divieto abbia reso persino più aggressiva la strategia delle società concessionarie dell'azzardo. È recente la notizia di un boom di investimenti in pubblicità sulle fasce non protette della televisione, oltre che su quotidiani e riviste. Si è parlato di 71,6 milioni di euro nel 2016, con un aumento del 39,5% rispetto all'anno precedente.
È proseguita la strategia di cooptazione negli spot dei personaggi più seguiti dello sport italiano. Nonostante il grido di denuncia e sconcerto manifestato da più parti, abbiamo dovuto prendere atto dell'accordo di sponsorizzazione delle squadre nazionali di calcio da parte di una concessionaria di slot machines e scommesse sportive. Sempre più spesso constatiamo la presenza strisciante del marketing del gioco d'azzardo anche nelle situazioni ed eventi più improbabili, dietro a presunte finalità sociali o culturali, in una sorta di cortocircuito morale.
Dunque la situazione non è migliorata. Chi lucra sulla disperazione delle persone sembra aver alzato il tiro, raffinando i propri strumenti. Per questo è ancor più urgente un pensiero di conversione etica per il bene della società.
Quanti sono responsabili del Paese devono aver presente che sta avvenendo qualcosa di cui ci si troverà a piangere. Ai Centri d'Ascolto Caritas si rivolgono tante famiglie distrutte dal gioco d'azzardo, persone spesso insospettabili, che negli ultimi anni è stato possibile intercettare in numero crescente.
Il gioco d'azzardo è un problema che mette in pericolo il futuro della società. È un disastro che sta maturando sotto gli occhi di tutti, eppure sembra che i segnali di allarme non contino. Per questo è necessario moltiplicare le azioni e iniziative di sensibilizzazione e prevenzione: non stancarsi di denunciare, assumere la propria parte di responsabilità. La televisione e le sponsorizzazioni agiscono sull'immaginario delle persone laddove sanno di poterlo piegare a proprio uso e consumo. È tempo di nutrire quell'immaginario in modo diverso, andando controcorrente, perché le persone non siano in balìa della vulnerabilità che preme fuori e dentro di loro, ma sappiano reagire e preservare la propria libertà dalle imposture.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 12

Le parole hanno il potere di creare la realtà, favorendo una nuova formazione dell'amore. Contrastiamo la violenza sulle donne a partire da un uso corretto del linguaggio familiare e mediatico, focalizzando l'attenzione sull'educazione e la promozione della cultura del rispetto

La violenza sulle donne si combatte educando!

di Daniela Zambonini aiart@aiart.org www.aiart.org

Non si può più parlare di emergenza semplicemente perché non lo è da un pezzo. Sono 180 donne uccise ogni anno, ed è un dato stabile. Lo spiega il dirigente della squadra mobile di Verona, Roberto Della Rocca, una lunga esperienza di affiancamento ai servizi sociali di Venezia in questo campo: "L'emergenza è un'altra, una società che non va avanti". Se i numeri dicono questo, in realtà le cose stanno molto lentamente cambiando, secondo lo psichiatra e psicoterapeuta Stefano Baratta che alla violenza di genere ha dedicato il libro "L'immaginario della violenza". Sono cambiamenti lenti perché riguardano la "zona d'ombra collettiva", il retaggio culturale. Nel frattempo è necessario continuare ad affrontare il tema, dare voce a tutto ciò. Innanzitutto comunicando in modo esatto. Chiamare - o continuare a farlo - la violenza con il proprio nome, identificarla per ciò che è, costituisce un importante passo. Le parole hanno il potere di creare la realtà. Ed è quindi anche dalla lingua che si deve partire per produrre trasformazioni.

La Federazione internazionale giornalisti raccomanda un uso attento del linguaggio, "esatto e libero da pregiudizi", il racconto della vicenda per intero, poiché la violenza potrebbe essere un problema sociale ricorrente, il contestualizzare e rendere più comprensibile l'argomento.

Il Gruppo di lavoro Pari Opportunità dell'Ordine nazionale dei giornalisti ha recentemente proposto un Osservatorio permanente per denunciare espressioni "improprie e fuorvianti". Bando ai "raptus", "pista sentimentale", "gelosia", "delitto passionale" e ha aperto alle segnalazioni di "buone pratiche", relative a professioniste che rappresentano l'eccellenza nel loro settore di competenza.

La violenza - insegnano gli esperti - salvo alcuni casi, non è mai un "raptus" estratto dai vissuti come un numero della roulette ma parte da un percorso e si inserisce in un contesto. "Arrivare ad uccidere - spiega Della Rocca - è l'estrema conseguenza di una violenza ripetuta. Nel rapporto tra uomo e donna si inizia con una prima fase di intimidazione verbale, di isolamento in cui si tagliano i ponti con il contesto sociale della donna, di svalorizzazione ("non vali niente"). Ed è proprio sul retaggio culturale e sociale e prima ancora familiare, sull'educare, che è necessario agire. Anche la scuola può fare tanto poiché il grande problema è quello della prevenzione e della promozione di una cultura del rispetto già dalla primaria.

La violenza sulle donne è strutturale, intessuta nei vissuti personali. Bambini e ragazzi introiettano l'approccio vissuto in famiglia, a partire dalle piccole cose.

Tra le molteplici e complesse riflessioni che compongono il quadro, uno in particolare riguarda la necessità di dedicare attenzione all'educazione in famiglia nei delicati anni della crescita. Spiega Baratta: "Stare attenti ai figli, non considerare un atto contro i genitori il loro naturale desiderio di emancipazione, di differenziarsi, di separarsi, di crescere".

La simbiosi con la mamma, essenziale nelle prime fasi della vita, risulta invalidante se protratta negli anni e instaurata nelle relazioni interpersonali. "Dedicare del tempo a conoscere se' stessi". Infine, "cominciare a considerare l'uomo e la donna come una coppia, complementari" e non come due entità contrapposte, polarizzate. Essere come "farina e acqua che insieme formano il pane". Se le parole hanno il potere non solo di raccontare ma di creare la realtà, è anche dal linguaggio che si deve partire per produrre trasformazioni.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 13

Riflessione su un mondo mediatico che non narra il dolore ma lo spettacolarizza, rincorre gli istinti più beceri, li solletica, enfatizza, induce e su questa morbosità vive e si alimenta, soffocando la dignità umana e trasformando la passione per la sofferenza in rendita visibile

Spettacolarizzare il dolore per ucciderlo

di Domenico Delle Foglie aiart@aiart.org www.aiart.org

C'è la narrazione del dolore e c'è la spettacolarizzazione del dolore. Se la prima ci ha donato capolavori dell'arte e della letteratura, restituendoci tutta la complessità della condizione umana posta dinanzi alla dimensione del proprio limite ontologico, la seconda ci lascia ogni volta l'amaro in bocca. Un sapore sgradevole di strumentalizzazione dell'estrema debolezza dell'uomo colto nella sua finitezza. E tutto per servire un'idea, meglio un'ideologia.
La spettacolarizzazione del dolore, come anche le recenti cronache hanno ampiamente dimostrato, sembra corrispondere sempre più a un disegno costruito sul piano ideologico per rispondere con maggiore intensità a una cultura dei diritti individuali che ha soppiantato, soprattutto in Occidente, quel virtuoso bilanciamento dei diritti e dei doveri che ha nell'umanesimo (anche cristiano) le sue radici.
Se il dolore narrato ci aiuta a scavare dentro noi stessi alla ricerca delle domande di senso e talvolta ci pone anche dinanzi a interrogativi drammatici, lo fa con lo stile del disinteresse. Non vuole portarci, come bambini da educare, a una conclusione predeterminata. Ci lascia aperte le strade tanto della comprensione quanto della ricerca. Non pretende di suggerirci soluzioni preconfezionate, ma ci rispetta nella nostra individualità, nella nostra rete relazionale e nella nostra appartenenza comunitaria.
Il dolore spettacolarizzato, invece, fa uso delle armi più sofisticate e intrusive della comunicazione di massa per penetrare nel nostro vissuto, quasi dettando una sorta di agenda dello stile "corretto" di vita e di morte. È quello che sta accadendo anche in Italia con il dibattito sul fine vita, con le esibizioni multimediali del suicidio assistito, con la legittimazione culturale dell'eutanasia. È già accaduto in passato, in forme diverse, e con successo. Trasformando una dimensione privatissima in diritto, facendo leva proprio sulla presunta lesione alla sfera individuale. È sempre l'io che straborda e che chiede legittimazione alle proprie scelte, anche le più estreme.
Inevitabile il risultato: il trasferimento della vicenda personale dalla sfera privata a quella pubblica. Ma se questa procedura appare opportuna quando l'obiettivo è quello di migliorare la condizione del singolo, è altrettanto legittima se si pone come fine l'eliminazione del problema attraverso la soppressione del sofferente? Inutile nascondersi una dura verità: la spettacolarizzazione del dolore così come la stiamo conoscendo in questi anni attraverso certe campagne mediatiche, risponde innanzitutto a un disegno politico figlio di una cultura radicale dei diritti che ha acquisito sempre più consensi, grazie anche al progressivo arretramento delle culture solidaristiche di diversa estrazione.
Il risultato è sotto gli occhi di tutti: la penetrazione progressiva della spettacolarizzazione del dolore, non come occasione per la condivisione e per l'accompagnamento solidale, ma come strumento per la legittimazione pubblica (prima nelle coscienze, poi nell'immaginario collettivo e infine nella legislazione statuale) delle pratiche di fine vita che eliminano il dolore attraverso l'eliminazione dell'uomo che soffre.
Dunque spettacolarizzare il dolore per ucciderlo. Anche se nell'uccidere il dolore si uccide la persona dolente. C'è qualcosa di macabro in tutto questo che ovviamente viene accortamente taciuto, mentre si può fare anche festa per la morte di un essere umano con i fuochi d'artificio. Non so a voi, ma questa morte fatta spettacolo suscita in noi solo sconcerto. E pietà, tanta pietà per tutti. Ovviamente da non spettacolarizzare. Non fosse mai che...

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 14

Tempi lunghi e tante proposte per adeguare il Codice di autoregolamentazione tv e minori non solo agli schermi televisivi ma a tutti i devices collegati in rete. Idee, progetti e partecipazione suggellati da una premessa comune: non esiste strumento di vigilanza come la cultura della Responsabilità

Per un Codice di autoregolamentazione esaustivo e rispettoso dei minori

di Domenico Infante aiart@aiart.org www.aiart.org

L'attuale Codice di autoregolamentazione Tv e Minori, nel 2004 - con la legge cosiddetta Gasparri - acquisiva validità erga omnes per tutte le emittenti, per cui una sua revisione presuppone un passaggio attraverso le procedure parlamentari. Questa annotazione ci avvisa che l'eventuale revisione del Codice presuppone molti passaggi e tempi lunghi. Dico questo perché già da molti anni si sente la necessità di un suo aggiornamento e, a tal proposito, all'interno del Comitato, la componente Emittenti, ha messo a punto una bozza unilaterale di revisione che, a giudizio delle componenti Utenti e Istituzioni, è ampiamente insufficiente. Diversi sono i punti divergenti emersi in sede di discussione in Comitato ma quello che presenta problematiche maggiori è la programmazione delle trasmissioni che possono produrre danni nocivi o gravemente nocivi. La classificazione dei danni gravemente nocivi è stata normata dall'AgCom con il contributo dello stesso Comitato Media e Minori ed infine è attuata dalle singole emittenti in fase di programmazione delle trasmissioni. Nei fatti, però, abbiamo constatato che, spesso, passano trasmissioni classificate con danni nocivi che in realtà risultano gravemente nocivi.

L'altro vulnus è il ricorso, che prescrive il dissennato Dlgs 120 del 28 giugno 2012, all'uso del parental control che è reso inefficace dall'inadeguata omologazione di una grandissima parte dei decoder, oggi in uso in Italia, e da un'insufficiente partecipazione attiva dei genitori che devono predisporre il televisore, digitando un proprio PIN per il blocco delle trasmissioni nocive. Un dato statistico del Corecom del Lazio fa risalire al 24% i genitori che usano il parental control, mentre il 59% non ne conosce nemmeno l'esistenza. La bozza del nuovo Codice prevede l'estensione della vigilanza alla web tv, però, non fa alcuna menzione delle modalità con cui si intende raggiungere questo obiettivo. Su questo argomento, inoltre, occorre fare una precisazione. Continua ad esserci confusione tra modalità trasmissiva lineare e non lineare, e a mio personale giudizio oggi il danno ai minori proviene ancora dalla vecchia televisione lineare rinvigorita dalle modalità interattive delle nuove Tv, ormai in commercio. Infatti, secondo M. Wolff, *(Television is the New Television. The unexpected triumph of old media in the digital media* age, Penguin, 2015) è la vecchia televisione, con la sua consolidata struttura narrativa, che fagocita il computer, asservendolo ai propri bisogni, cioè non è il computer a trionfare ma i contenuti premium distribuiti su più piattaforme. "*Ormai Netflix porta la programmazione televisiva e i suoi valori e comportamenti – come lo spetta-*

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 15

tore passivo – allo schermo da computer, strumento fino ad ora interattivo e relazionale". Ci sono studi recenti che affermano che l'educazione dei ragazzi, in particolare dei preadolescenti, viene ancora fortemente condizionata, e in misura maggiore rispetto al passato, per cui l'attenzione massima deve essere posta ancora sulla TV. Ma parlando della Rete, bisogna distinguere i contenuti universali, potenzialmente dannosi, da quelli provenienti da emittenti televisive attraverso le varie piattaforme o forme di TV su internet, oppure altro tipo di contenuti provenienti da giornali on-line, oppure Web-tv con canali You Tube o in streaming. Sui contenuti universali possiamo ben considerarci impotenti perché la maggior parte di essi vengono emessi da provider o motori residenti all'estero per cui, in tal caso, senza protocolli di intesa specifici con altri paesi, nulla si può fare. Nel caso dei contenuti rilanciati dalle emittenti TV sulla Rete, dovrebbe esplicare i suoi effetti il nuovo Codice di autoregolamentazione TV e Minori. Un provvedimento fondamentale, al fine di una tutela efficace dei minori, è che le imprese televisive dovrebbero certificare il loro prodotto coinvolgendo tutta la filiera di produzione. Nel caso della Web-TV bisognerebbe chiedere la certificazione dei contenuti da parte dei provider o dei motori di ricerca associando un'azione di controllo, sulle aziende italiane e quelle europee una volta perfezionate le intese, tuttora in corso, con poteri di censura su entrambe le tipologie di contenuti dannosi e gravemente dannosi. Altro intervento dovrebbe concentrarsi su una campagna educativa diretta ai genitori sull'uso del parental control. Un'ultima annotazione è per il controllo parentale sui PC o sugli altri devices mobili dalle trasmissioni televisive. Allo stato attuale non esiste niente e anche su questo punto si dovrebbe procedere in senso fattivo, perché tecnicamente è possibile realizzare un sistema di protezione che dovrebbe intervenire con un segnale criptato inviato dalle emittenti, capace di oscurare sia gli schermi televisivi sia quelli dei devices collegati in Rete.

Lavori in corso

Leggi e norme della comunicazione in Parlamento

di Riccardo Colangelo **riccardo.colangelo@aiart.org** **www.aiart.org**

Schema di decreto per la concessione decennale del servizio pubblico radiotelevisivo

Con un recente schema di decreto del Presidente del Consiglio dei ministri, sottoposto a parere parlamentare, il Governo ha inteso modificare l'attuale disciplina della televisione pubblica.

Tale atto concerne l'affidamento in concessione del servizio pubblico "radiofonico, televisivo e multimediale" e l'annesso schema di convenzione, che disciplinerà il settore per il prossimo decennio, a far data dal 1° maggio.

Lo schema è stato deliberato preliminarmente dal governo lo scorso 10 marzo, dando avvio alla procedura di cui all'art. 49 del Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici. L'iter pertanto deve ancora concludersi, ma da una prima lettura della nuova convenzione emerge come si intenda introdurre una potenziale rimodulazione sia del numero dei canali non generalisti che del numero delle testate giornalistiche.

Anche alla luce di un'auspicata contabilità separata, verranno introdotte misure di verifica annuale della realizzazione degli obiettivi di efficienza, del piano editoriale e del rispetto delle norme in materia di affollamento pubblicitario. Tali verifiche spetteranno all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e al Ministero dello sviluppo economico e incideranno sull'utilizzo delle somme del gettito del canone.

Viene espressamente sancita l'assenza di messaggi pubblicitari nei canali tematici per bambini, già da qualche tempo in essere, mentre viene auspicata la diffusione di programmi informativi in inglese.

Si prevede infine, per il futuro, la possibilità di realizzare impianti comuni con altri operatori televisivi e di telecomunicazioni.

Il nuovo testo della proposta di legge sul cyberbullismo

Il testo della proposta di legge Ferrara, così come attualmente all'esame della Camera con la numerazione C.3139-B, è sostanzialmente ritornato alla versione originaria, di cui al disegno di legge S.1261, presentato il 27 gennaio 2014.

Infatti il Senato, approvando il testo in terza lettura a fine gennaio, ha espunto i riferimenti ai soggetti adulti ed al bullismo, a suo tempo introdotti dalla Camera e

che avevano reso il testo meno efficace e più esposto a motivate osservazioni critiche.
Di conseguenza, nel testo attualmente all'esame della Camera si rinviene la sola definizione di cyberbullismo. Sebbene siano a tutt'oggi ipotizzabili modifiche improntate ad una maggiore coerenza della futura disciplina, proprio in funzione della tutela degli studenti anche di scuola secondaria, nonché per espungere il riferimento ad una norma abrogata, si torna felicemente a sposare una "impostazione – così si è affermato durante i lavori in Commissione – volta a privilegiare un intervento normativo attraverso strumenti preventivi di carattere educativo rispetto ad un'impostazione maggiormente repressiva e sanzionatoria".
A far data dal 21 marzo, il testo approvato dal Senato è all'esame delle Commissioni riunite II e XII.

La bozza di intesa sul gioco d'azzardo

È stata predisposta dal Governo e presentata alla Conferenza Stato-Regioni la bozza di intesa "tra Governo, Regioni ed Enti locali concernente le caratteristiche dei punti di raccolta del gioco pubblico di cui all'articolo 1, comma 936, della legge 28 dicembre 2015, n. 208. (Legge di stabilità 2016)".
Nonostante fosse all'ordine del giorno della Conferenza unificata straordinaria del 9 febbraio scorso, non è stata ancora raggiunta l'intesa (che andrà recepita con decreto del Ministro dell'economia e delle finanze) circa "le caratteristiche dei punti di vendita ove si raccoglie gioco pubblico, nonché i criteri per la loro distribuzione e concentrazione territoriale, al fine di garantire i migliori livelli di sicurezza per la tutela della salute, dell'ordine pubblico e della pubblica fede dei giocatori e di prevenire il rischio di accesso dei minori di età".
Nel testo presentato dal Governo, tralasciando sostanzialmente altre forme di gioco d'azzardo (anche on line), si pone l'attenzione sulle sale (a numero chiuso) di "categoria A", ove è possibile usufruire, in un ambiente ad hoc, delle slot – tutte collegate da remoto al sistema – denominate AWP (acronimo di *Amusement with price*). Per l'accesso a tali sale si prevede l'esibizione di un documento d'identità. In ogni caso, le attività svolte nelle sale di categoria A non potranno essere oggetto di regolamentazione da parte degli Enti locali.
La proposta di tali innovazioni ha suscitato osservazioni critiche sia da parte degli amministratori locali che a livello associativo.
In particolare, si teme che tale disciplina uniforme possa vanificare gli interventi, in particolare degli Enti locali, per combattere tale fenomeno, che può creare forme subdole di dipendenza, quelle ludopatie dalle quali la stessa Aiart ha più volte messo in guardia.

Le principali novità sul riordino della materia di Legge sull'audiovisivo 2016

Dopo 60 anni torna a girare la fabbrica dei sogni. Il 14 novembre scorso è stata promulgata dal Presidente della Repubblica la legge 220/2016, recante "Disciplina del cinema e dell'audiovisivo" ed entrata in vigore il 1° gennaio.
Esercenti, produttori, sindacati: tutti soddisfatti per i 400 milioni di euro previsti per il Fondo del cinema e dell'audiovisivo che, sul modello francese, a partire dal 2017 viene autofinanziato mediante il gettito IVA ed IRES proveniente dalle imprese del settore.
I punti salienti della riforma:
Si procede alla cancellazione definitiva della commissione ministeriale chiamata a valutare i film: saranno i produttori a compiere la delicata operazione di definire e classificare, con gli eventuali divieti ai minori, i propri film, mentre allo Stato spetterà sanzionare soltanto successivamente gli eventuali abusi;
Viene creato il "Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel Cinema e nell'Audiovisivo", per sostenere gli interventi per il cinema e gli audiovisivi attraverso incentivi fiscali e contributi automatici che unificano le attuali risorse del Fus Cinema e del Tax Credit;
Con il Fondo Cinema aumentano le risorse del 60%: 150 milioni in più e nasce, come si è anticipato, il meccanismo virtuoso di autofinanziamento. Il fondo, infatti, è alimentato, sul modello francese, direttamente dagli introiti erariali derivanti dalle attività di: programmazione e trasmissione televisiva; distribuzione cinematografica; proiezione cinematografica; erogazione di servizi di accesso ad internet da parte delle imprese telefoniche e di telecomunicazione;
Una quota (fino al 18%) del nuovo Fondo Cinema è riservata ogni anno al sostegno di giovani autori, start-up, piccole sale, festival e rassegne di qualità;
È previsto un Piano nazionale per la digitalizzazione del patrimonio cinematografico e audiovisivo;
Il 3% del Fondo Cinema è riservato ad azioni di potenziamento delle competenze cinematografiche ed audiovisive degli studenti (rapporto con le scuole del territorio);
Sono previsti incentivi fino al 30% per chi investe nel cinema e nell'audiovisivo e viene stanziato un piano straordinario fino a 120 milioni di euro in cinque anni per riattivare le sale chiuse e aprirne di nuove;
Con la presente legge sono state infine conferite al Governo alcune deleghe per introdurre, mediante decreti legislativi, nuove discipline in materia di obblighi di investimento e programmazione di opere audiovisive europee e nazionali da parte dei fornitori dei servizi media audiovisivi, nonché della normativa in materia di rapporti di lavoro e tutela dei minori nel settore cinematografico.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 17

"Standing Ovation, filone di 'emotainment' televisivo poco originale, che attinge alle sfere dell'emotività più bassa", evasione apparentemente innocua ma in realtà molto pericolosa". Il preoccupato giudizio di Tullia Mauriello, pedagogista clinico

Standing Ovation: rispettare i bambini e non sfruttarli

di Tullia Mauriello aiart@aiart.org
Vicepresidente Aiart Marche sezione Macerata

www.aiart.org

"Standing Ovation" è il titolo dello show in 5 puntate, appena terminato, proposto da Rai 1 e condotto da Antonella Clerici. Show innovativo, così perlomeno è stato proposto, ma che ricalca in realtà format già trasmessi pochi anni fa (basti ricordare "Ti lascio una canzone" Rai 1 e "Io Canto" Canale 5) con la sola innovazione di vedere in esibizione bambini e ragazzi dagli 8 ai 17 anni insieme ai propri genitori, di fronte ad una giuria composta da 3 esperti e dal pubblico chiamato ad esprimere la propria preferenza con una standing ovation, appunto.
Sono sempre più frequenti le trasmissioni di spettacoli televisivi che mostrano minorenni coinvolti in competizioni canore e in talent show ("Little Big Show" su Canale 5 e "Little Miss America" su Real Time) il cui scopo risulta semplicemente quello di offrire un intrattenimento fin troppo leggero mirato a conquistare ascolti a tutti i costi, trascendendo, non di rado, nel "cattivo gusto".
Del resto quando nell'ideare un programma si prescinde da un motivo educativo di fondo o semplicemente non ci si cura del messaggio che può arrivare al pubblico, nulla resta fuorché la spettacolarizzazione fine a sé stessa. E la deriva è tanto più grave quando sono coinvolti direttamente come protagonisti e indirettamente come spettatori i minori, soggetti, che non avendo ancora un'identità definita, sono più facilmente influenzabili dagli input esterni e non sono in grado di distinguere la finzione dalla realtà.
Il rischio è che questi format televisivi che non nascono per educare finiscano per dis-educare, lasciando passare il messaggio che l'amore e la passione per una forma d'arte terapeutica ed unificante come la musica, possano avere come unico esito l'esibizione e la competizione. Cosa altro si potrebbe dedurre da una gara televisiva di poche puntate fine a sé stessa in cui il valore dell'impegno, dell'esercizio, della costanza e della collaborazione, che invece sono indispensabili per crescere e diventare un vero artista, passano in secondo piano di fronte alla sfida, al "mettersi in mostra", al sottoporsi ad un giudizio?
Poco importa, evidentemente, se a pagarne le spese sono bambini e ragazzi che nella loro ingenuità ed inesperienza si lanciano con giusto e legittimo entusiasmo in esibizioni che a volte li valorizzano, accrescendo in maniera immotivata la loro ego, spesso li ridicolizzano. Perché se il talento fa spettacolo, non di meno attrae e fa audience anche il "comico", il buffo, tutto ciò che strappa una risata. È questo il solo scopo di far esibire in performance assolutamente fuori dalla loro portata, soprattutto i bambini più piccoli, inconsapevoli strumenti del divertimento altrui, catapultati nel mondo dorato dello spettacolo solo per il piacere degli adulti, protagonisti di esibizioni "stonate" sotto più punti di vista.
La modalità del gioco, su cui qualsiasi trasmissione con minori e per minori dovrebbe basarsi, intendendo per gioco quell'attività educativa e costruttiva in cui anche la competizione con l'altro diventa sana perché finalizzata ad imparare qualcosa di utile alla crescita emotiva e psicofisica e al miglioramento della relazione con l'altro, in trasmissioni come queste, perde totalmente la propria connotazione originale, riducendosi ad una mostra, a volte anche grottesca, di piccoli "talenti" canori per lo più sottoposta a giudizio e con una mera illusione di vittoria e successo. Cosa ancora più grave è quando poi a giudicare dei minori sono degli adulti, che per quanto esperti del mestiere sparano giudizi lapidari e pesanti, senza ragionare sull'effet-

to negativo che le loro parole possono avere sull'autostima di un soggetto in formazione. Si pensi a quanto accaduto in una delle puntate di "Standing Ovation". Di fronte ad un cantante in erba, che mortificato incassa il colpo della valutazione negativa del giudice, il genitore, forse più impegnato a tutelare la propria ambizione che la sensibilità del figlio, per tutta risposta si lancia in una accorata bagarre, offendendo con parole altrettanto pesanti il giudice in questione.
In ogni caso, sotto un profilo pedagogico, l'evento è e rimane gravissimo. Quale può essere il senso di doversi a tutti i costi mostrare per poi essere giudicati se poi il giudizio non è costruttivo? Che senso ha richiedere un giudizio per poi contestarlo? Negli occhi dei protagonisti non vedrete mai la comprensione della valutazione, ma sempre e solo il disappunto, la delusione. Sempre e solo due parti che si contrappongono, ognuno immobile nella propria posizione, ognuno convinto di aver ragione. Nella dimensione della sfida un giudizio negativo è sempre e solo una sconfitta, mira ad eliminare, ad escludere, a mortificare. E se un adulto non riesce a contenere e accettare la critica e il senso di frustrazione, figurarsi se può farlo un bambino, a cui resta da tutta questa esperienza, il senso della critica fine a sé stessa e nessun insegnamento utile e significativo per la sua crescita personale ed artistica. Viene da chiedersi cosa spinga un genitore a sottoporre il figlio a tali prove, di chi sia l'ambizione da soddisfare, a chi appartenga la volontà di apparire a tutti i costi.
L'idea geniale di "Standing Ovation" di voler far competere questa volta i minori con i familiari, tentativo inutile di schivare le critiche alla trasmissione Rai precedente, semplicemente non ha fatto altro che tirar fuori il peggio anche dagli adulti che con le loro azioni e reazioni esagerate, tra critiche che si traducono in offese, tra una parolaccia di troppo sfuggita dalla bocca della presentatrice nella diretta e qualche doppio senso che mette in imbarazzo anche gli ospiti "vip" adulti, non si sono di certo proposti come modelli da seguire o esempi di comportamento educativo. E anche dietro la scelta del connubio genitori-figli che hanno voluto cantare vicende intrise di commozione, famiglie separate o problematiche, è risultata purtroppo una mera strumentalizzazione del dolore che molto poco di profondo ed educativo ha lasciato se non la speranza di far aumentare l'audience. "Standing Ovation" rientra, quindi, in quel filone di "emotainment" televisivo poco originale, che attinge alle sfere dell'emotività più bassa, evasione che sembra innocua ma che ad un occhio attento mostra tutta la povertà anche etica della nostra epoca.

Per capovolgere la Tv dalle sue visioni adultistiche è necessario il superamento di importanti fragilità e criticità, presupposti fondamentali per *"Pensare all'Infanzia come Patrimonio dell'Umanità con priorità elevata"*. L'Aiart lancia all'UNICEF la proposta di un Programma di "TV Amica"

Per una Tv rispettosa dell'infanzia e amica dei bambini

di Sandra Costa **aiart@aiart.org** **www.aiart.org**
Vice Presidente Aiart nazionale

«L'Aiart, in qualità di associazione culturale orientata alla formazione e tutela del cittadino mediale, si propone di: educare l'umanità mediale ossia l'uomo-persona in quanto medium che si pro-getta; [...]di tutelare gli individui, in particolare i minori, nel campo della comunicazione mediale e digitale[...]». Applicate all'infanzia, tali azioni chiedono la volontà di superare importanti fragilità, tra cui: la parcellizzazione degli sguardi sulle questioni che riguardano il fare televisione PER e CON

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 19

i bambini e il vuoto di riflessione tra attori su come i media funzionano in relazione al mondo dell'infanzia: sanciscono la scomparsa dell'infanzia? Si propongono con un'offerta che prescinde dall'infanzia? Si investono del ruolo di guida sociale, dove i portatori di interesse non sono quasi mai i bambini, né gli adolescenti e spesso neppure i giovani? Si fanno co-artefici di posizioni relativistiche rispetto a una comunicazione che si impone in modo prepotente, sull'onda della "post- verità" e della "post- onestà"? Tra i tanti interrogativi, come etica condivisa rimane la priorità. Sulle criticità da superare, accanto alla debolezza dei bollini, va ripresa la questione del congelamento, per quasi tre anni, delle attività del Comitato Media e Minori che risentono tuttora di un interesse tiepido da parte della politica (lo dimostrano gli aggiornamenti nel sito del Ministero dello Sviluppo, alla pagina "Area tutela minori", dove alla voce "Documenti di indirizzo", l'ultima lettera risale al 2011; in "Delibere di Raccomandazione" l'ultima è di inizio 2016, che fa riferimento a programmazioni di fine 2015; e alla voce "Delibere di Risoluzione", l'ultima risale a marzo 2016).

Tutto questo mentre nei teatrini mediatici: "intrusione, conformazione, manipolazione, indifferenza, distacco, abbandono; diffidenza, irriverenza, rifiuto – 'disprezzo' di sé e degli altri [...] condizionante la qualità socio-politica del nostro convivere – riflettono l'inconsistenza e la rottura dell'intesa generazionale», (Toffano Martini), lasciando l'infanzia orfana di interlocutori credibili. Quindi, come muoversi?

Il "superiore interesse del minore", nel mondo dei media, chiede di essere declinato in un partecipare "infinito presente" di azioni DEI e PER i bambini e i ragazzi, capaci di scegliere, di esprimersi, di narrarsi nei modi e secondo finalità consone alle loro caratteristiche, in contesti in cui poter contribuire in modo attivo e pieno alla vita culturale e artistica della comunità, intendendo con comunità anche quella degli "spett-attori" (Ceretti, 2016), dei cittadini mediali. Cercare allora i bambini e gli adolescenti nei loro luoghi, piuttosto che selezionarli dopo ore di attesa e di prove estenuanti negli studi televisivi, e riprenderli in compiti autentici – là dove ballano, cantano, apprendono, progettano, creano – bandendo ogni forma di sfruttamento mediatico; le riprese potrebbero poi essere inserite all'interno delle trasmissioni, realizzando una sorta di "*flipped* TV". Essere dunque considerati nella loro posizione di forza e di vulnerabilità e dal loro punto di vista, operando quel decentramento da prospettive e desideri propri degli adulti per entrare nelle loro scarpe. Da qui, insieme, costruire attorno al piccolo schermo una nuova cornice di "umanità mediale" (Ceretti & Padula, 2016).

Su tali premesse, l'Aiart lancia all'UNICEF la proposta di un Programma di "TV Amica", con l'assegnazione del logo da apporre alle trasmissioni ideate PER o CON i bambini che abbiano accolto le istanze dell'articolo 17 della Convenzione dei Diritti dell'Infanzia e si siano adoperate a regolare i contesti di partecipazione attiva dei bambini e dei ragazzi con modi, tempi e spazi pensati e modulati in relazione alle loro specificità. Una TV che possa essere monitorata PER e CON loro e sottoposta ad azioni di miglioramento dell'offerta, giacché una TV che rispetta l'infanzia, è una TV migliore per tutti. I Codici e le Carte rimangono le basi per la vigilanza, ma lo sforzo è semplificare l'applicazione in modo che siano per primi i soggetti di tutela stessi – bambini e adolescenti – a riconoscersi capaci di azione consapevole e con voce per rivendicare. Capovolgere la TV dalle sue visioni adultistiche per rimetterla in piedi elevata in umanità.

Quale frase migliore per concludere questo scritto e per aiutare a riflettere se non quella di Giovanni Paolo II: "Agli operatori della comunicazione e, in particolare, agli editori e ai produttori domando di investire su progetti adatti ai minori, tenendo presenti le esigenze dei ragazzi".

Il Progetto "Tv Amica" è frutto delle tante riflessioni e sollecitazioni emerse durante il Consiglio del Comitato di Presidenza. Pertanto questo articolo non sarebbe stato scritto senza il cortese aiuto dei membri del Comitato di Presidenza.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 20

L'impegno dell'Aiart di Reggio Calabria nel complesso rapporto media e minori. Dallo scautismo adulto, alla necessità dell'associazionismo, fino al proficuo lavoro di media education su tutto il territorio

Reggio Calabria: un territorio che ha fatto dell'Aiart un modello di insegnamento

Era il 1995, durante un incontro di riflessione della nostra comunità di adulti scout di Reggio Calabria (MASCI RC 1) sulla violenza sessuale subita da una bambina di 11 anni, da parte di un gruppo di suoi quasi coetanei, quando io e mia moglie, Margherita Cutrupi, ci siamo offerti di lavorare sul complesso rapporto tra mass media e minori. Due anni dopo ci siamo associati all'AIART su suggerimento di un sacerdote.

Per avviare il nostro gruppo coinvolgemmo varie associazioni cattoliche, perché aderissero con un loro rappresentante, ottenendo risposta positiva soprattutto dall'Azione Cattolica, dal CIF, dal MIEAC, dall'AGE e, ovviamente, dal MASCI. Altre singole persone si aggiunsero successivamente. Ciò permise un radicamento sul territorio, tanto che successivamente entrammo a fare parte del Consiglio pastorale delle comunicazioni sociali.

Da quel momento in poi abbiamo lavorato su vari ambiti:

1) una continua attività di autoformazione sul linguaggio dei mass media e sulle relative problematiche educative e sociali;
2) un'attività formativa nelle parrocchie su richiesta di parroci ed educatori, con incontri diretti sia ai ragazzi che ai genitori;
3) la realizzazione, dal 2000 in poi, di corsi di formazione per docenti, prima con la presenza di psicologi, pedagogisti ed esperti della comunicazione, poi anche con il nostro personale coinvolgimento, avendo ormai acquisite delle competenze in materia;
4) interventi sui giornali e nelle TV locali, sia di carattere educativo che di commento alle iniziative svolte.

Dall'anno 2012 stiamo attuando gratuitamente nelle scuole primarie dei percorsi formativi per bambini sull'educazione all'uso critico dei media, con interventi in aula in compresenza con i docenti interni. In pratica proponiamo una didattica per l'attuazione di una *media education* in una sola quinta classe "pilota" di ogni Istituto Comprensivo, da estendere successivamente alle altre classi parallele della scuola con un incontro formativo destinato ai docenti interessati. In questo contesto, nella scuola primaria, con la metodologia scout dell'imparare facendo, oggi definita attività laboratoriale, basata su giochi didattici, questionari e scenette educative, aiutiamo i bambini a "smontare" la pubblicità, a criticare le immagini di violenza, a rifiutare aggressività e discriminazioni, ad accettare, come una ricchezza, le differenze tra i generi e a condividere delle regole sull'uso dei media, anche per difendersi dalla pedofilia, dal bullismo e dal cyberbullismo.

> **A scuola di media education: storia, idee e progetti**

Nella scuola superiore, oltre alle suddette tematiche, sviluppate in modo adeguato all'età dei destinatari, affrontiamo anche i gravi problemi derivanti dall'uso scorretto di internet, delle conseguenze della pornografia e dei pericoli delle *chat line*, che tra i giovani stanno creando nuove dipendenze e confusione tra trasgressione e modernità.

Grazie ad Aldo Riso per la stesura di questo testo e le preziose informazioni forniteci.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 21

L'Aiart nella città e nella provincia di Verona. L'iniziativa di don Luciano Scattolini e gli insegnamenti del prof. Montini: origine e cuore pulsante di un impegno longevo distintosi per progetti, impegni, partecipazione e condivisione su tutto il territorio

L'Aiart di Verona: un'attività operosa fin dal lontano 1980

L'attività dell'Aiart a Verona inizia proprio negli anni '80 su iniziativa di don Luciano Scattolini che, con grande lungimiranza e competenza, intravide nei *Media* la grande sfida educativa del futuro.
Assistente ecclesiale per un lunghissimo periodo con una forte sensibilità verso il mondo della comunicazione sociale, diede impulso nella sua parrocchia di San Giovanni Evangelista ai primi "Gruppi di ascolto" per educare l'utente televisivo ad una partecipazione critica e consapevole.
L'associazione ha poi trovato sede funzionale presso il centro culturale Fondazione Toniolo adiacente alla Chiesa di San Fermo in centro città assumendo così una dignitosa rilevanza.
Numerose iniziative furono promosse dall'allora presidente prof. Montini, docente scolastico e autore di un libro sulla lettura dell'immagine ad uso delle famiglie e degli insegnanti per abituare i ragazzi a guardare la televisione con consapevolezza. Seguirono poi seminari e convegni di studio, corsi di formazione di educazione all'immagine per insegnanti e genitori presso la Fondazione Toniolo ed infine la proposta di "digiuno televisivo" nei venerdì di Quaresima per dedicare tempo alla famiglia e alla preghiera.
Un evento di particolare rilievo è stato il Convegno Europeo delle Associazioni degli utenti televisivi svoltosi a Verona all'inizio degli anni novanta nel quale si intravedeva la necessità di un coordinamento europeo degli utenti in un mondo che stava evolvendo alla globalizzazione. Tra le molte attività l'Aiart si è sempre fatta promotrice, presso le parrocchie, della Giornata mondiale delle Comunicazioni Sociali organizzando incontri e mostre di libri e riviste. In collaborazione con l'Istituto Salesiano ha organizzato un corso di giornalismo riconosciuto dalla Regione Veneto. Molto attive sono state e sono tuttora le collaborazioni nelle varie iniziative con l' UCSI, Unione dei Giornalisti cattolici, con l' AGESC, associazione dei genitori scuole cattoliche, con la FISM (Federazione scuole materne), con le suore Paoline ed i Salesiani, particolarmente sensibili alle tematiche proposte.
Molto efficaci sono state anche le varie collaborazioni con il settimanale diocesano "Verona Fedele" per la pubblicazione di eventi legati all'Aiart-VR, con l'emittente Telepace per interviste al presidente in carica e con i media locali fra cui Telearena per la concessione di un' interessante serata in diretta TV alla presenza fra gli altri di mons. Bruno Fasani.
L'Aiart-Vr ha collaborato per diversi anni alla programmazione della Fondazione Toniolo con corsi sui temi della comunicazione, dal cinema al web e al mondo digitale. Tra gli incontri recenti segnaliamo "*Luci e ombre dei media - Quando il giornalismo non è una fiction*", in collaborazione con UCSI-Verona.
Nel 2015 ricordiamo l'incontro di formazione rivolto agli insegnanti e ai genitori della scuola primaria cittadina presso l'Istituto Comprensivo 03 sul tema "Media e tutela dei minori in Italia e in Europa" e sulla "Alfabetizzazione ai sentimenti formato digitale" coordinato dalla dott.ssa Daniela Zambonini, giornalista esperta di Tecniche del linguaggio radiotelevisivo e studiosa del rapporto tra media e minori e membro del consiglio direttivo di Aiart-Vr.
Attualmente l'Associazione è impegnata nella realizzazione dell'ambizioso progetto "*Web Reputation -pericoli on-line e devianza*" questionario rivolto ai giovani studenti delle scuole secondarie cittadine di 1° e 2° grado, progetto coordinato dal sociologo prof. Riccardo Giumelli del Dipartimento Scienze sociali dell'Università di Verona per la rilevazione/mappatura dei fenomeni di bullismo e cyberbullismo finalizzata alla pubblicazione di un volumetto destinato a insegnanti, genitori ed educatori.
La Presidenza di Aiart-Verona è attualmente in carico da oltre un decennio al dott. Ezio Tommasini, mentre ancora vacante è l'incarico di assistente ecclesiale dell'Associazione, gestito fino alla sua dipartita nel 2016 dal compianto don Emanuele Previdi, figura carismatica e immensamente preziosa per la formazione spirituale e la pastorale della comunicazione in seno alla nostra Associazione.

Grazie a Ezio Tommasini e Daniela Zambonini per la stesura di questo testo e le preziose informazioni forniteci.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 22

Lombardia (Pavia)

Educare alla navigazione in Rete. Prosegue l'impegno formativo di AIART Pavia che in collaborazione con il Comune di Vigevano, Aldia e la Presidenza Nazionale, ha offerto una nuova opportunità di riflessione sul tema del bullismo. Venerdì 24 Marzo, presso la Sala dell'Affresco del Castello Sforzesco di Vigevano si è svolto un convegno dal titolo: "Educare alla navigazione in Rete: sfide e buone pratiche". Sullo sfondo di un'indagine conoscitiva sulla dipendenza da smartphone nei ragazzi in età scolare del territorio pavese, l'appuntamento ha contribuito a far riflettere sui contesti e le sfide dell'educare oggi al tempo della cittadinanza mediale. Il Convegno ha valorizzato, tra gli altri, la testimonianza di alcuni studenti di MaBasta (Movimento Antibullismo animato da Studenti Adolescenti). Tra i saluti istituzionali, anche l'intervento del Presidente Nazionale AIART Massimiliano Padula. Il coordinamento degli interventi e la loro moderazione è stata affidata al Dott. Riccardo Colangelo, Responsabile provinciale AIART Pavia.

Marche (Macerata)

Alla scoperta di "Vizi e Virtù dei Social della Rete"**:** il ruolo degli adulti per proteggere e per proteggersi. Il 22 marzo presso la Scuola Primaria di Comunanza (AP) si è svolto un incontro formativo rivolto a genitori ed insegnanti organizzato dal Lions Club Amandola Sibillini in collaborazione con il compartimento della Polizia Postale e delle Comunicazioni di Ancona, l'AIART locale e l'Istituto comprensivo interprovinciale dei Sibillini, con il patrocinio del Comune. Lorenzo Lattanzi – presidente Aiart Marche – è stato relatore dell'evento insieme al dott. Giovanni Bonomo, sostituto commissario presso il compartimento Polizia Postale di Ancona. L'incontro, è stato introdotto dal Dirigente Scolastico Giocondo Teodori, da Gilberto Iommi Presidente Lions Club Amandola Sibillini e da Corrado Cammarano officer del progetto, fa parte dell'iniziativa "Media Education – Digital generation" che nella parte iniziale ha interessato gli alunni delle scuole secondarie di primo grado della zona.

Tesseramento 2017

Anche per l'anno 2017 sono state confermate le quote associative valide per il 2016. Pertanto, per il 2017, le quote associative annuali sono:

€ 20,00 per i soci ordinari;
€ 35,00 per i soci sostenitori, associazioni, scuole e soci collettivi;
€ 6,00 per i soci studenti.

La quota di adesione è comprensiva dell'abbonamento al bimestrale Il Telespettatore.
I versamenti possono essere effettuati sul conto corrente n. 45032000 intestato alla Sede Nazionale AIART, Via Albano, 77 - 00179 Roma.

Sostieni l'Aiart con il 5 per mille

L'Aiart, Associazione Spettatori, ha natura giuridica di Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale (ONLUS). Per contribuire all'attività dell'Aiart si può destinare il 5 per mille apponendo sul modello 730 o sul modello Unico, della dichiarazione dei redditi, la propria firma e il codice fiscale del beneficiario, nell'apposito riquadro: "sostegno del volontariato e delle organizzazioni".

Codice fiscale da riportare nella denuncia 02436700583

Emilia Romagna (Reggio Emilia)

Presentazione di "Generazioni Digitali": Mercoledì 5 Aprile presso l'Istituto San Vincenzo De' Paoli di Via Franchetti 4 a Reggio Emilia si è svolto l'incontro di presentazione del libro "Generazioni digitali" di Marco Sanavio, edito da San Paolo. L'iniziativa, organizzata da UCIIM REGGIO EMILIA, in collaborazione con AGE, AIMC, FIDAE, Osservatorio per l'Educazione e l'Associazione Nazionale MED Media Education, ha visto anche la partecipazione di Alberto Sabatini Presidente AIART Emilia Romagna.

Alberto Sabatini nuovo responsabile per l'Emilia Romagna. L'Aiart continua a crescere grazie anche al rinnovamento dei suoi responsabili. È il caso di Alberto Sabatini, nuovo referente dell'Associazione per la regione Emilia Romagna. Giornalista, formatore e media educator, Sabatini, classe 1979, si occupa di comunicazione digitale, social media marketing e ufficio stampa per il mondo no-profit (cooperazione, associazionismo, volontariato). Dal 2009 è socio del MED – Associazione Italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione – e membro del gruppo regionale Emilia Romagna. Dal 2014 è presidente dell'associazione culturale My.Me, per lo sviluppo di progetti di comunicazione mediale e digitale rivolti al mondo scolastico, alle comunità ecclesiali e all'extra scuola. Il suo curriculum e soprattutto la sua sperimentata capacità operativa ci danno la certezza del prezioso impegno che dedicherà all'Aiart.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 23

Così l'Aiart sulla stampa

DICHIARAZIONI E INTERVENTI DELL'ASSOCIAZIONE RIPORTATE DA AGENZIE, GIORNALI E WEB

Aiart, Radio Mater: "Il dolore in tv va affrontato con sensibilità e responsabilità. Basta con cinismo e morbosità"

Spettacolarizzazione del dolore, tutela degli utenti, legame tra processi educativi e media, presente e futuro dell'AIART. Sono questi i temi della lunga intervista al Presidente nazionale Massimiliano Padula ospitata da Radio Mater. Intervistato da Francesco Vitale, Padula ha insistito sul pericolo che casi come quello di dj Fabo, siano triturati dai media, spettacolarizzati e quindi sempre più orientati sull'emozione e non aperti ad una comprensione autentica. Padula, si sofferma anche sul compito dell'Aiart e sulla necessità dell' associazione di un riposizionamento culturale alla luce degli scenari digitali sempre più invasivi.

Programma Perego soppresso. L'intervento dell'Aiart, Padula: "Micro circo irrispettoso spacciato per salotto garbato e familiare"

"Quel modo di trattare un tema del genere lede la dignità delle donne", è perentorio il presidente dell'Aiart, a proposito della discutibile puntata del 18 marzo di "Parliamone... sabato", il contenitore di intrattenimento pomeridiano condotto da Paola Perego. Massimiliano Padula ha espresso la sua disapprovazione attraverso una nota stampa ripresa da molti canali di informazione. Tra questi il quotidiano "Il Giornale", i seguitissimi blog sulla televisione "Tv Blog" e "tv.fanpage", l'agenzia PrimaPaginaNews. Anche i media della Chiesa Italiana: Agenzia Sir, Radio In Blu e Avvenire hanno dato voce alla nostra Associazione, intervistando Padula che ha definito, con rammarico, gli autori Rai 'schegge impazzite' e spiegato tale affermazione: "È come se ogni redazione producesse contenuti indipendentemente dalla *mission* del servizio pubblico che dovrebbe garantire molteplicità, attenzione al bello e all'integrità della persona e delle donne. Invece gli autori lavorano autonomamente, in barba ad ogni criterio". In conclusione Padula ha definito la sospensione del programma "un risultato vincente nell'immediato" ma ha anche precisato che " se non si investe in un percorso di formazione ed educazione alla trattazione dei contenuti sarà difficile assistere a un cambiamento. Un processo che deve coinvolgere tutti gli autori. La *mission* della Rai è chiara, basta che sia condivisa".

Trento due uomini riconosciuti padri. Il Presidente Padula ospite a Uno mattina: "Viviamo nel tempo del paradosso del desiderio".

Il Presidente nazionale dell'Aiart Massimiliano Padula negli studi di Uno Mattina per commentare la decisione della Corte d'Appello di Trento che per la prima volta ha riconosciuto in Italia a due uomini la possibilità di essere considerati padri di due bambini nati all'estero grazie a maternità surrogata. Intervistato da Franco Di Mare e Francesca Fialdini, Padula ha evidenziato che viviamo in un tempo del "paradosso del desiderio" nel quale "ogni aspettativa pur rispettabile, rischia di tradursi in norma. Questo processo – ha aggiunto – rischia di creare un cortocircuito sociale e di appiattire la comprensione di questioni importanti. È necessario, quindi, che i media non superficializzino la questione ma siano capaci di spiegarlo in modo adeguato, affinché l'opinione pubblica possa capire e discernere".

Aiart, "Da spettatori a cittadini mediali, perché i media non sono uno strumento ma un ambiente da abitare"

Il presidente dell'Aiart, Massimiliano Padula, spiega in un'intervista all'Agenzia Sir i motivi dell'aggiunta della denominazione "cittadini mediali" al tradizionale acronimo dell'associazione e avverte: "Basta separazioni tra realtà virtuale e reale, sono un continuum perché tutto parte dall'uomo che utilizzando i media li fa esistere". Fondata nel 1954, l'Aiart nasce in concomitanza con l'inizio del Servizio pubblico radiotelevisivo con il duplice compito di tutela e di formazione/educazione ai media. "Un ruolo – sostiene il presidente – da mantenere e rafforzare ripensandolo, perché oggi è legato soprattutto al web".

"Lo scenario comunicativo contemporaneo è ibrido, turbolento, di difficile intercettazione, decodifica e comprensione. Da qui – conclude Padula – la necessità di investire sulla formazione di cittadini mediali, non solo fornendo competenze digitali ma educando persone affinché online e offline siano responsabili e consapevoli delle opportunità e dei pericoli che possono discendere da un'inadeguata presenza in rete.

Telespettatore_03_04_2017_Telespettatore_08_09_09.qxp 14/04/17 12:29 Pagina 24

Dalla mondovisione all'endovisione

Pratiche e formati dello spazio televisivo

a cura di
Massimiliano Padula
e Giovanni Baggio

Edizioni ETS

La Parabola

1 Collana di Studi e Ricerche sulla Cittadinanza Mediale