

*Chiara Giaccardi: La relazione educativa nell'era digitale*

“La nostra vita si svolge in un ambiente post-mediale in cui non c’è confine tra gli strumenti tecnologici, né tra i media e l’ambiente. La Rete, pur essendo un luogo smaterializzato, consente un contatto e uno scambio che possono trasformarsi in un incontro, in relazioni non solo virtuali”. Il saggio di Chiara Giaccardi, professore straordinario di Sociologia dei processi culturali presso l’Università Cattolica di Milano, dove insegna Sociologia e Antropologia dei Media alla Facoltà di Lettere e Filosofia, mette in primo piano il concetto di “incontro” tra le diverse generazioni grazie alla Rete. Pur non concepito inizialmente come luogo dell’incontro, il Web – secondo l’A. - è un territorio che estende le nostre possibilità di riduzione di distanza, di contatto e di scambio. I nuovi media ci consentono di creare le condizioni di uno scambio in cui “l’altro” è fondamentale, in cui il sapere è costruito insieme, in un processo che non è mai finito. Chi ha vissuto il cambiamento tecnologico, sa che “il luogo” in cui viviamo ora è qualcosa che prima non esisteva, che prima aveva un’altra forma, e comportava altri tipi di abitudini; invece i cosiddetti “nativi digitali” non percepiscono chiaramente l’ambiente che hanno intorno. Da una parte i giovani – come si evince dal saggio- sanno muoversi nello spazio digitale in maniera acrobatica, hanno le bussole per orientarsi, ma faticano a muoversi; dall’altro, chi sa come muoversi nel mondo dei media, ma non sa dove andare.

*Armando Fumagalli e Chiara Toffoletto: I giovani e l’amore nella tv di oggi*

Il saggio di Armando Fumagalli è un estratto del libro scritto con Gianfranco Bettetini, dal titolo: *Quel che resta dei media, Idee per un’etica della Comunicazione*, Franco Angeli Editore.

In questo numero pubblichiamo la prima parte del quinto capitolo del testo - uscito lo scorso anno in un’edizione aggiornata - che in particolare tratta del rapporto “confidenziale” che la Tv ha instaurato con lo spettatore televisivo. Armando Fumagalli, docente di Semiotica e direttore del Master Universitario in Scrittura e produzione per la fiction e il cinema presso l’Università Cattolica di Milano, sottolinea che a partire dagli anni '80, la televisione ha messo in risalto l’esibizione di un rapporto diretto con lo spettatore, nella messa in scena di luoghi e contenuti sempre più intimi: il privato, i sentimenti e le relazioni familiari.

“La messa in piazza dei sentimenti – secondo Fumagalli - non viene vissuta come il prezzo da pagare per ottenere la popolarità, piuttosto come il vero scopo della

partecipazione al programma, un modo efficace di attirare l'attenzione sul proprio personaggio". Nel testo, aggiornato per l'edizione 2010 dalla dottoressa Chiara Toffoletto, si mette in evidenza che "molti programmi della Tv giocano sull'ingenuità (vera o presunta) di un pubblico disposto a credere che, in cambio dell'esibizione della propria vita privata, ci si possa rivolgere alla televisione per ogni esigenza. E inoltre, nell'ultimo decennio, la spettacolarizzazione del privato e il protagonismo dell'uomo qualunque sono diventati un vero e proprio genere di intrattenimento".

***Domenico Infante: Una ricerca sul grado di cultura mediale***

"La massiccia esposizione a tutti i nuovi media, soprattutto da parte dei minori, alimenta il dibattito attorno alle problematiche relative all'utilizzazione dei nuovi strumenti di comunicazione sui processi formativi, sulle condotte infantili, sulla elaborazione dei significati e sulla costruzione dell'identità". Una ricerca dell'Aiart di Matera, condotta dal dott. Domenico Infante, Segretario del Comitato di Presidenza nazionale dell'Aiart ed esperto dei problemi della comunicazione, offre una visione dettagliata sulla cultura mediale nelle famiglie, nelle scuole e nelle parrocchie del quartiere San Giacomo di Matera, un territorio costituito da una popolazione diversificata per classi demografiche e tipologie sociali insediate. In dettaglio l'indagine ci aiuta a comprendere con maggiore chiarezza le abitudini personali e familiari circa l'uso dei mezzi di comunicazione, il rapporto tra tempo dedicato all'uso dei media ed altre attività e l'utilizzazione di internet e TV da parte dei vari soggetti di analisi.

Conoscendo l'importanza del ruolo svolto dai genitori e dagli altri educatori sulla formazione socio-educativa dei minori, i risultati di questa indagine sembrano confermare la mancanza di una piena consapevolezza, in particolare da parte delle famiglie, a svolgere quella funzione necessaria per la riduzione dei rischi che i minori possono correre utilizzando i mezzi di comunicazione.

***Maria Grazia Faragò: I linguaggi di comunicazione nella didattica***

Il testo della dott.ssa Maria Grazia Faragò, è un estratto della Tesi del Master in "Applicazione di nuovi linguaggi di comunicazione nella didattica" conseguito presso l'Università Telematica delle Scienze Umane "N. Cusano" di Roma.

L'Autrice approfondisce nel suo lavoro il concetto di comunicazione fra docente e alunno, attraverso il linguaggio verbale e non verbale. La didattica infatti si pone come un tutt'uno con le regole della comunicazione, in quanto essa è adattamento, mediazione e trasformazione dei saperi, delle discipline, dell'esperienza stessa. La comunicazione in classe assume un valore decisivo non relegabile esclusivamente all'apprendimento di nozioni tecnico-disciplinari. Da essa infatti dipende l'apprendimento nel senso più ampio del termine, come conoscenza del mondo, di sé e degli altri. Nel testo vengono analizzate le connotazioni del concetto di comunicazione che si legano a quelle di educazione intesa non più come istruzione e trasmissione, ma come formazione, continua e permanente, confronto dialogico fra se stesso e l'altro, fra docente e studente in relazione alla complessità storico-sociale

---

## LA TV E IL DECLINO MORALE E CULTURALE DELL'ITALIA

Luca Borgomeo

---

“Only parents can make sure the tv is turned off and homework gets done”. Così il Presidente degli Stati Uniti Barack Obama, nel discorso sullo Stato dell’Unione del 25 gennaio 2011; un consiglio ai genitori, un richiamo alle loro responsabilità. “Soltanto i genitori possono assicurarsi che la tv sia spenta e che i bambini abbiano fatto i compiti per la scuola”. Ed ancora: “Noi abbiamo il dovere di insegnare ai nostri bambini che non è solo il vincitore del Super Bowl (manifestazione sportiva di football negli USA) che merita di essere celebrato, ma anche il vincitore di una “fiera delle scienze”; noi abbiamo bisogno di insegnare che il successo non è in funzione della fama, ma fatto di duro lavoro e disciplina.”

Sui media italiani, a cominciare dalle tv, queste parole di Obama, - tratte non da un’intervista o da un articolo, ma da un discorso ufficiale, il più importante e “solenne”, quello sullo stato dell’Unione – non sono state commentate; non sono state nemmeno riprese. Semplicemente ignorate. E ciò nonostante il fatto che, purtroppo, il problema della negativa influenza dei media e della tv in particolare sulla convivenza civile, è in Italia, più che negli Stati Uniti, di gran lunga più grave e preoccupante.

In effetti, il problema nel nostro Paese è scarsamente avvertito. Non c'è una diffusa consapevolezza degli effetti negativi dei media, e della tv in particolare, sulla vita delle singole persone, delle famiglie, dell'intera comunità. Nelle tante analisi delle cause della crisi che attanaglia l'Italia e che, giorno dopo giorno, ne segna il declino e il degrado, quasi mai sul banco degli imputati viene chiamata la tv. La responsabilità della grave crisi morale, culturale, sociale ed economica dell'Italia è, in generale, addossata alla politica, alla sua incapacità di riformarsi, alla classe dirigente del tutto inadeguata - per cultura, per preparazione, per rigore morale e senso dello Stato - a fronteggiare i gravi problemi economici e sociali del Paese, in una fase storica che la globalizzazione e i precari equilibri internazionali rendono complessa e sempre più preoccupante. Ma responsabili della crisi non sono solo i politici; lo sono anche le formazioni sociali, economiche, culturali e scientifiche. Anche i media, e in primis la Tv, sono responsabili.

Ma mentre è ricorrente e continua la denuncia delle responsabilità delle istituzioni, dei politici, dei "poteri" economici, delle formazioni sociali e culturali per la grave crisi italiana, raramente - per non dire mai - si dice chiaro e tondo che una parte determinante di responsabilità è della tv e dei suoi programmi.

In generale non si parla bene della tv. Gli utenti sono sempre più insoddisfatti dei programmi e sempre più duri nelle critiche. Tranne quelli che "vivono" di tv e che costruiscono con la tv fortune economiche, politiche e professionali, quasi tutti gli italiani esprimono giudizi molto negativi sulla tv. In generale, a questo giudizio "negativo" sulla tv non si accompagna la piena consapevolezza che la tv "ci cambia", modificando la nostra vita, cambiando le abitudini, imponendo atteggiamenti, comportamenti, linguaggi, stili di vita, e, soprattutto, influenzando i nostri orientamenti culturali, morali, politici, sociali. La tv "ci cambia". Cambia tutti. Chi più, chi meno; e ciò in relazione all'età, al livello culturale, all'esperienza, alla sensibilità e maturità del telespettatore; ma anche in relazione ai "tempi" dedicati alla tv (a volte l'unico media fruito!) e sottratti, più o meno inconsapevolmente, alle attività e relazioni affettive, sociali, culturali, lavorative, ricreative, sportive, religiose.

La tv "ci cambia". Non è un assioma. E' un dato di fatto. Una constatazione. E se "ci cambia", è spontaneo domandarsi se questo "cambiamento" avviene in positivo o in negativo. Se tutti, o quasi tutti, sono disposti a "convenire" che la tv ci cambia, non tutti sono concordi nel ritenere negativa l'influenza della tv; in verità molti, pur ritenendo che la tv può avere un'influenza negativa, si considerano "al riparo", non "toccati" da questi effetti negativi. E ciò per varie ragioni, alcune

forse valide, ma altre prevalentemente individuabili in una sorta di pre-sunzione o di una valutazione, troppo positiva, delle proprie capacità critiche.

Tutti d'accordo che la "tv ci cambia". Quasi tutti d'accordo che la "tv ci cambia in modo negativo, anche se quel "ci" riguarda gli altri e non noi. Se sono condivisibili queste valutazioni, appare evidente che non vi possono essere dubbi ed esitazioni nell'affermare che la tv influenza negativamente la vita delle persone e della comunità e che ha grandi responsabilità per la crisi culturale, morale e sociale del nostro Paese, causa non ultima della stessa instabilità del quadro politico e del crescente e preoccupante divario tra i cittadini e le istituzioni.

Il problema dell'influenza dei media e della tv in particolare sulla vita delle persone e delle comunità è avvertito in tutti i Paesi; ma è indubbio che in Italia ha un rilievo particolare e presenta molti aspetti preoccupanti. Mi limito ad indicarne soltanto 3, peraltro strettamente connessi: a) la concentrazione del potere mediatico. b) il degrado e la crisi della Rai, servizio pubblico. c) l'inadeguatezza del quadro normativo che regola, *rectius*, dovrebbe regolare l'intera materia.

Sul primo punto, la concentrazione del potere mediatico, bastano poche parole. Un unico soggetto, da oltre 15 anni, orienta, gestisce e controlla la quasi totalità delle tv "private" e, per il ruolo legittimamente acquisito nelle istituzioni (Governo e Parlamento), ha un peso determinante nella tv pubblica. A questo potere, che è al contempo mediatico, economico-finanziario e politico, fanno poi riferimento – per rimanere nel campo dei media – agenzie di stampa, quotidiani, settimanali, case editrici, colossi del mondo pubblicitario, del cinema, dello spettacolo, dei nuovi media. Un potere mediatico di queste dimensioni non può non avere influenze negative sulla libertà d'informazione, che – per sua natura – postula un reale pluralismo e una vera concorrenza. Ed è sotto gli occhi di tutti gli italiani che il sistema televisivo italiano è formalmente un duopolio (Rai e Mediaset), ma nei fatti è un vero e proprio monopolio. Basta guardare la tv per rendersi conto che, specialmente nei programmi di intrattenimento e di spettacolo, non vi sono differenze tra quelli Rai e quelli Mediaset; tutti omologati al basso, quasi sempre insulsi, volgari, negativi ed offensivi della dignità dei telespettatori. E sono questi programmi che "cambiano" progressivamente la "mentalità" dei cittadini, imponendo spesso disvalori, diseducando soprattutto i minori, contribuendo in modo rilevante e diretto alla crisi morale e culturale del Paese. E gli effetti di questa concentrazione di potere mediatico sono evidenti sulla libertà di stampa. Nella classifica di Freedom House, un'organizzazione internazionale che ogni anno presenta Rapporti sulla libertà di stampa

in tutti i Paesi del mondo, l'Italia è al 72° posto e, tra le nazioni europee, al 24°. Dati molto preoccupanti, soprattutto se confrontati con quelli degli anni passati, che assegnavano all'Italia posizioni migliori, in sintonia peraltro con le tradizioni democratiche e culturali di un grande Paese come l'Italia. Un calo continuo, una tendenza mortificante che fa riflettere e preoccupare, specialmente se a questa “classifica” relativa alla libertà di stampa, affianchiamo quelle, invero umilianti, relative al livello di istruzione, al prestigio delle università, alla lentezza della giustizia, alla dotazione di servizi sociali, all'efficienza dei trasporti e, non ultima la classifica mondiale della trasparenza e della corruzione che vede l'Italia al 67° posto !

Sul secondo punto, il degrado della Rai e l'eclisse del servizio pubblico, basta valutare lo scadimento dei programmi, sia quelli informativi – più o meno asserviti a logiche di partito – sia quelli di spettacolo e di intrattenimento. La più grande “azienda culturale” del Paese, giorno dopo giorno, perde credibilità e dissipa un patrimonio di professionalità, competenze, esperienze, sprecando risorse pubbliche e, soprattutto, non assolvendo al ruolo primario di un servizio pubblico che ha il dovere di rispettare gli utenti che hanno diritto, - un vero e proprio diritto di cittadinanza - ad essere informati correttamente ed essere intrattenuti nel rispetto della loro identità culturale e della loro dignità di persone.

Sul terzo punto, l'inadeguatezza del quadro normativo, va da un lato fatta una comparazione tra il sistema di leggi che regolano la materia radiotelevisiva in Italia e quello vigente negli altri Paesi e che, purtroppo testimonia l'arretratezza del nostro sistema, e dall'altro esaminata per grandi linee la legge sul riassetto del sistema radiotelevisivo italiano, approvata nel maggio 2005, la cd. legge Gasparri. Una legge del tutto inadeguata a correggere l'anomalia di un sistema “monopolistico” e del tutto funzionale a scardinare la posizione centrale del servizio pubblico, a tutto vantaggio dell'emittenza privata. Il degrado della tv, non solo quella pubblica, che è sotto gli occhi di tutti, è anche figlia di quella famigerata legge.

La prospettiva non è incoraggiante. Contrastare con una nuova tv un periodo lungo quasi quindici anni, che ha “segnato” la vita degli italiani con programmi “diseducativi” e che hanno avuto tanta presa tra le nuove generazioni, imponendo modelli culturali negativi, non è impresa facile. Ma l'etica della convinzione ci induce a insistere, - con la denuncia, lo studio, la formazione, l'iniziativa politica e culturale, la mobilitazione delle coscienze – per contrastare una tv che è oggettivamente responsabile del degrado morale e sociale di un'Italia, quasi rassegnata a un ineluttabile declino.

---

## LA RELAZIONE EDUCATIVA NELL'ERA DIGITALE

Chiara Giaccardi

---

### **I media come ambiente**

C'è una storiella molto istruttiva a riguardo, dello scrittore americano David Foster Wallace: “Ci sono due giovani pesci che nuotano e a un certo punto incontrano un pesce anziano che va nella direzione opposta, fa un cenno di saluto e dice: – Salve ragazzi. Com'è l'acqua? – I due pesci giovani nuotano un altro po', poi uno guarda l'altro e fa: – Che cavolo è l'acqua?”. L'incontro tra pesci giovani e pesci anziani può sollecitare una nuova relazione educativa, non più all'insegna della “trasmissione” di sapere, ma nella direzione di una reciprocità, di una “coeducazione”: i pesci anziani sono consapevoli che stiamo nell'acqua, perché hanno conosciuto altri tipi di ambiente, e quindi l'acqua (il mondo digitale) non è per loro scontata, né invisibile. Io racconto sempre ai miei figli, facendoli ridere, che ho scritto la tesi di laurea con la macchina da scrivere e la carta carbone tra due fogli, mentre ora gli studenti fanno “taglia e incolla” da Internet... Chi ha vissuto il cambiamento, sa che quello in cui viviamo ora è qualcosa che prima non c'era, che prima aveva un'altra forma, e comportava altri tipi di abitudini; invece i “nativi digitali” non sanno che le cose possono stare diversamente: per loro, l'ambiente è invisibile. Però sanno muoversi nello spazio digitale in maniera veramente acrobatica. E, forse, possono

insegnare qualche trucco ai pesci anziani.

Da un lato, dunque, c'è chi sa dove si trova, ha le bussole per orientarsi, ma fa fatica a muoversi; dall'altro, chi sa come muoversi, ma non sa dove andare e non sa nemmeno che sta dentro l'acqua. Questa metafora mi pare molto utile, perché da un lato ci dice che noi dall'acqua non possiamo uscire, che è inutile che cerchiamo di andare contro corrente, facendo finta che si possa vivere senza il digitale. Il digitale oggi è la nostra acqua. Dall'altro, però, ci dice che l'acqua, pur essendo il nostro ambiente, è anche qualcosa che noi possiamo migliorare: possiamo nuotare dove l'acqua è più pulita, possiamo cercare di rendere più respirabile o più vivibile l'acqua in cui ci troviamo, possiamo aiutare altri a desiderare acque più pulite. Quindi c'è un elemento, come dire, strutturale, che non possiamo modificare; ma c'è anche un elemento che chiama in gioco la nostra responsabilità. L'ambiente digitale è un ambiente in cui siamo immersi, è il nostro presente, l'epoca in cui ci è dato di vivere, con tutte le sue risorse e i suoi rischi: rendiamoci prima di tutto conto di qual è la composizione di quest'acqua, quali sono le caratteristiche di questo ambiente, in modo da riuscire a valorizzare le potenzialità che ci sono e anche a minimizzare i rischi.

Due aspetti vorrei sottolineare di questo ambiente digitale. Per il primo uso un'espressione ormai comune nei *media studies*, secondo la quale viviamo ormai in un'era *post-mediale*: un'era in cui non c'è più una distinzione chiara né dei media tra di loro, né dei media con l'ambiente. Il primo aspetto va tecnicamente sotto il nome di convergenza o crossmedialità: il telefono lo si usa per vedere le previsioni del tempo, per mandare le mail, come calcolatrice, per telefonare; ci si possono vedere i video di youtube e fare le foto: non serve più per una funzione specifica, ma serve per tante funzioni. Quindi non c'è più una distinzione netta dei media tra di loro - un medium per una funzione -, e non c'è più una distinzione netta tra i media e l'ambiente. Se io penso alla mia giornata, quando esco di casa, vedo subito i cartelli pubblicitari, arrivo alla stazione e ci sono gli schermi con i video; salgo sul treno e ci sono dei segnali luminosi e dei segnali audio che indicano la stazione successiva; entro in un centro commerciale e c'è la musica, in piazza del Duomo ci sono megaschermi con immagini in movimento.... Anche se non guardiamo la televisione o apriamo un giornale, noi siamo sempre immersi in un bagno di stimoli che ci vengono da media di diverso tipo. Quindi da un lato i media sono intrecciati tra di loro (tecnicamente si parla appunto di "convergenza mediale"), e dall'altro i media sono come "sciolti" nell'ambiente: per questo oggi è sbagliato più che mai usare l'espressione "strumenti". Uno strumento è un oggetto che ha una

**Immersi  
nell'ambiente  
digitale**

**Nessuna  
distinzione  
tra i media**



forma, come un martello, che io uso quando mi serve e ripongo quando non mi serve più; è un cannocchiale, è un oggetto che mi serve per una funzione specifica. Su questo tema ci sono pagine molto belle di Ivan Illich, il quale sosteneva che l'idea di strumento nasce esattamente nel momento in cui gli uomini smettono di pensare al mondo come un cosmo nelle mani di Dio e lo pensano come qualcosa che è nelle loro mani. Allora lo strumento è ciò che potenzia la capacità di intervenire sul mondo: questa è un'idea che nasce intorno al XII secolo, quella di strumento come oggetto che mi consente di fare di più di quello che riuscirei a fare con le mie mani; di accrescere, quindi, la potenza umana. I media non sono più strumenti; i media tradizionali (televisione, telefono) anche nel loro nome sono degli oggetti che servono per qualcosa: "televisione" significa "vedere lontano", il "tele-fono" consente di sentire la voce a distanza. Si tratta di strumenti che svolgono una funzione specifica. Oggi sul computer noi vediamo la televisione, guardiamo i film, giochiamo, compriamo; non c'è più un oggetto per una funzione, come dicevo prima. Il nostro ambiente è un ambiente post-mediale in cui non c'è un confine né dei i media tra loro, né tra i media e l'ambiente.

**I media  
non sono più  
strumenti**

Una seconda caratteristica di questo ambiente in cui viviamo la prendo da un autore che io continuo a trovare di grandissima attualità, Marshall McLuhan: cattolico, esperto di letteratura inglese, ha avuto una serie di intuizioni, a metà degli anni '60, alcune delle quali si stanno realizzando adesso. Il suo slogan più famoso era "il medium è il messaggio", che significa che quello che conta non è tanto il contenuto che passa da un medium, ma è il modo in cui ogni singolo medium, estendendo i nostri sensi e la nostra capacità di percezione, modifica il nostro rapporto con il mondo e quindi il nostro rapporto con le altre persone. La stampa ci ha abituato a un rapporto distaccato, individuale, basato su uno sguardo analitico; la tv ci abitua invece a un rapporto di coinvolgimento basato non sulla razionalità ma sull'emotività, che ci coinvolge in quello che McLuhan chiama "villaggio globale": ci fa vedere quello che accade in tutto il mondo, ce ne rende partecipi, come se tutti fossimo abitanti di uno stesso villaggio.

**Rischi  
e potenzialità  
del messaggio  
nell'ambiente  
mediale**

E la rete cosa fa? Qual è il messaggio dell'ambiente digitale? E' un messaggio ambivalente, che comporta rischi e potenzialità.

Il primo rischio, legato alle caratteristiche del medium, è l'*immanenza*, tutto sta dentro la rete e la rete è un "meta-medium", potremmo dire, che può contenere qualunque cosa: testi, immagini, discorsi, suoni, film, programmi tv... tutto quanto può essere immesso in questo grande contenitore, grazie al codice binario del linguaggio digitale; quindi non c'è più un "fuori", tutto può essere messo dentro. Questa caratteristica

**La dimensione  
immanente  
e quella  
orizzontale**

produce anche un senso di equivalenza, di parità e interscambiabilità dei contenuti: ci sta allo stesso titolo il discorso del Papa come il video buffo girato da una persona per strada. Ogni contenuto diventa equivalente a tutti gli altri che stanno dentro questo ambiente digitale. Questa capacità di contenere qualunque cosa, di creare un regime di equivalenza e immanenza è un aspetto molto importante da tenere in considerazione, un messaggio fondamentale di questo medium.

Così come anche la dimensione dell'*orizzontalità*: non ci sono autorità indiscusse nella rete; chiunque può dire qualunque cosa, chiunque può aprire un blog, chiunque può dire la sua, chiunque può postare un video. Non ci sono, almeno apparentemente, delle gerarchie; è un ambiente orizzontale, in cui tutti possono prendere la parola.

Questo vuole anche dire che in rete c'è tantissimo, ma senza un criterio per orientarsi: come madre e come insegnante vedo che sempre di più i ragazzi fanno fatica a mettere in ordine le cose, a capire cosa è importante e cosa è invece secondario; mettono sullo stesso piano delle fonti che hanno un'autorevolezza completamente diversa; sono incapaci di gerarchizzare e faticano a discernere. La loro mentalità è in qualche modo plasmata da questa orizzontalità, da questa equivalenza generalizzata che caratterizza l'ambiente digitale. Questa orizzontalità ha un aspetto positivo: tutti sono in qualche modo chiamati a cooperare alla produzioni di materiali e a condividerli, entro un'idea di compartecipazione, condivisione, costruzione collettiva del sapere. Questo nuovo linguaggio mette in discussione, in maniera definitiva e forse anche giustamente, un modello riduttivo di comunicazione e di educazione, basato sull'idea di trasmissione.

### **Informazione, narrazione ed esperienza: dalla tv alla rete**

Ripercorrendo la storia dei media, vediamo che il modello televisivo tradizionale era quello del *broadcasting*, caratterizzato da una comunicazione uno-a-molti, da un emittente a tanti riceventi senza possibilità di un feedback, di un'interazione tra i soggetti in gioco. Era una trasmissione unilineare di contenuti, che a lungo ha fatto da paradigma della comunicazione *tout court*, con un effetto di riduzione e distorsione che io chiamo la "cattiva sineddoche", dato che un caso particolare e ristretto di comunicazione viene assunto come il paradigma della comunicazione stessa. Alla domanda "cosa vuol dire comunicare?", la risposta più probabile è "qualcuno che dice qualcosa a qualcun altro": una definizione basata, appunto, sul modello della trasmissione. In realtà questa non è comunicazione. Caratteristica di questo modello da un lato è la

mono-direzionalità della comunicazione, da uno a molti; dall'altro la supremazia dell'informazione come contenuto da comunicare. Walter Benjamin scriveva che con i mezzi di comunicazione le persone perdono la capacità di raccontare, e alla narrazione si sostituisce l'informazione. Lui parlava della stampa, ma ciò vale a maggior ragione con la tv. Cos'è l'informazione? È una notizia che colpisce e che perde significato immediatamente: nessuno di noi leggerebbe il giornale di due giorni prima. La notizia deve essere "calda", come dice Bauman, anzi bollente; deve essere consumata subito e deve essere bella forte, perché altrimenti non desta la nostra attenzione. La notizia ci presenta un dato bruto, un "fatto"; non ci da un senso, non ci invita alla riflessione; oppure ci propina un "senso istanteneizzato", cioè ridotto a uno slogan, a una formula banale che esonera dalla riflessione. Invece la narrazione è una modalità che a che fare con la comunicazione in senso autentico, perché raccontare vuol dire scambiarsi delle esperienze. Benjamin scriveva che il narratore era capace di rendere partecipi della sua esperienza coloro a cui raccontava le proprie storie. Ricoeur a sua volta scriveva che "il racconto è una palestra etica", perché nel momento in cui si racconta una storia si mettono in ordine i fatti, si danno delle valutazioni, si mostrano i diversi punti di vista. Ogni racconto è sempre polifonico, è l'intreccio di tante storie che poi formano una storia comune, un racconto di racconti. Quindi il fatto che noi perdiamo la nostra capacità di raccontare impoverisce anche la nostra esperienza. Noi ci abituiamo a fruire di informazioni che sono istantanee, ma che diventano subito obsolete, perdono subito di significato. Pensiamo a come è cambiato il modo di raccontare della televisione: la tv delle origini, raccontava delle storie che parlavano del Paese, raccontavano l'Italia ai propri cittadini, mettendo in scena le grandi opere della letteratura, mostrando "l'Italia dei campanili". Da questo racconto si è passati poi, negli anni '80, alla *fiction*, dove il racconto dei diversi mondi (le commesse, i carabinieri, il parroco...) si staglia sullo sfondo di una società che si sbriciola, mostrando che tuttavia ci sono ancora dei singoli capaci di contrastare lo sfilacciamento sociale, il cinismo e il nichilismo dilaganti. E, comunque, la *fiction* mantiene ancora una struttura narrativa: parla di mondi, di persone che abitano questi mondi, che sono in relazione tra di loro.

Il passaggio successivo è quello del *reality*. E che cos'è il *reality*? È un non-storia che accompagna la nostra quotidianità. È un testo che non ha un inizio né una fine, che non si sa se è vero o se è finto, e non importa nemmeno saperlo; è uno pseudo-racconto di una pseudo-spontanea quotidianità che non può essere più una palestra etica, perché vive solo

**Comunicazione  
informazione  
e narrazione**

**Dal racconto  
alla fiction  
e al reality**

**Come muta  
la capacità  
di raccontare  
e ascoltare  
le storie**

dell'immediatezza che sa generare, della trasgressione che emerge nel momento, della lite, del pianto, di pseudo-eventi che movimentano per un istante una situazione insignificante e ripetitiva. Non ci chiediamo più se è vero, se è artefatto, sei protagonisti stanno recitando: non ci interessa; ci interessa solo che, in qualche modo, la nostra attenzione venga tenuta desta. La "realityzzazione" del racconto è uno segni del suo impoverimento, della sua scomparsa. E cosa fanno i ragazzi su facebook? Mettono lo "status" (sto mangiando un gelato, sono andato alla festa..) Si tratta di micronarrazioni, che non sono neanche più dei racconti: sono piuttosto dei frammenti a cui manca la capacità di costruire un racconto, e quindi di scambiare effettivamente esperienze. Da un lato emerge un bisogno, il bisogno di raccontarsi; dall'altro ci sono delle forme che sono troppo strette, troppo frammentate, sbriciolate. E tra l'altro è interessante, e questo lo dico sulla base di ricerche che ho recentemente condotto sui consumi mediali dei giovani, che i ragazzi non guardano neanche il Grande Fratello, ma guardano su Youtube le scene salienti del Grande Fratello: c'è un consumo "snack", la porzioncina più saporita e basta: non v'è più nemmeno la pazienza di guardarsi tutta la trasmissione. Questo mutamento della capacità di raccontare e ascoltare storie, ci dice di un impoverimento della nostra capacità di avere e scambiare esperienze; e se noi non sappiamo avere esperienze, non sappiamo nemmeno più educare, perché l'educazione passa appunto attraverso questo scambio e non attraverso una trasmissione.

## **Esperienza-educazione nell'incontro**

La crisi dell'esperienza diventa una crisi dell'educazione. A me piace sempre partire dall'etimologia delle parole: esperienza ed educazione si assomigliano, anche se sono diverse. Esperienza viene infatti da "ex-per-ire", e comporta l'idea di "uscire" e attraversare dei territori ignoti, per ritornare arricchiti. Educazione viene invece da "e-ducere", quindi "portare fuori"; entrambe comportano dunque un "uscire", dal dato per scontato, dall'ordinarietà, per guardare al di là del dato, dell'ovvio. I pesci anziani, tornando alla metafora iniziale, hanno in qualche modo questa capacità di andare al di là, perché si ricordano, perché hanno visto qualcosa di diverso; mentre per i pesci giovani, che sono bravissimi a muoversi, è difficile uscire fuori, perché tutto sta dentro: non c'è un fuori, è molto difficile vedere al di là. Io credo però che la rete, proprio perché mette in discussione il modello della trasmissione, ci aiuti a riscoprire quello che è il significato più autentico

della comunicazione e quindi anche dell'educazione, che è una forma alta di comunicazione. Il significato di comunicazione, nel senso antropologico, ha almeno tre accezioni, ricavabili dall'etimologia.

Comunicazione viene da *communis*, e comporta, in questo senso, la costruzione di qualcosa di comune tra persone diverse. Quindi non è trasmissione di qualcosa che c'è già, ma è costruzione di qualcosa che non c'è ancora, che va costruito. Ciò che esiste, il dato, sono le differenze tra le persone, sono le distanze; e la comunicazione è proprio la capacità di costruire, a partire dal dato della distanza, della differenza, del conflitto, quel tessuto comune che consente, appunto, di vivere insieme. Comunicazione è qualcosa che noi abbiamo davanti, è un desiderio, una speranza, un a-venire; non è un dato. Come scrive Ricoeur, mentre per i linguisti la comunicazione è un fatto, scomponibile in elementi (emittente, messaggio, ricevente, codice...), per i filosofi la comunicazione è un miracolo, dato che la normalità è l'incapacità di comunicare. Ogni volta che noi riusciamo ad arrivare al di là di questa difficoltà e a costruire questo spazio comune da abitare insieme, questo è un miracolo; e, per fortuna, qualche miracolo a volte riusciamo a farlo, cosa che ci dà la speranza e la motivazione per cercare di ripeterlo.

Un secondo significato ha a che fare con il *dono*: forzando un po' l'etimologia si può vedere la comunicazione come "cum-munus", un dono che si fa all'altro e che si riceve dall'altro. Anche in questo senso, la comunicazione è sempre generativa di novità. Mentre nel modello della trasmissione, io trasmetto qualcosa che so già e lo passo semplicemente a qualcun altro, nella comunicazione come scambio di doni non soltanto io do qualcosa di me, che voglio raccontare a qualcuno, ma nello stesso tempo ricevo qualche cosa, ricevo l'attenzione che mi viene dedicata, il tempo, la risposta inattesa; e quello che risulta da questo incontro non è tanto uno scambio di sapere, ma prima di tutto un approfondimento della relazione. Se entriamo veramente in comunicazione, noi rafforziamo il nostro legame, prima ancora che dirci delle cose; e questo accogliersi reciprocamente è il messaggio fondamentale della comunicazione, prima ancora che, e come condizione perché, qualunque altro scambio possa avvenire.

E infine una terza accezione, anche questa un po' una forzata etimologicamente: comunicazione come "cum-moenia", creazione di mura, nel senso di perimetri di significato che in qualche modo ci uniscano, in cui ci riconosciamo, anche affettivamente. Penso per esempio al lessico familiare, a quelle espressioni che hanno senso per noi perché ci ricordano momenti di vita dei bambini, vissuti familiari, espressioni che si usavano in certi momenti della vita. Queste parole comuni

**Comunicazione:  
tre significati  
ricavabili  
dagli "etimi"**

uniscono, costruiscono un orizzonte di significati che ci fanno sentire affettivamente legati tra di noi. E' un aspetto di valorizzazione del linguaggio che contrasta il carattere banale che ormai ha assunto. Noi parliamo troppo spesso per luoghi comuni, stereotipi e frasi fatte; e più lo facciamo, più povera diventa la nostra esperienza; più invece ci sforziamo di utilizzare tutte le parole in maniera non banale, più anche la nostre capacità di sentire intensamente l'esperienza aumenta. Mi piace molto un'espressione di Rahner, per il quale le parole non sono delle etichette sugli oggetti, bensì delle conchiglie che noi avviciniamo all'orecchio per sentire il rumore del mare. È chiaro che il rumore del mare non sta dentro la conchiglia; però la conchiglia riesce a evocarlo, a farcelo desiderare, a farcelo sognare, comunque a farci andare al di là di se stessa come oggetto. E io credo che le parole possono svolgere questa funzione di apertura, come delle finestre: più sono piccole e meno luce entra; più sono grandi, più le apriamo e più realtà entra in noi grazie a queste parole. Quindi lavorare sul linguaggio è fondamentale per la comunicazione, e a maggior ragione per l'educazione.

La crisi dell'esperienza porta a una crisi della comunicazione e dell'educazione; dunque, se noi rigeneriamo il concetto di comunicazione possiamo anche ripensare, alla luce delle nuove possibilità che la rete ci offre, il concetto stesso di educazione. Quali sono dunque, a partire anche dagli elementi di rischio del nuovo ambiente digitale, gli aspetti che possiamo utilizzare come risorse per rigenerare anche la nostra capacità di educare? Intanto un suggerimento bibliografico: la casa editrice della mia università, Vita e Pensiero, ha appena tradotto un bellissimo libro di Michel De Certeau, che si intitola "Lo straniero o l'unione della differenza", in cui l'autore sostiene che la messa in crisi dell'autorità è benefica, se consente l'emergere dell'autorevolezza. De Certeau non parla ovviamente della rete, perché scriveva alla fine degli anni '60, però le sue affermazioni sono estremamente pertinenti e attuali. Oggi, nell'era della comunicazione orizzontale, ormai non c'è più concesso parlare con autorità; sicuramente non al genitore, o all'insegnante. Non basta più il prestigio del nostro ruolo, perché non c'è più: nell'ambiente orizzontale l'autorità non solo non c'è, ma è quasi uno sport metterla alla prova, anche duramente. Che cosa possiamo fare allora? Possiamo cercare di guadagnarci un'autorevolezza e l'autorevolezza non viene dal nostro ruolo, ma viene dalla nostra capacità di farci riconoscere dall'altro come autorevoli, come qualcuno che ha qualcosa da dire; non perché ha studiato più degli altri, ma perché ha vissuto, perché quello che dice passa attraverso la sua esperienza, la sua storia, la sua vita e quindi in qualche modo "è testimoniato" in una

**Per comunicare  
ed educare  
è fondamentale  
lavorare  
sul linguaggio**

forma autentica. Oggi la figura del testimone è cruciale: è forse l'unico modo di presentarsi con autorevolezza sulla scena orizzontale della rete. Dice bene De Certeau: "La crisi è benefica quando l'autorità degli adulti viene minata da un'incompetenza, ancora appesantita da conoscenze passate di moda, dalla loro inesperienza in campi altrettanto nuovi o più nuovi per loro che per dei giovani ultimi arrivati, dall'inutile armatura morale di cui vorrebbero gravare i loro successori senza riuscire essi stessi a giustificarla". Spesso l'adulto che si presenta con autorità, carica sugli altri pesi che lui stesso non ha voglia di portare, maschera dietro la propria superiorità la propria incompetenza, la sua non voglia di mettere in discussione il suo sapere alle luce delle nuove domande che lo interpellano. Per questo, l'orizzontalità può essere benefica nel momento in cui decostruisce realtà irrigidite che hanno bisogno invece di svegliarsi, di recuperare tutta la ricchezza del loro sapere alla luce delle nuove domande, dei nuovi bisogni: perché il sapere vive se continuamente viene rigenerato. Ricoeur sosteneva che la tradizione, cioè quello che noi abbiamo ricevuto e imparato, quello che noi custodiamo come un valore, non è un oggetto da difendere, qualcosa di "dato" e definitivo, ma è qualche cosa che ha delle potenzialità che non sono ancora germogliate e che possono germogliare solo se risvegliate dalle domande del presente. Quindi la tradizione non deve essere solo difesa, ma deve essere continuamente provocata perché possa esprimere tutta la sua ricchezza, che non è mai esauribile in un unico momento storico. E quindi, per rispetto alla nostra tradizione, noi dobbiamo continuamente fare la fatica di rileggerla alla luce del presente. L'orizzontalità della rete obbliga gli educatori a fare questo lavoro, ad approfondire il loro sapere, a risvegliarlo sulla base delle esigenze mutate del presente. La crisi dell'autorità è faticosa e impegnativa, però consente di guadagnare un'autorevolezza; e se l'autorevolezza c'è, viene riconosciuta. I giovani hanno anche bisogno di trovare dei riferimenti e quindi sono disposti, dopo averlo messo alla prova più e più volte, a riconoscere il valore, se il valore c'è, naturalmente; e oggi non c'è nessun valore che possa essere ritenuto scontato: il valore deve essere mostrato. Ed è importante anche la consapevolezza del limite, che è un altro stimolo che la rete ci offre: nessuno di noi è in grado di trasmettere indipendentemente dagli altri; sono gli altri che risvegliano il nostro sapere, che ci mettono alla prova, che ci costringono, che ci mettono di fronte al nostro limite, ma nello stesso tempo ci danno la possibilità di reimparare in modo nuovo ciò che pensavamo di possedere, nel momento in cui ci sforziamo di offrirlo ad altri. Il testimone è sempre "limitato": prima di tutto è consapevole di ciò

**Cruciale  
la figura  
del testimone**

**La crisi  
dell'autorità  
e il valore  
dell'esperienza**

**La relazione  
tra educatori  
e “educandi”**

che non riesce a fare, di ciò che non sa, di ciò che non riesce a dire. E questa consapevolezza del limite è fondamentale, perché è la condizione per ammettere di aver bisogno di altri: se io sapessi tutto e non avessi limiti non avrei bisogno di nessuno. Il pesce anziano ha bisogno dei pesci giovani, perché sono i pesci giovani che sanno come muoversi; e i giovani hanno bisogno del pesce anziano perché il pesce anziano sa dove andare. E' quindi mettendosi insieme, e riconoscendo la natura di questa interdipendenza e di questo bisogno reciproco l'uno dell'altro, che si riesce a comunicare ed educarsi a vicenda. L'educatore ha bisogno dei suoi “educandi”: è una relazione reciproca, non simmetrica (non bisogna avere l'ossessione della simmetria, che è una cosa che esiste solo nei contratti o nella matematica, perché le relazioni umane sono sempre asimmetriche). Però la reciprocità è un dare e un avere, un dono in due direzioni. Quali sono dunque le condizioni della comunicazione e dell'educazione? Il riconoscimento del mio limite, quindi il riconoscimento che io ho qualcosa da imparare dall'altro mi rende disponibile all'ascolto; la condizione preliminare dell'educazione e della comunicazione è l'incontro: la comunicazione e l'educazione sono incontro di persone e non passaggio di sapere e di informazioni. L'incontro è la condizione, così come l'ascolto: io posso comunicare se prima di tutto accolgo l'altro, gli lascio uno spazio. Uno pensa: comunicare è dire qualcosa, ma non è così. Il primo passo è ascoltare. E' quella che si può definire la “buona passività”: il lasciare spazio all'altro, per consentire di venire verso di me, di farmi dono di quello che ha da dirmi. L'incontro, l'ascolto, la reciprocità e soprattutto l'accettazione dell'alterità sono le condizioni della comunicazione autentica e dell'educazione.

**Incontro  
ascolto,  
reciprocità,  
accettazione  
dell'alterità**

Nella trasmissione non c'è l'alterità: l'altro è semplicemente un destinatario che non interferisce con la mia identità; invece nella comunicazione/educazione è l'altro che in qualche modo mi restituisce la mia identità. Incontrare è incontrare l'altro, è uscire da quell'individualismo che ha caratterizzato la “società liquida”. La rete ci consente di andare oltre questo modello e di creare le condizioni di uno scambio in cui l'altro è fondamentale, in cui il sapere è costruito insieme, in un processo che non è mai finito. E per concludere, ancora una citazione di De Certeau che valorizza e ridefinisce, in modo molto appropriato anche ai nostri tempi, il ruolo dell'educatore: “Eroe oscuro, legato alle maggiori difficoltà del suo tempo, l'educatore è per tutti questi aspetti l'apostolo di oggi. Dove si cerca una cultura si lavora a definire una pedagogia: dato che è preposto al processo dell'uomo, l'educatore lavora ai due grandi compiti dell'apostolato moderno, due compiti che ne costituiscono uno solo: l'intelligenza attuale della tradizione e la comunione che farà degli altri il nostro prossimo”.



---

## I GIOVANI E L'AMORE NELLA TV DI OGGI

di Armando Fumagalli - Chiara Toffoletto

---

La profonda trasformazione del panorama dei media negli ultimi anni, e in particolare quella del medium socialmente e finanziariamente più forte, la televisione, fra le sue varie linee di forza ha anche quella di una progressiva specializzazione -o, come si dice in gergo pubblicitario, targetizzazione- del suo pubblico. Il fenomeno ha in buona parte le sue origini proprio nella pubblicità, ma in questa sede non ci interessa tanto studiare i motivi del suo sorgere, quanto piuttosto muovere da esso per svolgere alcune considerazioni sul rapporto fra mass media e giovani<sup>1</sup>, in particolare per quanto riguarda quella dimensione esistenziale di così radicale portata che è la sfera affettiva e sessuale, con i suoi vari risvolti. Abbiamo già visto alcune tesi del sociologo americano Joshua Meyrowitz, che aveva attribuito al medium generalista per eccellenza, la televisione, una nascosta ma assai forte azione rivoluzionaria nel campo della percezione sociale dei ruoli: ora ne richiamiamo brevemente alcune che ci aiutano a indicare quale possa essere la rilevanza dell'influsso dei media in un momento e in una condizione così delicata come quella giovanile.

In questi ultimi anni, inoltre, l'universo mediatico ha allargato i suoi

**La rilevanza  
dell'influsso  
dei media  
sui giovani**

confini per fare spazio a nuove forme di comunicazione, alcune delle quali oggi non ancora completamente esplorate. A partire dalla seconda metà degli anni Novanta, con l'ingresso nell'era dei media mobili e interattivi (Internet, lettore mp3, telefono cellulare etc), la televisione ha cominciato a veder scalfito il suo primato assoluto di medium per antonomasia, scoprendo nel contempo forme di interazione con i "nuovi media" che si stanno rivelando vitali per la sua sopravvivenza e il suo rilancio nel terzo millennio<sup>2</sup>.

Introducendo il tema del rapporto tra mass-media e giovani, dovremo quindi riferirci a una vasta "piattaforma mediale" dispensatrice di contenuti, di cui la televisione, sebbene ancora determinante soprattutto per alcune fasce di pubblico, è diventato uno dei supporti possibili<sup>3</sup>.

Storicamente, la televisione ha favorito l'unificazione culturale e l'integrazione sociale offrendo un numero limitato di canali largamente condivisi. Nell'ultimo decennio, ed è questo un processo a cui stiamo tuttora assistendo, sulla spinta di molteplici fattori (tecnologici, economici e politici) il vecchio modello generalista è entrato in competizione con altre forme di televisione<sup>4</sup>. Le piattaforme principali della "nuova televisione" (televisione digitale terrestre, televisione digitale via satellite, banda larga) hanno sollecitato e favorito la crescita delle famiglie multicanale, facendo proliferare l'offerta di canali e servizi interattivi. Lo spettatore, dunque, si trova oggi di fronte a un ricchissimo bouquet di proposte, che gli dà la sensazione di avere infinite possibilità di scelta e che però, nella maggior parte dei casi, deve ancora imparare a gestire<sup>5</sup>. A favorire la lenta ma innegabile "rivoluzione mediatica"<sup>6</sup> in corso nelle case degli italiani, sono sicuramente i giovani, la generazione che ha maggiore confidenza con le nuove tecnologie. Principalmente a loro, infatti, si deve la crescente penetrazione e "addomesticazione" di Internet e dei nuovi media all'interno delle mura di casa.<sup>7</sup>

**La televisione  
nell'era  
dei media  
mobili  
e interattivi**

I cambiamenti e le forme di interazione tra i nuovi media, oggi sempre più fitte, non fanno altro che accelerare un processo già in atto da qualche tempo, di frammentazione e "targettizzazione" del panorama e del consumo dell'audiovisivo. Una volta accertato che è sempre più difficile muoversi con successo di pubblico in una direzione generalista e che d'altra parte ciò che è determinante per gli investitori pubblicitari - che sono l'anima e il sangue della televisione- è raggiungere non tanto un pubblico qualsiasi, ma un pubblico di potenziali compratori, si sta andando verso una consapevole e sempre più netta segmentazione del pubblico stesso. Sotto l'impulso delle recenti acquisizioni tecnologiche, la modellizzazione di un'identità giovanile molto caratterizzata (e per lo più transnazionale), basata su alcuni fattori, in parte naturali, in parte

rielaborati attraverso stereotipi più o meno "forti" della cultura occidentale, passa oggi non solo attraverso i contenuti dell'offerta mediale, ma anche attraverso le nuove modalità con cui essa viene comunicata e fruita.

## **Dalla televisione "di flusso" a Internet**

"I media non sono più uno schermo che si guarda, una radio che si ascolta. Sono un'atmosfera, un ambiente nel quale si è immersi, che ci avvolge e ci penetra da ogni lato"<sup>8</sup>. Già nel 1991 le parole di Carlo Maria Martini sintetizzavano efficacemente quale sarebbe stato l'esito della "rivoluzione digitale" appena descritta.

Internet ha rimodellato la vita emozionale dei ragazzi, scompigliando i passi naturali della conoscenza, che sempre più spesso prende avvio da una dimensione virtuale, prima che da una base di realtà. Se si esclude l'uso del telefono, è solo negli ultimi anni che nelle relazioni interpersonali ha fatto irruzione una massiccia mediazione tecnologica: e questo è innanzitutto un fatto con cui bisogna confrontarsi.<sup>9</sup>

Che la rivoluzione digitale abbia avuto - e continui ad avere - un influsso determinante sulle caratteristiche comportamentali e psicologiche dei giovani è un processo sotto gli occhi di tutti. I cambiamenti portati da Internet nel modo con cui i ragazzi fruiscono e comunicano contenuti, tuttavia, si inseriscono in un solco precedentemente tracciato dalla televisione. Ci riferiamo, in particolare, agli anni Ottanta e alla nascita delle emittenti televisive musicali per giovani, cresciute e sviluppatesi nel decennio successivo, da Videomusic a Mtv<sup>10</sup>.

Questi canali hanno lanciato l'idea di una televisione di "flusso": invece di programmi strutturati con palinsesti, orari, ecc., proponevano un flusso continuo di videoclip senza soluzione di continuità. In questa negazione della componente "rigida" di un programma con un inizio e una fine, e un senso compiuto, la tv musicale è stata in sintonia con la più generale trasformazione di tutta la televisione degli anni Ottanta, anticipando i grandi rivolgimenti dell'anti-struttura per eccellenza, lo spazio senza limiti del Web. Televisione di flusso ha significato anche televisione di consumo, da fruire in modo immediato e frammentario, e tutto sommato superficiale, dove non conta più tanto l'intenzione comunicativa di chi "costruisce" un programma, quanto la volontà, o il capriccio, dell'ascoltatore che si costruisce una fruizione fatta da un insieme di frammenti<sup>11</sup>. Questo modo di entrare in contatto con il contenuto audiovisivo ha lasciato tracce significative anche nell'attuale panorama televisivo e mediatico.

**La rivoluzione digitale e i nuovi comportamenti dei giovani**

In effetti, quasi tutto il linguaggio audiovisivo è stato influenzato dal videoclip, con un'accentuazione del ritmo, della velocità del montaggio, con la moltiplicazione esasperata dei punti di vista. Lo spettatore -e soprattutto lo spettatore giovane, che ha un'assuefazione più rapida a questo linguaggio, così come più rapidamente sviluppa abilità per i videogiochi- non sopporta più un ritmo lento ed è stato così disabituato alla riflessione: il videoclip continuamente sollecita l'attenzione e la risveglia, chiedendo interpretazioni e integrazioni percettive. Si tratta quindi di un'attività cognitiva forte, ma, appunto, di tipo prevalentemente percettivo, e non intellettuale. C'è, anzi, una continua sollecitazione percettiva ed emotiva, che tende a sopraffare qualsiasi attività intellettuale: si tratta infatti - almeno nel caso di molti videoclip o di testi analoghi- di competenze del tutto simili a quelle che si usano nei videogiochi più banali e che quindi non impegnano la componente propriamente intellettuale o la impegnano in una dimensione del tutto elementare.

**L'influenza  
dei videoclip  
sul linguaggio  
audiovisivo**

Uno stile comunicativo che tende a frammentare i corpi e gli oggetti in una serie di particolari e a evidenziarli in modo rapido e continuamente rinnovato diventa espressione di una comunicazione che sollecita continuamente senza lasciare pensare. Paradossalmente è una comunicazione che alla lunga genera noia, perché a un ritmo così elevato di sollecitazioni -particolarmente quando esse esprimono richiami sessuali continuamente rinnovati- non si può alla fine che assuefarsi, vittime di un desiderio continuamente senza oggetto, che a lungo andare genera il tedio, proprio perché svuota la dimensione della volontà, che consiste nel "tendere" motivatamente (razionalmente) a un oggetto che abbia caratteristiche realmente arricchenti.

**Dalla "logica  
di servizio"  
alla "logica  
di menù"**

Questa è una delle conseguenze del passaggio nella programmazione da una logica di servizio quale quella della televisione delle origini - sorretta in fondo da un progetto culturale, pur con tutti i suoi limiti- a una logica di menù<sup>12</sup>, in cui quello che conta è riuscire a soddisfare l'esigenza epidermica del momento.

E' curioso il fatto che questo tipo di comunicazione mediale corrisponda a caratteristiche che, con il passare degli anni, sembrano sempre più proprie della gioventù dei paesi industrializzati<sup>13</sup>: forte dipendenza dalle circostanze e dalle sollecitazioni del momento, incapacità di sopportare le medie tensioni e di fare progetti, debolezza della volontà, sentimentalismo, noia esistenziale, e -in una parola- immaturità<sup>14</sup>.

Le emittenti musicali per i giovani si sono consolidate negli anni Novanta come una specie di repubblica a parte nel panorama televisivo: a poco a poco, attorno ai videoclip hanno costruito tutto un mondo imperniato sul binomio musica-giovani: un mondo che informava non

solo i clip, ma le rubriche, le sigle, i telegiornali; e in sintonia con questo clima si muovevano anche gli inserti pubblicitari. Oggi possiamo affermare che Videomusic e Mtv hanno avuto certamente qualche influsso sulle caratteristiche di molti giovani a partire da fine anni Novanta: eterni adolescenti, in difficoltà a lasciare la casa dei genitori per fondare famiglie nuove. Buoni sentimenti, pace, ecologia, ma poca prontezza ad assumersi vere responsabilità, poca capacità di affrontare in prima persona il reale, gli impegni veri, i sacrifici per costruire qualcosa di duraturo. Un giovanilismo, quindi, che ha avuto come risultato quello di proteggere e allungare la condizione pre-adulta, fornendo un habitat di sogni e interessi -in fondo, di ruoli in cui ci si può identificare- comodo e piacevole<sup>15</sup>.

In un certo senso, oggi Internet raccoglie l'eredità del giovanilismo diffuso dai canali musicali, e lo estende a categorie di "giovani" in senso non più strettamente anagrafico. La televisione di flusso, ad esempio, conteneva in nuce alcuni tratti tipici della fruizione a-sistematica e senza scopo che può caratterizzare la navigazione in Internet. Per sua stessa natura, la Rete è un caleidoscopio di possibilità che si materializzano nell'istante di un click, comprimendo i tempi dell'attesa e della ricerca. Anche chi si connette a Internet con un obiettivo preciso, di click in click, sull'onda degli stimoli ricevuti, arriva magari a spostare il proprio interesse su tutt'altro, fino a dimenticarsi qual era l'oggetto iniziale della sua ricerca. La fruizione frammentata e potenzialmente infinita, conseguenza e causa della struttura ipertestuale della rete, spesso si accompagna anche a un contenuto frammentato o comunque "aperto". Basti pensare che una delle forme più rappresentative della comunicazione via web, il blog, è per sua natura un oggetto in fieri, attraverso cui il blogger affida alla Rete "non prodotti finiti o riflessioni concluse, ma il frastagliato e diseguale diario della propria storia intellettuale e, spesso, anche emotiva"<sup>16</sup>. Eppure è proprio questa apertura, o mancanza di confini definiti, ciò su cui si fonda l'interattività e la "tridimensionalità" della Rete, cioè uno degli indiscussi elementi di novità e fascino dell'era del Web 2.0<sup>17</sup>.

**L'interattività  
della Rete:  
novità  
e fascino  
del web 2.0**

## **La frammentazione comunicativa**

Poter attingere a una fonte di conoscenza e intrattenimento dai confini illimitati, sempre disponibile, ha indubbiamente i suoi vantaggi: da quello, banale, di reperire informazioni o di avere a disposizione (spesso a costo zero) musica, filmati, giochi, passatempi, a quello più complesso di condividere emozioni, interessi e significati con la propria rete di

“amici” nei social network. Da un certo punto di vista, Internet ha reso le persone protagoniste, e non solo destinatarie, della comunicazione. I giovani si sono accorti presto delle grandi opportunità di partecipazione e condivisione offerte dalla Rete, come dimostra il crescente successo dei social network tra gli adolescenti<sup>18</sup>.

**Il successo  
dei social  
network  
tra i giovani**

Le conseguenze di una fruizione sempre più libera, istintiva, legata all'impulso del momento, potenzialmente senza fine e senza confini, non sono però soltanto positive, evidentemente. Oltre a rendere disponibili contenuti inadeguati o dannosi, la Rete può provocare sui giovani navigatori anche effetti negativi “a lungo termine”: abituati a ragionare in modo associativo più che deduttivo, spesso i ragazzi non sanno più cosa sia l'impegno e la concentrazione, oppure, iperstimolati da immagini, notizie e suggestioni, non riescono più a mettere a fuoco una gerarchia di valori, soprattutto laddove latiti un ruolo genitoriale forte, o comunque la presenza di figure adulte realmente incisive<sup>19</sup>. Anzi, va rilevato che spesso l'utilizzo prolungato e “alienante” di Internet si accompagna a un vuoto di relazioni vere e di esperienza, di cui il tempo trascorso sul Web è sia causa che conseguenza<sup>20</sup>. Di più: l'andamento “liquido” e capriccioso della navigazione in Internet sembra assunto a paradigma delle relazioni interpersonali, da cui oggi si entra ed esce con la facilità con cui ci si connette o disconnette dalla Rete, secondo la nota riflessione di Zygmunt Bauman<sup>21</sup>. Così, spesso, il vero obiettivo nella comunicazione in Rete, come risulta evidente scorrendo i profili dei social network, non è tanto entrare in contatto con l'altro, ma esibire se stessi<sup>22</sup>. Va da sé che gli altri diventano funzionali a restituire un'immagine appetibile di se stessi. Su queste basi è difficile che possa accadere un vero incontro con l'altro. Tanto più che se lo scopo di costruire un profilo è risultare “più accettabili, graditi, perfino desiderabili, anche sessualmente”, significa che, in fondo, sono queste le caratteristiche che si cercano nell'altro<sup>23</sup>. A ciò si accompagna l'osservazione che tanto la televisione contemporanea (dal videoclip in avanti) quanto il web riservano grande spazio all'esibizione del corpo, soprattutto femminile, anche con dettagli o particolari insistiti, con una suggestione assai spesso incentrata sul rapporto sessuale –che nei videoclip è per lo più invocato ma continuamente rimandato (in internet come è noto la situazione è diversa: lì si trova di tutto).

**Effetti  
negativi  
provocati  
dalla Rete**

L'analogia fra il tipo di comunicazione a cui ci hanno abituato i media e l'atteggiamento che si va facendo sempre più frequente nei rapporti personali, e che crea situazioni di crisi nei rapporti fra coniugi, può portare ad accomunarli sotto la categoria della “parcellizzazione utilitaristica dell'altro”<sup>24</sup>.

Se l'unica comunicazione di cui la persona immatura è capace è "spersonalizzata, strumentalizzante e oggettivante"<sup>25</sup>, non sembra azzardato ipotizzare anche un rovesciamento dell'ordine causale, supponendo con buone ragioni che questo tipo di comunicazione, così caratteristico della televisione e del web -che spersonalizza, perché riduce la persona alla sua componente sensibile, strumentalizza, perché la fa diventare o almeno la propone come oggetto di godimento, "oggettivizza", perché non fa cogliere la dimensione della soggettività dell'altro, ma lo rende semplice oggetto di voyeurismo sentimental-sensuale oppure strumento di conferma della propria autostima- possa creare personalità fortemente immature e incapaci di porsi in dimensioni di relazioni solide e stabili, che mettano in gioco nel modo giusto la soggettività propria e altrui. Come ben sappiamo, questa esteriorizzazione e questa dissociazione del corpo creano non poche difficoltà ai giovani e agli adolescenti. In loro, infatti, deve avvenire l'interiorizzazione del proprio essere uomo o donna, che richiede la nascita e la difesa dell'intimità, tempo e spazio per la riflessione e la presa di coscienza del proprio ruolo, l'interiorizzazione e la "mentalizzazione" della propria sessualità. Invece i media (basti pensare alla facilità con cui Internet mette a disposizione di chiunque materiale sessualmente allusivo, se non pornografico) giocano generalmente su una continua e superficiale stimolazione del desiderio sessuale, senza stabilità, senza oggetto: propongono specchietti, simulacri che annullano le dimensioni personali, relazionali, affettive, generative, creative della componente sessuale e ostacolano proprio quella necessaria maturazione interiore appena ricordata. Da qui si vede come ottenere una difesa da quei programmi finalizzati a produrre una disordinata stimolazione del desiderio sessuale sia un qualcosa che va ben al di là dei confini della componente specificamente sessuale della persona, perché a partire da essa investe poi tutto il suo equilibrio interiore e tutto il suo rapporto con il mondo.

Da una parte abbiamo quindi la fruizione frammentata e radicalmente deresponsabilizzante, anche nei confronti del "testo" inteso come unità di senso, che richiederebbe invece una lettura se possibile integrale, rispettosa delle dimensioni comunicative da esso predisposte -o almeno una lettura intelligentemente critica, ma comunque non casualmente ludica come la fruizione della televisione di "flusso"<sup>26</sup>, o dei frammenti parcellizzati tipici di youtube. Dall'altra troviamo sul piano dei rapporti personali la non disponibilità, che sembra andarsi facendo sempre più estesa, alla serena assunzione di impegni: l'assuefazione alla comunicazione mediale, con le sue caratteristiche di ripetitività indefinita, di totale disponibilità<sup>27</sup> e -come vedremo fra poco- la sua illusione di trasparenza,

**Il rischio  
di formare  
personalità  
fortemente  
immature**

**L'illusione  
di una libertà  
staccata da  
ogni legame**

sembrano alimentare l'illusione di una dimensione di libertà staccata da ogni tipo di legame; una libertà disincarnata, astratta, illusoria, che si traduce assai facilmente in libertarismo pratico: difesa di una caricatura di libertà intesa solo come assenza di vincoli<sup>28</sup>. Qualsiasi tipo di impegno o di legame -che dalle persone libere e mature è percepito come naturale esito e finale realizzazione della possibilità di autodeterminazione razionale in cui consiste la libertà- è visto invece come minaccia alla totale e astratta disponibilità di sé in cui ci si illude essa consista: una disponibilità di sé che in questo modo si traduce in pratica nell'impossibilità di qualsiasi dimensione costruttiva e progettuale dell'esistenza, in quanto ogni dimensione non istantanea e non assoggettata continuamente a una riconferma da parte dell'andirivieni delle sensazioni e dei sentimenti viene inquadrata come una forma di costrizione. Ma osserva bene Polaino: "Senza impegno non c'è possibilità di indipendenza, così come senza rinuncia non c'è neppure la possibilità di arricchimento. La persona independentista mette in evidenza la sua peculiare immaturità, che si intreccia con gli aspetti dolorosi dell'impoverimento, della rinuncia infondata e sterile, dell'impegno nell'indipendenza puerile, nel solipsismo narcisista e nell'individualismo egotista"<sup>29</sup>. Si realizza quindi quella caricatura della libertà che si potrebbe chiamare "egolibertà"<sup>30</sup>: la libertà eretta a barricata contro la realizzazione di se stessa, realizzazione che può venire solo nell'impegno liberamente assunto.

Da quanto abbiamo già detto nel capitolo precedente, si può ben capire come la riduzione del senso del pudore generata dal venir meno sempre più esplicito e più frequente delle barriere alla ostentazione della nudità sia un altro elemento che non può mancare di avere effetti negativi sull'approccio dei giovani al mistero della sessualità. Riduzione della persona dell'altro sesso a oggetto di godimento, quindi di nuovo spersonalizzazione, riduzione unilaterale e deviante, ma anche -da parte della persona che perde per sé stessa il senso del pudore- perdita del senso della propria intimità e riduzione anche di se stessi a una dimensione non-personale<sup>31</sup>.

**La perdita  
del senso  
del pudore**

Il fatto è già grave di per sé, ma ci sono ulteriori conseguenze: la perdita del senso del pudore e la conseguente perdita dell'intimità personale tendono a rendere esteriore, superficiale, im-personale ogni tipo di rapporto con altri. La dissoluzione dell'intimità dell'io, che da alcuni è cercata come via di soluzione delle nevrosi e delle angosce, ed è un risultato di chi si lascia ingannare dal consumo sessuale nelle sue varie forme, ha spesso fra i suoi esiti finali anche l'ateismo (teorico o pratico): "Se, infatti, si elimina l'intimità personale, non c'è più posto per la relazione con Dio, dato che l'incontro con Lui può aver luogo



soltanto nel centro più intimo della persona. Viceversa, chi crede in Dio, scopre la propria intimità e, con essa, il pudore come fatto specificamente umano, e apprende la maniera di curarlo senza paure e senza lacerazioni<sup>32</sup>.

## **La fruizione del “prodotto di culto”**

Se dunque Internet ha esasperato la fruizione casuale e reattiva tipica della televisione di flusso, con tutte le conseguenze culturali e antropologiche appena viste, nello stesso tempo si può dire che proprio il web e la nuova televisione abbiano favorito un movimento di segno apparentemente opposto. Ci riferiamo al fatto che il terzo Millennio ha visto nascere, soprattutto tra i giovani e i giovani adulti, un tipo di fruizione del contenuto audiovisivo (in particolare televisivo) del tutto nuovo, che ha caratteristiche opposte a quello delineato sinora: la fruizione, attenta, fedele, scrupolossima e quasi maniacale del “prodotto di culto”.

**Una fruizione  
attenta,  
scrupolosa,  
maniacale**

A metà degli anni Novanta, l'avvento di nuove serie televisive americane che presentavano aspetti di rottura con la precedente tradizione di lunga serialità, caratterizzate da un altissimo livello qualitativo di scrittura e confezione, ha dato l'avvio a un processo di rivalutazione, sia in America che in Italia, del prodotto televisivo seriale (ribattezzato Quality Tv) da parte di pubblico e critica, fenomeno esploso nel primo decennio del Duemila<sup>33</sup>. Riprendiamo qui alcune interessanti osservazioni di Paolo Braga, che nel volume ER. Sceneggiatura e personaggi, dedica un capitolo all'origine e alle caratteristiche del “culto delle serie americane”<sup>34</sup>. Il primo dato riguarda la composizione del pubblico amante dei telefilm: un pubblico in verità non numerosissimo<sup>35</sup>, ma pregiato, cioè con caratteristiche molto appetibili per i pubblicitari, in quanto composto soprattutto da giovani (15-24) e giovani adulti (25-40), ovvero “le due fasce di età con maggiore apertura al cambiamento delle proprie abitudini di consumo, vale a dire le fasce più aperte a prendere in considerazione la pubblicità di nuovi prodotti”<sup>36</sup>. Il popolo dei telefilm viewers si segnala come particolarmente disponibile a spendere, interessatissimo alle nuove tendenze e fortemente digitalizzato<sup>37</sup>.

**Il pubblico  
giovane  
e i nuovi  
telefilm**

Che cosa ha trovato questo pubblico giovane e prezioso nei “nuovi telefilm”? Per rispondere, Braga passa in rassegna gli ingredienti chiave che differenziano il telefilm contemporaneo dai suoi precedenti: un racconto multilineare o multistrand che si distribuisce su più personaggi<sup>38</sup>, un ispessimento psicologico dei caratteri, una maggiore complessità delle trame, un incremento di verosimiglianza, un ridimensionamento

della caratura eroica del personaggio in funzione consolatoria, con lo scopo di indurre nello spettatore “un senso di pietà per l’eroe e, immedesimandosi in lui, di autocommiserazione”<sup>39</sup>.

A ben vedere, sono tutti elementi che hanno l’effetto di agganciare lo spettatore sulla lunga distanza: di fronte a telefilm così costruiti, infatti, il coinvolgimento è attivato su più livelli. Un primo livello è quello del puro piacere estetico, originato dall’idea di crescere insieme ai nostri protagonisti, di rispecchiarci nel loro mondo suggestivo e complicato, partecipando del loro smarrimento e al contempo della loro ricerca di senso<sup>40</sup>. Ma nella visione di un telefilm è messo in moto anche un coinvolgimento di tipo cognitivo, in quanto le nuove serie vivono di intrecci e meccanismi narrativi complessi, che costituiscono quasi una “sfida” tesa dagli sceneggiatori all’intelligenza e alla memoria dello spettatore<sup>41</sup>. Il piacere cognitivo è dato anche dal cogliere allusioni meta testuali e rimandi interni, apprezzabili soltanto da un vero appassionato, magari alla seconda o terza visione<sup>42</sup>. Internet e il mercato dei dvd, grazie ai materiali extra di approfondimento, hanno fornito ulteriori spazi al consumo “ripetuto”, al commento, all’analisi, al confronto. Alcune di queste serie hanno trame così elaborate e nel contempo così avvincenti<sup>43</sup> che lo spettatore (o dovremmo dire il fan) non ha la pazienza di attendere l’appuntamento settimanale e preferisce fruire più episodi a distanza ravvicinata, magari anche nell’arco della stessa serata, scaricandoli da Internet oppure guardando i dvd<sup>44</sup>.

Arriviamo così a una fruizione del prodotto televisivo “entusiastica” e totalizzante, che va ben oltre il piacere cognitivo della sfida intellettuale, o il piacere di ritrovare la propria serie preferita, con il suo mondo e i suoi personaggi, una volta alla settimana. Un legame forte, intenso, avvolgente: è il sentimento che anima i fandom<sup>45</sup>, gruppi di appassionati che commentano i telefilm in rete, nelle chat, nei newsgroup, traducono le puntate prima che arrivino in Italia e condividono gli episodi sottotitolati con il popolo della Rete, si danno appuntamento per vedere, rivedere o festeggiare le serie in occasioni particolari, e via dicendo. Paolo Braga sintetizza così il fenomeno: “Se familiarità è ritrovare con cadenza regolare e a ora fissa personaggi conosciuti, che fanno sentire a casa, il telefilm esalta questa gratificazione con personaggi scritti dai migliori sceneggiatori del mondo per entrare in sintonia con il target di riferimento. Se intimità è il piacere di accesso al privato privatissimo di altre persone – quindi un piacere voyeuristico, che nella vita vera richiederebbe una non facile reciprocità (“io mi apro a te, se tu ti apri a me”) – il telefilm contemporaneo lo centuplica con le psicologie complesse dei suoi eroi. Credo che il fan trovi nel fandom, alla fine,

**Come  
il telefilm  
coinvolge  
lo spettatore**

**La serialità  
televisiva  
e i fandom**

soddisfazioni di familiarità e di intimità. Familiarità: una cerchia di amici, sì da incontrarsi nelle occasioni “ufficiali” straordinarie, per festeggiare la serie (...), ma soprattutto, sempre a disposizione su Internet come compagnia virtuale. Intimità: la mediazione del discorso sui personaggi per parlare dei propri patemi e metterli in comune con gli altri, sentendosi capiti<sup>46</sup>.

C'è un ultimo elemento di attrattiva, che si aggiunge a tutti quelli elencati, ricomprendendoli e superandoli per importanza. È il piacere che Paolo Braga definisce “formativo”<sup>47</sup>. La dinamica che lo fa scattare potrebbe essere riassunta così: ogni spettatore cerca nel telefilm, implicitamente, una “guida”, un concentrato di esperienza che gli sia di aiuto per districarsi nella sua quotidianità. Si affeziona ai personaggi, si immedesima con loro, perché, tacitamente, cerca di ricavare dal confronto con loro indicazioni di comportamento e di sentimento applicabili a sé. Il telefilm, in questo, ha una fortissima valenza pedagogica, tanto più efficace quanto più passa attraverso una forma “non argomentativa, ma esemplificativa, una forma che parla contemporaneamente alla sfera emotiva e a quella razionale”<sup>48</sup>.

**La dimensione  
“pedagogica”  
del telefilm**

La dimensione implicitamente “pedagogica” della narrazione è quella più importante, perché “il piacere di confrontarsi esistenzialmente e di imparare a vivere vedendo i telefilm sostiene il piacere estetico, quello cognitivo e quello entusiastico dello spettatore”<sup>49</sup>. E come avviene questa “identificazione interpretativa” con i personaggi? Attraverso l’empatia, quel processo per cui lo spettatore si lascia assorbire dalla vita interiore di un personaggio, partecipa delle sue emozioni e del suo mondo come se fosse il proprio<sup>50</sup>. Se un film o una serie tv non sono in grado di suscitare empatia nei confronti dei loro protagonisti, difficilmente avranno successo: è proprio su questo terreno, infatti, che si gioca l’abilità di uno sceneggiatore. Infatti, “quanto più il serial è di qualità, tanto più lega a sé gli spettatori per le trame e gli intrecci che presenta più che per le emozioni già preconfezionate che propone”<sup>51</sup>.

Tutto questo, dal punto di vista degli effetti sullo spettatore, ha conseguenze molto importanti. Mosso dalla spinta invisibile ma potentissima dell’empatia, soprattutto nella fruizione su tempi lunghi (tipica della serie televisiva), lo spettatore che osserva agire un personaggio o un gruppo di personaggi in cui si identifica, finirà per introiettarne gli schemi comportamentali e i sistemi valoriali, quasi senza accorgersene. Nei paragrafi successivi, passeremo in rassegna alcuni casi concreti in cui alcune serie televisive “salgono in cattedra” senza darlo a vedere<sup>52</sup>. Ciò non significa che le serie tv siano da demonizzare a priori: il punto, infatti, è la consapevolezza di chi guarda. Molto interessante, su questo

**Il successo  
legato  
all’empatia  
suscitata**

aspetto, l'osservazione di Giancarlo Zappoli ed Elena Galeotto: "Il problema sorge non perché si decide di seguire un serial per le emozioni che offre, ma perché ci si limita a ciò, evitando di ricondurle al proprio pensiero per renderle occasioni di elaborazione personale. Da ciò scaturirebbe probabilmente un arricchimento maggiore del semplice languire dinanzi alle vicende altrui"<sup>53</sup>.

Concludendo, la fruizione del prodotto di culto sembra presentare alcuni aspetti senz'altro positivi, accanto ad altri potenzialmente pericolosi. Da una parte, infatti, si contrappone alla superficiale casualità dello zapping o della navigazione estemporanea: il prodotto di culto, grazie alle sue obiettive qualità (estetiche, ma anche contenutistiche), ha riabilitato i giovani al gusto di una fruizione concentrata e attenta. Dall'altra parte, però, come si diceva, i rischi di immergersi in una fruizione entusiastica, da appassionato o addirittura "da cultore", non sono da sottovalutare. Se, come si è anche detto prima, ogni narrazione - qualunque siano i suoi contenuti - è implicitamente didattica, allora dovremo cominciare a considerare i programmi e i telefilm più seguiti dai giovani come potenziali guide morali per la loro esistenza. Ed è qui che si rende necessario un affondo su "cosa" offrono al loro pubblico i programmi e le fiction per i giovani.

## **L'esibizione dei sentimenti**

A partire dagli anni '80, la televisione -che in astratto poteva essere considerata un luogo pubblico per eccellenza- ha invece spinto a fondo tanto nell'esibizione di un rapporto confidenziale con lo spettatore, quanto nella messa in scena di luoghi e contenuti intimi<sup>54</sup>: il salotto, il tinello, la cucina, la camera da letto come luoghi, e il privato, i sentimenti, le relazioni familiari e affettive come contenuti.

Negli anni Novanta, la spettacolarizzazione del privato e il protagonismo dell'"uomo qualunque" sono diventati un vero e proprio genere di intrattenimento, prima nei talk show che mettevano al centro le relazioni (conflittuali) tra persone comuni<sup>55</sup>, poi con l'avvento della reality television<sup>56</sup>, che in anni recenti ha colonizzato i palinsesti riempiendoli di varianti e contaminazioni varie. La "televisione della realtà", nella sua definizione più classica, "rappresenta situazioni ispirate alla "realtà" e mette in scena gli anonimi protagonisti del quotidiano, la «gente»<sup>57</sup>. Uno dei sottogeneri che la reality tv ha più sfruttato è il reality show<sup>58</sup>, soprattutto nella sua versione emotainment (emotional entertainment), che tratta cioè vicende sentimentali o emozioni (la realizzazione di

sogni, il desiderio di trasformazione, l'incontro amoroso, la riconciliazione, il perdono, etc)<sup>59</sup>.

Regina incontrastata di questo genere televisivo è da ormai molti anni Maria De Filippi, abilissima maneggiatrice dei sentimenti in tv e conduttrice di programmi manifesto dell'attuale panorama emotainment. Si tratta di trasmissioni apparentemente diverse per contenuti, tono e target di riferimento – basti pensare a titoli come Uomini e Donne (molto seguito nel day time dai giovani) e C'è posta per te<sup>60</sup> (destinato alla prima serata per un pubblico familiare) -, che presentano però alcuni tratti comuni proprio nel modo di raccontare “le emozioni” in tv. Intanto, come premessa, questi programmi giocano sempre sull'ingenuità (vera o presunta) di un pubblico disposto a credere che, in cambio dell'esibizione della propria vita privata, alla televisione ci si possa rivolgere per ogni esigenza: risolvere blocchi emotivi ed esistenziali sedimentati per anni, ad esempio, o addirittura ottenere l'Amore vero nel giro di una manciata di puntate. Ma forse questo tipo di riflessione è ormai troppo naive: la messa in piazza dei sentimenti più intimi, sempre più spesso, non è vissuta tanto come il prezzo da pagare per ottenere qualcosa, piuttosto come il vero scopo della partecipazione al programma, un modo efficace di attirare l'attenzione sul proprio personaggio<sup>61</sup>. Un altro meccanismo condiviso dagli “show dell'emozione” è quello di far leva su un istinto del pubblico non particolarmente nobile, ma potente, e cioè il piacere un po' morboso di lanciare uno sguardo nella vita altrui e vedere “come va a finire”<sup>62</sup>. La curiosità del pubblico è alimentata da una struttura narrativa che sfrutta tutti gli espedienti della soap<sup>63</sup> (agnizioni, colpi di scena, creazione della suspense, inserimento di ostacoli che allontanano lo scioglimento finale, etc.), magistralmente orchestrati dalla padrona di casa, dietro una apparente imperturbabilità<sup>64</sup>. Grazie a un'accorta costruzione drammaturgica, l'emozione viene fatta esplodere al momento giusto, spremendo fino all'ultima goccia ogni possibile fonte di tensione o conflitto in vista del verdetto finale<sup>65</sup>. Ma in molti casi, come spesso accade a C'è posta per te, ci si trova di fronte a storie troppo complesse e troppo delicate perché possano essere veramente risolte o superate nei tre atti previsti dal programma: sono squarci di vita, dolenti e a volte tragici, che tendono a richiedere un'adesione empatica molto più che un giudizio razionale<sup>66</sup>. Ci sono elementi di regia che denunciano chiaramente che la ricostruzione e il racconto di avvenimenti legati alla sfera dell'intimità sono sottomessi a esigenze di sottolineatura patemica, in fondo di spettacolo: per es. l'uso della telecamera, che va a indagare il dettaglio del volto o delle mani proprio nel momento della massima tensione emotiva; in altri casi si

**Il reality show:  
la cosiddetta  
televisione  
della realtà**

**I programmi  
di Maria  
De Filippi**

arriva a vere e proprie modalità da show: a denunciarlo può essere il tipo di studio in cui ci si trova<sup>67</sup>, la costruzione del racconto data dal montaggio<sup>68</sup>, ecc.

**La dittatura  
delle emozioni**

Anche nei contenuti, naturalmente, si riflette la medesima “dittatura delle emozioni”, che sono tenacemente inseguite, sistematicamente enfatizzate ed infine elette a criterio di giudizio unico e inappellabile, disancorato da qualunque dimensione di significato. Il processo arriva a un punto di non ritorno in Uomini e donne, dove la dinamica della conoscenza tra uomo e donna è brutalmente ricondotta al binomio “sensazione” e “istinto”. Si mette in scena, di fatto una caricatura del corteggiamento, in cui l’unico criterio messo in gioco è quello dell’attrazione fisica o dell’intesa “a pelle”. Ma se il motivo che detta la scelta del corteggiatore è la sua avvenenza, se non esiste alcun contenuto vero da condividere, se la verifica del rapporto è affidata esclusivamente alla quantità e qualità delle effusioni<sup>69</sup>, se infine su questo terreno vengono misurati e messi a confronto i possibili partner (tutti sempre molto belli e telegenici), diventa veramente difficile, anzi impossibile, capire su cosa si basi la scelta della persona con cui iniziare una relazione “seria”: si arriva quindi al paradosso di una scelta finale del tutto priva di ragioni<sup>70</sup>.

La parte di talk show del programma, che è la più consistente, fa il resto<sup>71</sup>. Il linguaggio utilizzato spinge naturalmente sul dominio delle emozioni: “si porta il pubblico degli adolescenti, e anche quello degli adulti, a credere alla terribile menzogna che la cosa più importante sia «esprimere quello che si ha dentro» sempre e comunque”<sup>72</sup>. Un’esortazione non solo diseducativa per i giovani, ma che rischia di trasformare anche gli spettatori adulti in eterni adolescenti (del resto l’età media dei concorrenti è ben al di sopra della soglia dell’adolescenza).

**Realtà  
e finzione  
spesso  
sovrapposte**

Qualcuno potrebbe pensare che questo allarmismo sia eccessivo, di fronte a un programma che è evidentemente fictional. Senza negare, anzi ribadendo il lavoro di “sceneggiatura” che tiene in piedi questo tipo di reality-talk show, vogliamo però richiamare l’attenzione su alcuni elementi: innanzitutto, il programma presenta queste storie come vere, pur giocando a sollevare dubbi sulla sincerità dei concorrenti, “in un meccanismo dove realtà e finzione si sovrappongono in un gioco pericolosissimo”<sup>73</sup>. Il pericolo è ancora più reale se consideriamo la fascia oraria di messa in onda (il primo pomeriggio) e il pubblico di riferimento (il programma è molto seguito dalle ragazzine tra gli 11 e i 16 anni). In una fase della crescita così delicata ed esposta a ogni tipo di influenza, è ingenuo pensare che tanti pomeriggi passati a osservare (magari anche in modo emotivamente partecipato) “uomini e donne” che si re-

lazionano tra di loro nel modo appena descritto, non abbiano una qualche influenza nella costruzione della personalità, soprattutto laddove la tv riempia un'assenza di rapporti affettivi ed educativi realmente significativi.

Vorremmo ora fare un breve riferimento a un'altra tipologia di reality show<sup>74</sup>, più recente, che sta riscuotendo un grande successo soprattutto tra le fasce più giovani. Si tratta di formati che hanno come denominatore comune "la volontà di mostrare il comportamento di un gruppo esasperandone le reazioni, spesso in condizione di tensione, di fatica o di competizione"<sup>75</sup>. Nell'ambito di questa nuova tendenza, il target giovanile ha trovato un genere preferenziale, in particolare, nel talent show. Interessante, in questo senso, seguire il percorso del talk show pomeridiano Amici, che nel 2001 si è "evoluto" in una nuova versione talent dal titolo Saranno famosi, poi ribattezzata Amici di Maria De Filippi<sup>76</sup>, a sottolineare la continuità tra i due progetti, di fatto riconducibile alla persona che ne è la mente e il volto, e cioè ancora lei, Maria De Filippi. Da una parte, la nuova veste da talent show presenta alcuni aspetti interessanti, che potremmo definire positivi. Nelle prime edizioni, Amici di Maria De Filippi (originariamente chiamato Saranno famosi) era un programma concepito come una vera "scuola del talento", in cui le doti dei giovani protagonisti venivano educate e valorizzate da maestri competenti, in un contesto di competizione leale e sana. La De Filippi dunque, si sganciava dalle discussioni ormai sterili del talk show<sup>77</sup> per dare spazio e visibilità a giovani realmente dotati e disposti a fare grandi sacrifici per realizzare i propri sogni<sup>78</sup>.

È significativo, però, che il programma si regga anche su una fondamentale componente reality: oltre al momento topico della gara in prime time, è prevista una striscia quotidiana in day time, dove si mostra il "dietro le quinte" di quanto avviene in prima serata: la preparazione con gli insegnanti, le rivalità, le amicizie e i flirt nati tra i ragazzi, i pettegolezzi, etc. Insomma, ancora una volta è la tv delle emozioni, meglio se spiate dal buco della serratura e meglio se esasperate, che fa capolino dietro alla facciata "virtuosa" di gara tra giovani talenti<sup>79</sup>. Il sospetto è confermato dalla china che il programma ha percorso negli ultimi anni, quando lo spazio riservato alle esibizioni dei ragazzi si è progressivamente assottigliato per dare campo alle interminabili discussioni nate tra gli allievi, tra gli allievi e i professori, tra i professori stessi<sup>80</sup>. Ogni possibile valenza "educativa" del programma è dunque vanificata, se i professori sono i primi a dare il cattivo esempio e a permettere ai ragazzi di insultarsi e ferirsi a vicenda, invece di aiutarli a gestire la propria emotività<sup>81</sup>. Ancora una volta, a prevalere è la logica della reattività e del pettegolezzo astioso, a

**Il talent show:  
da "Saranno  
Famosi"  
a "Amici"**

**Vanificata  
ogni valenza  
educativa**

**E la realtà  
diventa  
chiacchiera**

cui è consacrato uno spazio ben definito e ricorrente<sup>82</sup>. Insomma, più che la “realtà” della gara o dell’incontro tra persone, presenza fissa e irrinunciabile tanto del talent quanto del reality show, è la chiacchiera<sup>83</sup>. Amplificando le conseguenze di un avvenimento, il commento diventa quasi più importante del fatto stesso, generando una catena potenzialmente infinita di para-eventi, che perpetuano il ciclo del programma, magari anche oltre i confini del programma stesso<sup>84</sup>. In questo corto circuito comunicativo, la tv diventa un universo claustrofobico e autoreferenziale, che rischia di oscurare ogni altro orizzonte e in ultima analisi la realtà stessa. Così, stretto tra il modello del tronista o dell’aspirante star, vittima del gioco retorico della tv delle emozioni, un ragazzo può ritrovarsi a provare sentimenti e a coltivare sogni “a misura di televisione” senza nemmeno rendersene conto. Prima di passare alla parte dedicata alla fiction, facciamo una considerazione di carattere storico-culturale. La tv degli anni Sessanta -nonostante il tono sempre moderato e pacificante, la declinazione affettuosamente ironica, l'enfasi sulla possibilità di soluzione non traumatica dei problemi- con la prima rappresentazione forte e caratterizzata del mondo giovanile in quanto tale ha molto probabilmente influito -grazie alla forte sottolineatura della possibilità di cambiare il mondo- sull'esplosione incontrollata dei moti degli anni '68-'78: in questi moti, di suo c'era la spinta all'ideale, di estraneo a essa una declinazione degli ideali e delle modalità di azione che portavano alla "lotta dura" e alla violenza. Oggi che non abbiamo enfasi palingenetiche, né il rischio di sollecitazioni sociali forti alla violenza organizzata, pensiamo che ci sarebbe un forte bisogno di un ritorno alla proposta di ideali, ma ideali veri, e non sogni preconfezionati dalla tv stessa. La televisione per i giovani non sembra avere la voglia né le risorse culturali per ideare proposte che vadano al di là di se stessa. Sembra invece tutta concentrata a blandire i giovani nella messa in scena dei loro presunti sogni e bisogni, confezionandoli a sua propria misura, una messa in scena che si rivela spesso una suadente persuasione verso il consolidamento del loro ruolo di consumatori appagati di prodotti vecchi e nuovi<sup>85</sup>.

### **Fiction per i giovani**

Si ritiene comunemente che il meccanismo imitativo riguardi soprattutto le caratteristiche esteriori dei personaggi della fiction: essa ha però una funzione di lettura, di interpretazione e di riorganizzazione della realtà che va ben al di là di effetti puramente imitativi assunti come dall'esterno<sup>86</sup>. In questo senso, meritano un’analisi attenta i contenuti di un genere te-



levisivo nato agli inizi degli anni Novanta e maturato attraverso titoli di grande successo, un genere che ha inciso profondamente, in questi anni, nella percezione che il mondo giovanile ha di se stesso: il teen drama.

Prima del teen drama, gli adolescenti televisivi erano parte di un nucleo familiare più ampio e sostanzialmente armonico, gravitante intorno alla coppia dei genitori. È stato il fenomeno Happy Days, a cavallo fra gli anni '70 e '80, a segnare un'epoca mettendo al centro della scena i figli teen agers e i loro amici; questo però senza modificare una rappresentazione dell'adolescenza sostanzialmente leggera e in rassicurante continuità con il mondo adulto.

Il teen drama è nato a tutti gli effetti nel 1990 con Beverly Hills 90210, serie americana di successo internazionale, in cui le problematiche affettive e sentimentali balzavano strutturalmente in primo piano, vissute attraverso il punto di vista dei protagonisti adolescenti<sup>87</sup>. La novità principale offerta da Beverly Hills era dunque uno sguardo “dall'interno” sui temi dell'adolescenza, a cui corrispondeva - sul piano narrativo - l'enfasi sull'appartenenza al gruppo di amici e una generale attenuazione delle figure adulte, almeno come funzione educativa<sup>88</sup>: caratteristiche che diventano fondative del teen drama, comparando con sfumature diverse, come avremo modo di vedere, in tutti i successivi “eredi” di Beverly Hills, da Dawson's Creek a The OC.

Il teen drama contemporaneo è arrivato a trattare questioni psicologiche, sentimentali, sessuali che solamente vent'anni fa nessuna produzione si sarebbe sognata di toccare. Si tratta di questioni afferenti l'affettività profonda della persona e che di rado il giovane affronta a scuola o con i genitori, né tanto meno rientrano nei programmi scolastici; questioni che, proprio per questo, finiscono per essere “approfondite” attraverso i telefilm e i commenti con gli amici innescati dalle puntate. E' inevitabile, quindi, che in telefilm come questi si venga a porre come una sorta di galateo esistenziale, di istruzioni per l'uso sulla vita, soprattutto perché rivolto a spettatori di un'età in cui è maggiore l'insicurezza; sorgono infatti problemi nuovi e la personalità dell'adolescente è alla ricerca della propria collocazione in quel mondo sconosciuto che gli si apre davanti. Il preadolescente e l'adolescente si trovano infatti in una fase di attiva ricerca di modelli e di riferimenti per comprendere che significato abbia la mascolinità e la femminilità che si sta sviluppando in loro: niente di meglio di un corso di educazione sentimentale a domicilio. Ecco perché l'effetto principale e più profondo di telefilm come questi non è tanto la semplice imitazione esteriore di comportamenti, gesti, modi di vestire (su cui c'è comunque un significativo investimento

**Gli effetti  
del teen drama  
sul mondo  
giovanile**

**Caratteristiche  
fondative  
del teen drama**

**Il teen drama  
e i rapporti  
affettivi  
tra ragazzi**

pubblicitario con spot inseriti proprio mentre il programma va in onda), ma piuttosto una identificazione interpretativa: il telefilm dice all'adolescente chi è, che cosa deve e può aspettarsi dagli altri. Non solo spiega come ci si deve comportare, ma anche come si deve interpretare la propria situazione e che cosa ci si aspetta dal soggetto.

Oltre all'esortazione ai buoni sentimenti e al reciproco sostenersi tra amici che gli hanno fatto guadagnare la fama di telefilm "educativo"<sup>89</sup>, uno dei più importanti insegnamenti impliciti di Beverly Hills, ampiamente metabolizzato dai successivi teen drama, riguardava il rapporto ragazzi-ragazze. Seppur soffuso da una tenerezza romantica e dall'illusione tutta adolescenziale del grande-amore-che-durerà-per-sempre, Beverly Hills condivideva con la quasi totalità delle produzioni audiovisive dedicate agli adolescenti in primo luogo la visione dell'amore romantico tutto centrato sull'innamoramento e sullo "stare bene insieme". E, sull'onda dell'emozione delle prime cotte, diceva inoltre che fare l'amore sarebbe il segno che ci si vuol bene davvero. Che il rapporto affettivo ragazzi-ragazze possa (debba per i telefilm, che danno la cosa per scontata) comprendere la dimensione del rapporto sessuale e non possa (tema infatti assente) orientarsi verso realizzazioni stabili in ambito matrimoniale, è diventato un assioma imprescindibile per tutti i teen drama. Essi, anzi, hanno proseguito il percorso di "educazione sentimentale" del pubblico adolescente coerentemente con tale premessa, aprendolo a nuovi sviluppi. In questo, Beverly Hills e i più importanti fra i suoi successori, manifestano l'appartenenza alla cultura ideologicamente coesa che altrove abbiamo chiamato della media élite<sup>90</sup>: non c'è voce, in questi telefilm, per altre posizioni, che pure sono presenti nella società americana.<sup>91</sup>

**Il rigido  
dualismo  
tra amore  
e amicizia**

Il principio che l'intesa tra un ragazzo e una ragazza debba "naturalmente" evolvere nella relazione sessuale, può infatti portare a nuove difficoltà e complicazioni. Per gli adolescenti problematicizzati e iper-riflessivi di Dawson's Creek<sup>92</sup>, ad esempio, la differenza sessuale diventa, tout court, un'obiezione al rapporto<sup>93</sup>. Tutta la serie, a ben vedere, istituisce un rigido dualismo tra "amore" (che implica necessariamente il sesso) e "amicizia" (che non prevede il sesso): tale dualismo non viene mai risolto in maniera convincente, perché, in ultima analisi, esso è frutto di un'astrazione<sup>94</sup>. Nell'esperienza reale, infatti, spesso l'amore nasce sulla base di una solida esperienza di amicizia, cioè di conoscenza reciproca e di condivisione, di cui la sessualità è l'eventuale - ma non scontato - coronamento<sup>95</sup>. Ma i ragazzi di Dawson's Creek sono troppo impegnati a rimuginare (e non solo rispetto alla tematica affettiva) per accorgersi di questa come di altre semplici verità: è proprio tale tendenza

a problematizzare ogni cosa che finisce per conferire alle loro piccole e grandi vicissitudini un respiro malinconico, se non angoscioso<sup>96</sup>. Rimangono attaccati a pensieri ed elucubrazioni che li rendono ciechi di fronte ai fatti, impedendo loro di evolversi e cambiare, cioè di crescere veramente<sup>97</sup>: non è un caso, infatti, che nel finale dell'ultima stagione i tre protagonisti tornino nella cittadina dove sono cresciuti, al passato, perché la chiave del loro destino e della loro personalità è ancora (o è sempre stata) lì.

In questa crescita rinviata o comunque cristallizzata intorno al clan adolescenziale, Dawson's Creek ribadisce ed enfatizza la "filosofia del gruppo" di Beverly Hills: una filosofia che va incontro al bisogno dell'adolescente di appartenere a qualcosa, all'esigenza di non sentirsi un outsider. Il gruppo di amici che ti accetta per come sei e che ti sostiene in ogni circostanza, senza giudicare, da una parte ha una funzione innegabile di supporto alla crescita; nello stesso tempo, però, se assolutizzata e sganciata da altri riferimenti al di fuori di sé, la cerchia di amici può diventare un rifugio dalla realtà o un alibi alla maturazione. Da questo punto di vista, Dawson's Creek e il teen drama presentano interessanti elementi di contatto con prodotti televisivi di tutt'altro tono e tutt'altro target (almeno sulla carta): stiamo parlando delle sit-com degli anni Novanta e Duemila, i cui protagonisti e destinatari non sono teen agers, ma giovani adulti (Friends, Sex and the City, Will e Grace, etc)<sup>98</sup>. In queste sit-com il gruppo diventa un rifugio che riempie le lacune affettive e protegge dalle sfide della vita adulta, chiedendo poco in cambio, in fondo solo di "esserci". Come per l'affettività romantica, anche in questo caso i media sovrarappresentano il gruppo amicale e ne irrigidiscono le valenze psicologiche. Elementi ricorrenti di questi prodotti, infatti, sono una rappresentazione allettante e idealizzata del gruppo di amici<sup>99</sup> che, diventando la vera famiglia del personaggio, lo distolgono da quella di origine e soprattutto da quella che lui stesso, eventualmente, potrebbe formare.

Così, attraverso una rappresentazione accattivante, non corrispondente alla realtà, l'esaltazione del gruppo provoca nella mente del pubblico, soprattutto in quello adolescente, lo sfuocarsi dell'ideale familiare. Alla valorizzazione dell'amicizia tra pari si accompagna, conseguentemente, una generale svalutazione del mondo adulto. In queste serie ci sono molti adulti, ma nessun vero mentore: nei teen drama i "grandi" sono irrilevanti<sup>100</sup> o caratterizzati come "finti giovani"<sup>101</sup>, nelle sit-com alla Friends sono più infantili dei figli. Ma in questa "democrazia degli affetti" viene a mancare l'elemento fondamentale per la crescita di un ragazzo: il confronto dialettico con l'adulto.

**Enfatizzata  
la "Filosofia  
del gruppo"**

**L'esaltazione  
del gruppo  
in contrasto  
con l'ideale  
familiare**

**I teen drama  
e la soap opera:  
lo "stacco"  
della realtà  
diventa  
più forte**

Aggiungiamo un'ultima osservazione, che riguarda in particolare quei teen drama che hanno punti di contatto con la soap opera (come ad esempio *The OC* o *Gossip Girl*<sup>102</sup>), e in generale tutti i prodotti seriali che risentono di questo modello narrativo<sup>103</sup>. Sia nelle linee narrative relative ai giovani, sia in quelle in cui i protagonisti sono adulti e quindi non si tratta più di "mettersi insieme", ma di sposarsi ed eventualmente fare figli, c'è una grande "mobilità" della coppia: le coppie si fanno e si disfano continuamente, così come ogni tanto qualche personaggio muore, ma poi "risuscita" perché stranamente non era morto davvero... Influisce anche, con tutta probabilità, ancora una volta una "legge" della rappresentazione che condiziona i contenuti stessi; questo farsi e disfarsi di coppie è dettato in buona parte dalle necessità drammaturgiche dello stesso oggetto: in qualche centinaio di puntate deve pur succedere qualcosa e, d'altra parte, deve succedere a quei personaggi su cui c'è stato un forte investimento affettivo da parte del pubblico e che quindi devono mantenere una loro stabile presenza nella serie.

Ecco un altro dei motivi -forse, nonostante la banalità, uno dei principali- dell'abbondare sugli schermi di matrimoni, divorzi, incesti, agnizioni di figli o di padri, che però stanno investendo l'immagine della famiglia di una serie di relazioni contorte e in continuo disfaccimento e rifaccimento: questo è il mondo di *Beautiful* e delle telenovelas. Si ha così di nuovo un forte "stacco", determinato da esigenze delle forme rappresentative, rispetto alla realtà che si intenderebbe -e che a volte si fa credere di- rappresentare. Al proposito Chesterton, con la sua abituale ironia, si lamentava di qualcosa di simile quando diceva che è fonte di guai il fatto che si voglia sempre cercare il nuovo, l'inedito: ci sono cose, come l'amore di un uomo per una donna, che anche se esteriormente sempre uguali, sono ogni volta vere della loro intrinseca verità: i guai -osserva- si hanno quando gli artisti, che cercano sempre il nuovo e l'inedito, vogliono modellare la realtà. E i guai, potremmo aggiungere noi, ci sono quando un mezzo artistico è così forte e socialmente così pervasivo da riuscire a modellare in qualche misura la realtà sulla base dei suoi testi<sup>104</sup>.

A questo si aggiunge che la media élite, in America come in Europa, è assai spesso espressione di stili di vita fortemente orientati: fra gli autori di serie televisive importanti, per esempio, c'è una forte componente di omosessuali: lo sono solo per fare qualche esempio, Kevin Williamson, autore di *Dawson's Creek* (ma anche dei film della serie *Scream* e della serie *The Vampire Diaries*), Darren Star, autore di *Beverly Hills 90210*, di *Melrose Place* e di *Sex and the City*, Max Mutchnik, autore di *Will & Grace*, ecc.

## NOTE:

1 Possiamo individuare la fascia dei giovani in quella che si muove più o meno fra i dodici-tredici (limite inferiore dei teen-agers) e i venti/venticinque anni, con un confine superiore variabile a seconda di come avviene l'inserimento nel mondo "adulto", il mondo del lavoro e dell'assunzione delle responsabilità che la formazione di una nuova famiglia comporta (secondo questo ultimo parametro, in verità, il limite superiore potrebbe essere ulteriormente alzato ai trenta/trentacinque anni). A conti fatti, si tratta della categoria generazionale dei "nativi digitali", cresciuti a contatto con le nuove tecnologie.

2 Sui rapporti tra televisione e nuovi media e il loro influsso sulla vita quotidiana, cfr. Marta Cola, Benedetta Prario, Giuseppe Richeri, *Media, tecnologie e vita quotidiana: la domestication*, Carocci, Roma 2010.

3 E' inoltre da notare che i contenuti televisivi possono oggi essere fruiti attraverso varie tipologie di contenitori: non più soltanto l'apparecchio televisivo, ma anche il computer (connettendosi a internet in streaming o visitando siti che consentono la condivisione di video, come youtube) o i telefoni cellulari, ad esempio. Secondo il rapporto Censis, nel 2009 la web Tv ha il 15,2% di utenza ed è seguita dal 41,3% dei giovani tra 14 e 29 anni. In generale, gli europei e gli italiani utilizzano sempre di più la rete per vedere e scaricare video. Secondo la ricerca pubblicata nel 2010 da EIAA (European Interactive Advertising Association), denominata Mediascope Europe, condotta in 15 Paesi europei e su un totale di 521 milioni di persone, sono 120 milioni le persone in Europa dai 16 anni in su impegnate con i video su internet, solo in Italia più di 7 milioni. La percentuale degli utenti internet italiani che guardano e scaricano film, tv o video clip o guardano tv online a pagamento ha raggiunto il 31%. Rispetto al 2008, c'è stato un aumento del 50%.

4 Per una panoramica dettagliata sugli elementi del nuovo scenario, cfr. Marta Cola, Benedetta Prario, Giuseppe Richeri, *Media, tecnologie e vita quotidiana: la domestication*, cit. Qui ci limiteremo a elencare i fattori concomitanti che a partire dai primi anni 2000 stanno incrementando la presenza della "nuova televisione" nelle case degli italiani:

1. L'avvento della tv digitale terrestre, che in base a scelte politiche nazionali ed europee entro il 2012 dovrà sostituire in tutto il Paese la televisione di vecchia generazione.
2. Il consolidamento della tv digitale via satellite, un fattore importante ma meno influente del precedente, perché scelto liberamente dalle famiglie, e quindi di penetrazione più lenta. Dopo alcuni tentativi di scarso successo, in Italia la tv a pagamento ha cominciato a diffondersi in maniera significativa con l'ingresso del marchio Sky Italia, facente capo al grande gruppo mediale

internazionale NewsCorp. International. All'inizio del 2009 le famiglie abbonate ai servizi di tv a pagamento via satellite digitale offerti da Sky Italia sono quasi 5 milioni. Oltre agli abbonati di Sky Italia, ci sono 4 milioni di famiglie dotate di antenna parabolica e decodificatore per ricevere canali via satellite digitale gratuiti. Complessivamente, le famiglie italiane servite da piattaforme satellitari sono 8,8 milioni, pari al 36,5% del totale.

3. La diffusione delle reti a banda larga, anch'essa basata su decisione spontanea delle famiglie, ma sostenuta da incentivi da parte di enti e istituzioni nazionali o regionali. La combinazione di Internet e della banda larga consente di ricevere canali televisivi con immagini di buona o ottima qualità, secondo le modalità IPTV (tramite abbonamento) o web tv. Si stima che attualmente le famiglie connesse alla banda larga siano circa 10 milioni.

5 Cfr. cfr. Marta Cola, Benedetta Prario, Giuseppe Richeri, *Media, tecnologie e vita quotidiana: la domestication*, cit., p. 92. Gli autori giustamente sottolineano che se le tecnologie mutano molto rapidamente, le società e le culture cambiano molto più lentamente. L'accettazione e appropriazione delle nuove tecnologie, lungi dall'essere un processo automatico, è anzi sempre condizionata dalle caratteristiche delle pratiche sociali quotidiane e dalle relazioni preesistenti con i media. Pertanto "per poter sfruttare le opportunità dei nuovi canali e servizi non basta garantirsi le condizioni di accesso, tecniche ed economiche, ma occorre acquisire anche le conoscenze d'uso e "addomesticare" il mezzo in relazione alla propria routine e a quella della propria unità domestica".

6 Secondo il rapporto Censis 2009 (43° Rapporto sulla situazione sociale del Paese/2009, Franco Angeli, Milano 2009), quello appena trascorso è il stato il decennio della moltiplicazione e integrazione dei media, e dell'espansione del loro impiego. In particolare, le nuove forme di Tv sono entrate a far parte delle abitudini degli italiani.

7 Il rapporto Istat *La vita quotidiana nel 2008. Indagine multiscopo annuale sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana"* (2009) riferisce un dato interessante: nel 2008 le famiglie costituite da sole persone di 65 anni e oltre continuano ad essere escluse dal possesso di beni tecnologici: appena il 7,1% di esse possiede il personal computer, soltanto il 5,5% ha l'accesso ad Internet ed è quasi del tutto inesistente la diffusione di connessioni a banda larga (3,5%). Inoltre, in queste famiglie è più limitato il possesso delle nuove tecnologie collegate alla tv, antenna parabolica (13,8%) e decoder digitale terrestre (9%). L'unico bene diffuso (a parte il tv color) è il cellulare (58,1%) il cui possesso è comunque di molto inferiore alla media nazionale (88,5%). All'estremo opposto, invece, si collocano le famiglie con almeno un minorenne che possiedono il personal computer e l'accesso ad Internet, rispettivamente nel 74,3% e nel 60,9% dei casi. Sono queste famiglie ad avere il più alto tasso di possesso di connessione a banda larga (41%), mentre per loro il telefono cellulare ha raggiunto i livelli

di diffusione della televisione (99,6%). Tra gli altri dati, si rileva che il picco di utilizzo del personal computer si ha tra i 15 e i 19 anni (oltre l'80%) e per Internet tra i 15 e i 24 anni (oltre il 71%), per poi decrescere rapidamente all'aumentare dell'età. Già tra le persone di 35-44 anni l'uso del personal computer (58,6%) e di Internet (53,8%) è molto più contenuto. L'uso di Internet come medium per lo scambio e la condivisione di contenuti è una modalità strettamente giovanile. Ad esempio, sono soprattutto i ragazzi di 18-24 anni ad usare il peer to peer per scambiare musica, film video (circa il 20%) e i ragazzi di 18-19 anni a caricare contenuti autoprodotti sui siti web (31,1%).

8 Carlo Maria Martini, *Il lembo del mantello*, 1991.  
9 Cfr. Antonio Spadaro, *Web 2.0. Reti di relazione*, Paoline, Milano 2010. Il testo analizza alcune delle più usate forme di comunicazione via web (blog, social network, etc) e invita a considerare la Rete non un "semplice" strumento di comunicazione, ma un "ambiente" culturale foriero di nuove opportunità, da non demonizzare a priori, a patto che non si trasformi in un sostituto alienante della realtà. Se vissuta in armonia con la realtà dei contatti diretti, anche quella mediata dalla tecnologia può diventare un'occasione positiva di crescita e di partecipazione, un luogo capace di arricchire di potenzialità la vita ordinaria, quindi anche la vita di relazione.

10 Nata nel 1984 come Videomusic e poi diventata Tmc2, l'emittente ha portato con successo in Italia -primo paese europeo ad avere qualcosa di simile- l'esperienza che negli Stati Uniti era stata lanciata tre anni prima con Mtv, che è poi approdata stabilmente nel nostro paese. Si tratta in entrambi i casi di esperimenti che hanno avuto una buona accoglienza nel pubblico giovanile a cui si rivolgevano: una televisione tutta (o quasi tutta) dedicata alla musica, e più concretamente all'"oggetto" televisivo, per quei tempi nuovo, che era il videoclip, la musica "illustrata".

11 Sulla crisi della nozione di testo nel "flusso" televisivo, cfr Gianfranco Bettetini, *La frantumazione (e il paradosso) del testo*, in Idem, *Il segno dell'informatica*, Bompiani, Milano 1987, pp.45-59.

12 Cfr Gianfranco Bettetini, *Le trasformazioni culturali conseguenti all'innovazione tecnologica nelle comunicazioni*, in AA.VV., *Etica e trasformazioni tecnologiche, Vita e pensiero*, Milano 1987, pp. 93-107.

13 Cfr per es. Carlo Buzzi - Alessandro Cavalli - Antonio De Lillo, *Giovani verso il duemila*, Il Mulino, Bologna 1997; Pierpaolo Donati - Ivo Colozzi (a cura di), *Giovani e generazioni*, Il Mulino, Bologna 1997.

14 Cfr le analisi del problema della maturità personale in Aquilino Polaino-Lorente, *Madurez personal y amor conyugal. Factores psicológicos y psicopatológicos*, Rialp, Madrid 1990; trad. it. *Amore coniugale e maturità personale. Fattori psicologici e psicopatologici*, Edizioni San Paolo, Milano 1994.

15 Il fenomeno, nato come tendenza culturale e di costume, negli ultimi anni è

diventato un vero e proprio problema sociale. Precariato e crisi economica, infatti, costituiscono oggi un ulteriore ostacolo (o alibi) all'ingresso nella vita adulta, anche quando questa sia considerata un obiettivo appetibile.

16 Antonio Spadaro, *Web 2.0. Reti di relazione*, cit., p. 38. Nell'analizzare la struttura dei blog, Spadaro osserva che, contravvenendo alle regole del giornalismo, il blog di regola fa ciò che un giornale di carta stampata non farebbe mai: spostare l'attenzione verso altre fonti di informazione. Un esempio, questo, di come la navigazione sul web, per sua stessa natura, stimoli a una ricerca che rischia di essere senza fine.

17 Così Spadaro sintetizza il senso del termine "Web 2.0": "Al primo posto non c'è più la pubblicazione di «pagine» ma la partecipazione dei contenuti tra le persone. Nel web 2.0 il senso della pubblicazione è la partecipazione. Pubblicare significa partecipare, cioè condividere" (ibidem, p. 13). Poi, più avanti: "La vera novità a questo livello è che non bisogna più considerare il singolo contenuto come chiuso in se stesso e come «prodotto», ma come nodo di una grande rete che collega tra loro i contenuti e ne potenzia il senso" (ibidem, p. 30).

18 A fine marzo 2009 Facebook nel mondo ha raggiunto 200 mln di utenti; a fine Febbraio 2009, Facebook in Italia ha raggiunto 10,8 mln di utenti. A frequentare regolarmente i social network è il 66,7% degli adolescenti, con una prevalenza delle ragazze sui ragazzi. Fonte: comScore World Metrix.

19 In un'intervista ad *Avvenire* del 25/02/2009, lo scrittore e insegnante Eraldo Affinati constata che la famiglia "è stata spiazzata dalla rivoluzione tecnologica. Un tempo la casa era il luogo per eccellenza di elaborazione dei valori. Oggi, oltre al padre e alla madre, l'adolescente ha una infinità di interlocutori.

Bombardato com'è da immagini, notizie, suggestioni non riesce più a trovare una gerarchia dei valori.

Lo smarrimento non solo dei giovani, ma anche degli adulti si misura sulla domanda: 'che cosa è più importante?'"

20 Cfr. sempre Affinati (dall'intervista rilasciata a Carlo Mazza Galanti su *Minima et Moralia*, blog culturale di Mimumum Fax, pubbl. 16 ottobre 2009): "La rivoluzione informatica sta producendo un cambiamento dell'esperienza, del valore dell'esperienza. Si ha l'impressione di perdere l'esperienza, allora tutti vanno a cercarsela questa esperienza, rinunciando all'immaginario (...). C'è una nuova urgenza: su internet puoi sapere tutto, fare esperienze fino a poco tempo fa inimmaginabili, però questo rende fragile il tuo rapporto con la realtà e allora la letteratura sente l'esigenza di recuperare il regno dell'esperienza piuttosto che di creare un immaginario nuovo". In generale, sul rapporto tra realtà ordinaria e realtà mediata dalla tecnologia, cfr. Antonio Spadaro, *Web 2.0*, cit., e in particolare il capitolo su *Second Life* e *Facebook*, pp. 81-120,



dove si analizzano i possibili vantaggi e rischi di una vita “integrata” dalla dimensione virtuale della Rete. In particolare, sul “mondo parallelo” di Second Life: “Il problema vero è dunque dato dalla riduzione della realtà a una sua rappresentazione manipolabile e reversibile, per cui l’esperienza è ridotta a simulazione, gioco interattivo, fruizione di un’immagine. Quanto più la simulazione è gratificante e coinvolgente, tanto più essa crea dipendenza. E tanto più si dipende dalla simulazione, quanto più i rapporti evaporano e con essi ogni forma di relazione reale con ciò che è altro da me e va al di là dei miei desideri o dei miei timori. (...) Il rischio all’orizzonte è l’alienazione, il rifugio in un mondo fittizio e indolore che fa perdere il contatto con la “prima vita” e la sua ricchezza incomparabile” (ibidem, p. 99). Più avanti, su Facebook e social network: “Facebook (...) come tutte le piattaforme di social network è insieme un potenziale aiuto alle relazioni ma anche una minaccia. La vita umana non è un gioco e richiede tempi, conoscenza diretta. La relazione mediata dalla Rete è sempre necessariamente monca se non ha un aggancio nella realtà” (ibidem, p. 111). A tutto questo aggiungiamo l’interessante osservazione sulle chat-line di Domenico Infante “Chi ha rapporti interpersonali insoddisfacenti nella vita reale, ma trova in chat riscatto, sicurezza, comprensione, tende facilmente a considerare quello l’ambiente vero” (conferenza tenuta il 17 aprile 2009 presso il centro pastorale Cardinal Ferreri di Como, dal titolo “Educazione e diseducazione nella Rete – I Social network”).

21 “Il termine «rete» indica un contesto in cui è possibile con pari facilità entrare e uscire; impossibile immaginare una rete che non consenta entrambe le attività. In una rete, connettersi e sconnettersi sono entrambe scelte legittime, godono del medesimo status e hanno pari rilevanza. Non ha senso chiedersi quale di queste due attività complementari costituisca l’essenza della rete. “Rete” suggerisce momenti in cui si è «in contatto» intervallati a periodi di libera navigazione” (Zygmunt Bauman, *Liquid Love. On the Frailty of Human Bonds*, Polity Press, Cambridge, e Blackwell Publishing Ltd, Oxford 2003, trad. it. *Amore liquido*, Laterza, Bari 2006, p. XI).

22 “Presentarsi in pubblico in maniera non diretta e reale ma tramite un profilo «costruito» è sempre in qualche modo fare “spettacolo” di sé con tutte le possibili derive narcisistiche” (Antonio Spadaro, *Web 2.0*, cit., p. 107).

23 “Chiedi di meno, ti accontenti di meno, e quindi l’ipoteca da pagare è minore” (Zygmunt Bauman, *Amore liquido*, cit., p. 42): queste parole, con cui Bauman descrive la decisione di tante coppie di andare a convivere, si prestano bene a definire il tipo di relazioni ricercate via web.

24 Cfr Aquilino Polaino-Lorente, *Madurez personal y amor conyugal.*, cit., pp. 22-23: “[...] invece di scegliere una persona nella sua totalità e di arricchirsi con la totalità delle conseguenze nate da tale impegno, chi opera la scelta astrae aspetti molto concreti (piacere sessuale, posizione sociale, ansia di pro-

tagonismo e via dicendo) dell'altro, mentre nasconde, emargina o si disinteressa delle altre componenti che presumibilmente non ha scelto. Anche questo tentativo è destinato a fallire. L'unicità dell'essere umano non ne consente la divisione frammentaria, grazie alla quale scegliendo uno di questi aspetti si possa rinunciare agli altri. Quando, per esempio, si astraie unicamente la dimensione sessuale dell'altro, questi non è più persona bensì persona-oggetto, persona erroneamente oggettivata nella forma unidimensionale -quella sessuale- che si è scelta. Trattare la persona in modo unidimensionale non solo comporta il suo impoverimento, ma anche l'impoverimento di chi agisce in tal modo. La parcellizzazione dell'altro, implica l'atomizzazione di se stessi, così come la mancanza di rispetto nei confronti dell'altro passa necessariamente attraverso la mancanza di rispetto verso se stessi".

25 Ibidem, pp.44-46.

26 "La fuga dal testo rinforza, paradossalmente, il tasso di simulacralità della cultura contemporanea. Paradossalmente, perché la rinuncia ai modelli televisivi si manifesta come spinta dalla ricerca di una situazione comunicativa più diretta, più coinvolta nelle cose, meno filtrata da una deformante copertura di tradizioni linguistiche e di abitudini comunicative. Ma l'uscita dai binari di una sperimentazione verificata dalla storia finisce, come è facile constatare, per incrementare la velocità di fuga dal riscontro della realtà, finisce per esasperare le componenti autonome e ripetitivamente autoriflessive dei linguaggi. Per evitare un'abitudine discorsiva si uccide la comunicazione; per aumentare la dimensione della propria libertà espressiva ci si imprigiona in un universo di fantasmi e di specchi che rinviano sempre alla stessa immagine" (Gianfranco Bettetini, *Le trasformazioni...*, cit., pp.97-98).

27 I media elettronici, infatti, favoriscono "l'illusione di un rapporto diretto e globale, spazialmente potente, con il mondo intero e con quanto lo abita" (ibidem, p.98) e danno l'illusione della disponibilità di un continuo presente, annullando le dimensioni della temporalità e della memoria nella capacità dei loro archivi.

28 Le comunità virtuali (anche quelle nate intorno ai giochi in rete) abitano a godere di una maggiore disinibizione, perché nel mondo virtuale vengono meno un serie di limiti che la realtà vera impone. Vivere in una dimensione di libertà potenzialmente senza limiti determina assuefazione, e dunque il rischio di una dipendenza e ripetitività di schemi comportamentali.

29 Aquilino Polaino Lorente, *Amore...*, cit., p.23.

30 "L'egolibertà si presenta come una libertà non situata né limitata, come una libertà non incarnata né corporeizzata, ma svincolata -questo sì- e non dipendente da nulla, neppure dalla natura umana, cioè, come una libertà assoluta, assolutizzata com'è al servizio dell'io, al quale unicamente si assoggetta o subordina. L'egolibertà significa una scelta alienata e leggera, una pseudoscelta

per la quale a colui che sceglie si offre solo la possibilità di scegliere se stesso. L'egolibertà così scelta comporta inesorabilmente la liberatio sine liberatione [...], poiché l'io, nauseato di scegliere se stesso, finisce per perdersi. Questa è la libertà fantasmagorica e vuota che deriva dalla difficile piroetta dell'egolibertà, che scegliendo apparentemente qualcosa, più tardi lo ripudia nella sua totalità a eccezione dell'edonismo che indirettamente, tramite tale scelta e per tale scelta, si impadronisce dello stesso io" (Aquilino Polaino-Lorente, *Amore...*, cit., pp.58-59).

31 Giambattista Torellò mette in rilievo come la perdita del senso del pudore sia una delle caratteristiche di quelle false "liberazioni" che propongono la salvezza attraverso diverse forme di dissolvimento dell'intimità personale: può essere via via l'assunzione di droga, la sfrenatezza sessuale o la furia collerica, stati psichici che provocano il grado estremo di perdita della coscienza di sé. "Se la sessualità è vissuta come istanza strettamente personale, di cui si fa dono a un'altra persona [...], allora il pudore risulta oltremodo significante e si mette al servizio del vero dono dell'intimità, che a sua volta supera -al massimo grado, nei limiti del possibile- l' "incomunicabilità" della persona. Quando invece la sessualità non viene assunta dall'istanza personale, essa può ben diventare mezzo di comunicazione, ma non tra esseri umani reali e concreti: soltanto tra nature. Essa, in altri termini, diviene il mezzo per ottenere la fusione-confusione dei singoli nella "corrente cosmica vitale", e allora il pudore non ha motivo di esistere in quanto, annullata l'intimità personale, le relazioni sessuali non sono più dono dell'interiorità, ma una sciatta e anonima consegna di un corpo che, come oggetto privo di padrone, viene messo a disposizione del primo che ne fa richiesta" (Giambattista Torellò, *Dalle mura di Gerico*, Ares, Milano 1988, pp. 63-64; sul pudore, cfr tutte le pp. 55-64).

32 *Ibidem*, p.64. E' in questa linea che andrebbero cercate le cause di tanto ateismo pratico della gioventù di oggi. E' illusorio, e dimostra una visione assai superficiale della profondità della persona, il considerare la sfera sessuale sostanzialmente sganciata dalle dimensioni apparentemente più "alte" della spiritualità e della fede.

33 Nel momento in cui scriviamo, sembra che la golden age del telefilm americano in Italia abbia iniziato la sua fase calante. Il dato di una generale flessione degli ascolti e di una difficoltà ad affermare titoli nuovi emergerebbe da una ricerca condotta dal Ce.R.T.A. (Centro di Ricerca sulla Televisione e gli Audiovisivi) dell'Università Cattolica di Milano, che ha analizzato il panorama della serialità americana a partire dalla stagione 2007/2008. La conclusione della ricerca, tuttavia, andrebbe inquadrata in un contesto di ciclicità "fisiologica" tipica di tutti i generi televisivi; oltretutto, gli attuali dati di ascolto dei telefilm vanno letti alla luce del nuovo contesto competitivo, che ha visto (come ricordato nell'introduzione al capitolo) l'aumento delle

piattaforme, dei canali e dell'offerta complessiva, con un conseguente cambiamento degli equilibri di ascolto. Per un commento critico alla presunta crisi del telefilm americano, cfr. l'interessante articolo del vicedirettore di Rete 4 Carlo Panzeri CSI, *House e NCIS: le serie che hanno cambiato il mondo dei telefilm* (da [www.ilsussidiario.net](http://www.ilsussidiario.net), pubblicato il 14 maggio 2010).

34 Paolo Braga, ER. *Sceneggiatura e personaggi*, Franco Angeli, Milano 2008. Rimandiamo in particolare al capitolo "Il fronte scoperto", in cui l'autore identifica storicamente in ER il primo telefilm americano di "nuova generazione" ad aver fondato il culto delle serie americane in Italia, raccogliendo e sviluppando l'eredità di *Twin Peaks* e *X-Files* (il primo durato due sole stagioni, il secondo un fenomeno "di genere" rivolto al ristretto pubblico dei giovanissimi). Del culto dei telefilm americani è stato un importante testimone anche Aldo Grasso, nel suo volume *Buona maestra. Perché i telefilm sono diventati più importanti del cinema e dei libri*, Mondadori, Milano 2007.

35 Nel 2007, ancora in piena golden age dei telefilm americani, il pubblico medio dei telefilm si attestava su medie di 4 milioni e mezzo di spettatori per i titoli di punta del prime time, ma già molti di meno per i titoli di seconda e terza serata, più di nicchia. Numeri, in ogni caso, largamente inferiori a quelli raggiunti dalla fiction italiana, che nella maggior parte dei casi si assestava sui 6-7 milioni di spettatori (cifra che oggi dobbiamo abbassare a 5-6 milioni, per i cambiamenti recenti dello scenario televisivo; così come lo share medio del pubblico delle serie americane si è abbassato dell'1,3%).

36 Paolo Braga, ER. *Sceneggiatura e personaggi*, cit., p. 180.

37 "Il fatto che i fedeli dei telefilm siano fortemente digitalizzati, utenti assidui di Internet, non fa che accrescere il pregio di questo target: lo scambio di opinioni in rete è una cassa di risonanze per mode – quindi per prodotti di moda – visti nelle serie" (ibidem).

38 Caratteristica del telefilm contemporaneo è l'alternanza narrativa tra linee "verticali", in cui vengono affrontati casi professionali (o comunque vicende che si esauriscono all'interno del singolo episodio), e linee "orizzontali" (che cioè si estendono oltre la durata dell'episodio) riguardanti la vita privata, spesso sentimentale, dei protagonisti. In gergo tecnico, è il modello della "serie serializzata". Uno dei primi telefilm ad usare questo meccanismo narrativo è stato il poliziesco *Hill Street Blues*, in onda dal 1981 al 1987, indicato da Braga come il modello che "inaugura una china lungo la quale il telefilm, una forma di intrattenimento fino ad allora rispettosa dei canoni di semplicità e buoni sentimenti adottati dai networks per parlare al pubblico generalista, si trasformerà, nel giro di un paio di decenni, in un terreno di sperimentazione senza eguali nel panorama televisivo" (ibidem, p. 182). Quasi tutti i telefilm attualmente in onda corrispondono al modello della serie serializzata: ad esempio, *Grey's Anatomy*, *Doctor House*, *C.S.I.*, etc. Insieme a questo

modello narrativo, si è affermato anche quello della serie-evento, interamente costruita intorno al dipanarsi di una linea orizzontale che percorre la singola stagione o addirittura tutte le stagioni: è il caso, ad esempio, di *Desperate Housewives*, *Lost* e *Flashforward*.

39 *Ibidem*, p. 184. Questo effetto è diretta conseguenza della costruzione del personaggio: “Siccome il personaggio non è più statico, identico a se stesso, com’era il tenente Colombo, diventa preoccupazione degli autori evitare che il cambiamento “lo risolva”. Il problema è trattenere il più possibile i personaggi dentro la storia, dilazionando al massimo la maturazione dei caratteri”. Quindi la soluzione “consiste nell’ancorare i personaggi a un nodo psicologico irrisolvibile che li tiene legati alla serie” (*ibidem*, p. 183). Da qui, il folto numero di anteroi che popolano i nuovi telefilm. “Anche se i personaggi sono comunque portatori di una positività che convince il pubblico a seguirli (...), la tendenza degli sceneggiatori è stata allo sfruttamento massivo della “leva consolatoria”, cioè dell’umana fragilità degli eroi seriali: le grandi debolezze dei beniamini inducono lo spettatore a un occhio meno severo sulle proprie” (*ibidem*).

40 Braga riprende qui la posizione espressa da Aldo Grasso nella sua rubrica sul *Corriere della Sera* e poi nel saggio *Buona Maestra*, cit.: “Al telefilm Grasso riconosce, mi sembra, una terza potenzialità distintiva, una potenzialità, in qualche misura, poetica. Essa consiste nell’abilità di dar voce all’inconscio della società postmoderna, al suo disagio e al suo desiderio di superarsi. Il telefilm rispecchia, ma anche interroga, il postmoderno” (*ER, Sceneggiatura e personaggi*, cit., p. 186).

41 Braga rimanda agli studi di Steven Johnson, secondo cui molte delle competenze richieste dalla visione di puntate a plot multiplo sono del tutto analoghe a quelle del filo del racconto richiesto da un’opera letteraria (Steven Johnson, *Everything Bad is Good for You*, Riverhead Books, Usa, 2006; trad. it. Tutto quello che fa male ti fa bene. Perché la televisione, i videogiochi e il cinema ci rendono più intelligenti, Mondadori, Milano 2006).

42 Su questa intuizione l’industria dei contenuti ha costruito grandi introiti, puntando a confezionare prodotti informativamente ricchi (basti pensare al mercato dei cofanetti).

43 È il caso, ad esempio, delle serie evento come *Lost*, che racconta le vicende di un gruppo di persone naufragate su un’isola misteriosa in seguito a un incidente aereo. Costruita su una linea di racconto *mystery* frammentata in sei stagioni, *Lost* è il classico esempio di serie scritta per creare “dipendenza”: ogni puntata procede per successivi colpi di scena, fino alla sequenza finale, che apre un’ulteriore “buco” di conoscenza, innescando la curiosità nello spettatore di vedere la puntata successiva.

44 In effetti, è proprio questo tipo di fruizione “concentrata” la più adeguata per il modello narrativo della serie-evento, che di fatto si dipana come un

romanzo: lo si gusta di più se la lettura non è continuamente interrotta e poi ripresa.

45 Cfr. Massimo Scaglioni, *Tv di culto. La serialità televisiva e il suo fandom*, Vita e Pensiero, Milano 2006.

46 Paolo Braga, *ER. Sceneggiatura e personaggi*, cit., p. 194

47 Su tale valenza “formativa”, si veda anche l’inizio del paragrafo 4, che evidenzia come caratteristica della fiction la funzione di lettura, interpretazione e riorganizzazione della realtà.

48 *Ibidem*, p. 195.

49 *Ibidem*, p. 197.

50 L’empatia è un sentimento complesso, in cui si combinano due desideri diversi dello spettatore: il desiderio di ricevere dal personaggio ispirazione per comportarsi meglio nella vita reale (e quindi il bisogno di vedere nel personaggio un “eroe” positivo); ma anche il desiderio di trovare in lui qualche punto debole per rivalutare se stesso e la propria vita, e dunque per consolarsi (cfr. Paolo Braga, *ER. Sceneggiatura e personaggi*, cit., p. 195). Sull’identificazione come processo “compensatorio” cfr. anche Giancarlo Zappoli, Elena Galeotto, *Lo specchio a puntate. Uomini e donne nei serial tv*, Effatà, Torino 2007, pp. 7-8: “Il serial televisivo crea attorno a sé un popolo di affezionati seguaci che, per i motivi più diversi, restano fedeli all’appuntamento settimanale. Una fedeltà che si regge per lo più sull’identificazione di chi guarda con un tratto del serial: può essere uno dei personaggi, un tipo particolare di situazione, ma soprattutto quegli affetti e quelle emozioni di cui la vita quotidiana spesso è priva. Si viene attratti, solitamente, da qualcosa da cui ci si sente esclusi, anche inconsciamente, e si vive questa esperienza che manca a sé nel personaggio in cui ci si identifica. Inconcluse le proprie vicende, si cerca di concluderle nella vita dei personaggi che scorre sullo schermo”.

51 Giancarlo Zappoli, Elena Galeotto, *Lo specchio a puntate*, cit., p. 8.

52 Il rischio di cadere vittima della “pedagogia implicita” di un telefilm è tanto più grave quanto più il telefilm non è asettico da un punto di vista ideologico (e nessun telefilm lo è). Basti pensare al caso di *ER*, come ben evidenzia Braga a proposito della tredicesima stagione: “Dal punto di vista antropologico, anche la tredicesima stagione, sia pur senza presentare picchi ideologici degli anni precedenti, ha conservato la sua ispirazione liberal e pro choice. La libertà di scelta individuale è assunta come valore supremo in base a cui decidere in materia di aborto, eutanasia, fecondazione artificiale. Il che significa che la morale naturale non trova posto nel telefilm. Così, per esempio, in *ER* succede che il diritto alla vita del concepito non abbia peso rispetto al diritto di libera scelta della donna che lo ha in grembo. Di questa impostazione di fondo lo spettatore non si accorge facilmente perché essa resta mimetizzata nell’alto numero di casi medici che contemporaneamente la serie sviluppa. Se, però, si

fanno bene i conti, ci si accorge che all'appello mancano sempre alcuni tipi di storia: una storia esplicitamente contraria all'eutanasia in ER non la si trova; se ne trovano molte, invece, a favore, oppure contro l'accanimento terapeutico” (Paolo Braga, ER, in Armando Fumagalli e Chiara Toffoletto (a cura di), *Un anno di zapping 2007/2008*, Magi, Roma 2008, p. 98).

53 Giancarlo Zappoli, Elena Galeotto, *Lo specchio a puntate*, cit., p. 8.

54 Cfr Barbara Gasparini, Cristiana Ottaviano, Giorgio Simonelli, Nicoletta Vittadini, *Confidarsi a voce alta. Televisione, radio e intimità*, Eri - Rai, *Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi*, Roma 1998.

55 Il più significativo talk show per i giovani negli anni Novanta è stato senz'altro *Amici*, condotto da Maria De Filippi su Canale 5, che dal 2001 si è trasformato nel talent show *Saranno Famosi* (ribattezzato successivamente *Amici di Maria De Filippi*). Nella sua versione originaria, *Amici* era un talk show che metteva a confronto genitori e figli, espressione paradigmatica dell'utopia contemporanea della comunicazione come supremo valore e mezzo di soluzione di ogni conflitto.

56 Per una trattazione approfondita della natura e delle forme della reality television, cfr. Marina Villa, *I programmi della reality television*, in Gianfranco Bettetini, Paolo Braga, Armando Fumagalli (a cura di), *Le logiche della televisione*, Angeli, Milano 2004, pp. 140-157.

57 Marina Villa, *I programmi della reality television*, cit., p. 140.

58 Il reality show dà spazio alle vicende delle persone comuni, riscrivendole però in modo che funzionino come “storie” appaganti per il pubblico: queste storie “per gli addetti ai lavori non hanno nessuna pretesa di essere una registrazione fedele della realtà” (ibidem, p. 145).

59 Rientrano in questa categoria i primi show del sentimento, come *Tra moglie e marito*, *C'eravamo tanto amati*, il gioco delle coppie, *Colpo di fulmine*, *Stranamore*, etc. Tra i titoli più recenti, *Carramba che sorpresa!*, *C'è posta per te* e *Uomini e donne*.

60 *C'è posta per te* è stato trasmesso da Canale 5 a partire dal 2000, sempre condotto da Maria De Filippi: nel programma, un uomo qualunque si rivolge alla De Filippi chiedendole di rintracciare una persona con cui vuole recuperare un rapporto, risolvere un problema, o che semplicemente desidera stupire con una sorpresa. Se accetta di presentarsi, il destinatario del messaggio deve decidere, in uno studiato crescendo di tensione, se “aprire la busta” e quindi (ri)abbracciare il mittente, oppure no. *Uomini e donne* è nato nel 1996 per un'idea della stessa De Filippi, con l'intento di creare una sorta di “fratello maggiore” di *Amici* (ancora nella versione talk show). Inizialmente l'idea era di rivolgersi a un pubblico più adulto, portando in studio coppie che raccontavano la loro relazione, ma dal 2001 si è definito un nuovo format, che oggi domina il day time di Canale 5: l'obiettivo è formare una coppia che, possibilmente, ri-

manga legata tutta la vita. Ogni anno vengono nominati i “tronisti” (uomini o donne seduti su un trono al centro dello studio), cioè coloro che sono alla ricerca di un compagno/a. Vengono presentati loro vari candidati, che i tronisti potranno conoscere meglio portandoli “in esterna” (incontri di circa 20-30 minuti, che si svolgono fuori dagli studi televisivi). Dopo circa quattro mesi di esterne e confronti in studio, il tronista farà (o meno) la sua “scelta” (il prescelto ha ovviamente la possibilità di rifiutare).

61 Emblematica in questo senso l’evoluzione di Uomini e donne: partito come una sorta di agenzia matrimoniale televisiva (se mai qualcuno vi abbia partecipato, almeno agli inizi, con lo scopo di trovare l’amore), negli anni il programma ha svelato in modo sempre più sfacciato tutt’altro obiettivo, e cioè quello di creare personaggi, da riciclare in seguito nel flusso dell’entertainment televisivo “a basso costo”, come ospiti delle mille trasmissioni di intrattenimento, talk show, reality, ec., che hanno bisogno di “macinare” storie e personaggi.

62 Ilenia Provenzi, C’è posta per te, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), Un anno di zapping 2007/2008, cit., p. 54.

63 È tipicamente soappish, ad esempio, la “sceneggiatura invisibile” di Uomini e Donne, come osserva Cecilia Spera: “Maria tira fuori dal cilindro un imprevisto che ritardi il più possibile l’« vissero felici e contenti» (per esempio il «sorprendente» annuncio dell’abbandono del trono da parte di due concorrenti!), proprio come accade nel meccanismo narrativo di una soap (...), non a caso il pubblico di riferimento è lo stesso (nel palinsesto Uomini e donne è collocato proprio dopo Beautiful e Centovetrine)” (Cecilia Spera, Uomini e donne, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), Un anno di zapping 2007/2008, cit., p. 270).

64 La secchezza della conduttrice, il suo stile scarno e privo di esplicite coloriture emozionali, in realtà si rivela come una strategia -voluta o meno- che fa aumentare il pathos. Anche il suo procedere, più che con domande vere e proprie, per rivelazioni successive che inducono i protagonisti a raccontarsi, ha l’effetto insieme di un’impressione di verità e di accentuazione dell’emotività della situazione.

65 Esempiare il campionario offerto da C’è posta per te: “Come in una sorta di silloge dei comportamenti umani, il programma offre esempi di sfoghi di figli furiosi con i genitori o disperati mea culpa di traditori pentiti; ogni volta sembra di assistere a duelli verbali ed emotivi, in un crescendo di tensione che deve necessariamente esplodere nel fatidico momento della decisione se aprire o meno la busta” (Ilenia Provenzi, C’è posta per te, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), Un anno di zapping 2008/2009, Magi, Roma 2009, pp. 51-52).

66 Questo avviene non solo nell’ambito dell’emotainment, ma anche, per es., nei programmi “di servizio” dove si cercano gli scomparsi, come Chi l’ha



visto? Mentre viene messa in scena l'indagine e la ricerca, quello che si chiede veramente allo spettatore è una partecipazione emotiva: non avrebbero senso, altrimenti, alcune interviste ai congiunti, dotate di scarsissimo valore informativo, ma cariche di un forte pathos emozionale. Più che la comunicazione di un sapere certo, abbiamo quindi la proposta di condivisione di un vissuto (cfr Barbara Gasparini et al., *Confidarsi...*, cit.).

67 Per es. in Carràmba, che sorpresa!, dove lo studio ha tutte le caratteristiche del varietà.

68 Per es. in *Uomini e donne*, nelle ricostruzioni delle esterne, montate ad arte con i ralenty e un uso sapiente della colonna sonora, a sottolineare ulteriormente le “emozioni” dei personaggi coinvolti (forse anche per farle sembrare un po’ meno finte).

69 Nella prima fase del gioco, i tronisti scelgono, con il criterio dell’attrazione fisica, quale corteggiatore portare “in esterna”. Nella seconda fase, il pretendente di turno cerca di catturare l’interesse della sua preda: questi pseudo-appuntamenti romantici sono costellati di effusioni e baci dati “per capire se queste sensazioni che mi dai sono vere o no”, di fatto basati su una reciproca conoscenza che è praticamente inesistente. Nella terza fase, il tronista, dopo interminabili discussioni in studio sulla sincerità delle intenzioni del corteggiatore, finalmente compie la sua “scelta”, che il corteggiatore può rifiutare.

70 Emblematiche le parole con cui Costantino, tronista storico della trasmissione, spiega la sua scelta finale: “Non c’è una motivazione del perché ti scelgo: è perché è giusto che vada così”.

71 Non dimentichiamo che il format originario di uomini e donne, in quanto versione adulta del primissimo *Amici*, era quello di talk show. Siamo di fronte a un’ibridazione oggi molto in voga nei programmi di intrattenimento: una parte live (dove domina l’esibizionismo tipico dei reality show), e una di commento in studio, che amplifica e rilancia le conseguenze di quanto visto.

72 Cecilia Spera, *Uomini e donne*, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), *Un anno di zapping 2007/2008*, cit., p. 270).

73 Il gossip, poi, alimenta l’impressione di realtà documentando scrupolosamente gli incroci sentimentali di ex tronisti ed ex corteggiatori, che spesso tornano a popolare i palinsesti come ospiti o concorrenti di altri programmi.

74 Nati dall’ibridazione del reality show con la real tv (che non prevede interventi di regia e scrittura in senso “creativo”), cfr. Marina Villa, *I programmi della reality television*, cit., p. 144.

75 *Ibidem*, p.146. In questo nuovo genere si sono imposti in particolare tre modelli: i giochi d’avventura che mettono i concorrenti in condizioni estreme, come *L’isola dei famosi*, i programmi che puntano a creare nuove star mettendo in competizione giovani talentuosi (talent show), di cui *Amici di Maria De Filippi* e *X-Factor* sono i due titoli più rappresentativi, e infine gli “esperimenti

di socialità a porte chiuse” sui comportamenti di un gruppo di persone poste in una condizione di segregazione o al di fuori dalla normalità, il cui titolo di riferimento è l’ormai “archetipico” Grande Fratello.

76 La produzione fu obbligata a cambiare il titolo del programma per un problema di copyright con l’omonima serie tv americana.

77 Sterili ma niente affatto neutrali: dal primissimo Amici -proprio dalla sua struttura narrativa, cioè dalla tipologia stessa della trasmissione- veniva veicolata l’idea che ci fosse almeno una sostanziale parità di giudizio (se non un privilegio per i primi) fra giovani e adulti, fra figli e genitori, sui problemi di cui discutevano; che fosse bene comunicare; che fosse necessario ascoltare i giovani; che fosse legittimo disquisire, entro certi limiti, su eventi personali e intimi di altre persone, che la dimensione determinante dell’esistenza fosse quella affettiva, etc. Se poi passiamo dalla struttura della trasmissione a quanto è implicitamente sostenuto da coloro che di fatto vi lavoravano (la conduttrice e l’apparato redazionale che la coadiuva), troviamo che veniva dato per scontato che fosse meglio l’accordo del conflitto; che nessuno dovesse essere forzato a fare ciò che non voleva; che nei rapporti familiari fosse essenziale l’affetto ma che ci potessero comunque essere motivi per sciogliere un matrimonio; che l’unico criterio per scegliere un orientamento sessuale fossero le proprie preferenze; che non ci fosse modo per valutare la fondatezza di un’opinione morale in questi ambiti, etc. Sono, naturalmente, idee discutibili: infatti la trasmissione non era affatto neutrale.

78 Interessante notare che, in questo genere di programmi, il rischio è che alla “dittatura delle emozioni” si sostituisca la “dittatura dei sogni”. In Amici, ad esempio, l’enfasi sul sogno è diventato argomento di un interessante dibattito tra i professori: è giusto spronare i ragazzi a perseguire i loro sogni anche a costo di illuderli? Su questo punto i professori di Amici si dividono nettamente in spietati e “buonisti”. Il problema però, come spiega Valentina Pozzoli, è che “tutti sembrano avere dimenticato che non basta dire la verità per educare dei ragazzi, ma che bisogna saper intuire anche quale sia il modo migliore per comunicare questa verità. La maggior parte delle volte consiste nel dare il buon esempio. Cosa che, sinceramente, la scuola di Amici non sa più fare” (Valentina Pozzoli, Amici di Maria De Filippi, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), Un anno di zapping 2007/2008, cit., p. 24).

79 Peraltro l’eliminazione, in quanto meccanismo che crea suspense, è una componente ricorrente nei reality show (cfr. Grande Fratello).

80 Alcuni cambiamenti applicati al regolamento del programma hanno spostato progressivamente il tono verso il registro reality: ad esempio, la divisione in due squadre, che ha portato alla formulazione di strategie di vittoria, con la conseguenza di creare scontri molto accesi tra i due schieramenti e la valorizzazione dei più furbi a discapito dei più bravi. I conflitti, poi, sono

fomentati dalla continua visione di rvm che svelano tutte le cattiverie e i pettegolezzi della settimana.

81 Valentina Pozzoli, *Amici di Maria De Filippi*, in Armando Fumagalli, Chiara Toffoletto (a cura di), *Un anno di zapping 2007/2008*, cit., p. 23.

82 Il confessionale della Casa del Grande Fratello è l'archetipo di questo spazio destinato ai commenti, una "zona franca" in cui ciascun concorrente, estrapolato dal gruppo e dall'azione, dà sfogo alle proprie riflessioni e/o recriminazioni. È uno spazio fondamentale per innescare la complicità con lo spettatore, che attraverso di esso può accedere ai retroscena psicologici delle relazioni tra i personaggi, sentendosi in un certo senso parte attiva del gioco o dello show.

83 In questo si attua un'altra dinamica tipica della soap, genere in cui la parola ha il compito di compensare la scarsità delle azioni. I fatti non accadono quasi mai "in diretta", ma sono sempre riferiti indirettamente da discorsi che ne ingigantiscono la portata e le conseguenze.

84 Si veda il caso di Buona domenica, contenitore domenicale di Canale 5: il "piatto forte" delle ultime edizioni del programma era il commento ai fatti avvenuti in settimana nella casa del Grande Fratello.

85 Oggi il pericolo sembra allora quello di un falso ordine che maschera la debolezza di esseri eterodiretti. Romano Guardini già vari decenni fa segnalava che totalitarismo e anarchia sono due diversi volti di una stessa malattia spirituale: la debolezza di chi non ha un orientamento autonomo e convinto nella vita: "[...] quanto più intenso diventa il potere di suggestione esercitato dal condizionamento autonomo dell'opinione, quanto più violentemente lo stato tenta di impadronirsi della persona e della sua vita, tanto più debole diventa l'ordine vero e proprio, poiché esso deriva dalla libertà e dalla responsabilità. La costrizione e la suggestione sono il contrario dell'ordine; creano un ordine di facciata. In esse l'uomo, in verità, diventa sempre più caotico, incapace di acquisire una forma autentica. La reazione provocata dalla violenza e dalla suggestione è l'anarchia" (Romano Guardini, *Die Lebensalter. Ihre ethische und pädagogische Bedeutung*, Werkbund Verlag, Würzburg 19574; trad. it. *Le età della vita. Loro significato educativo e morale*, Vita e pensiero, Milano 19883, p. 39).

86 Su funzioni e statuto sociale della fiction, cfr Francesco Casetti - Federica Villa, *La storia comune: funzioni, forma e generi della fiction televisiva*, Nuova Eri - Rai, *Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi*, Torino 1992, un testo molto interessante, a cui rimandiamo, dovendo qui limitarci a una semplice citazione: "La narrazione [...] riorganizza ogni cosa secondo rapporti di causa e effetto, di successione, di parallelismo; mette in luce delle motivazioni; evidenzia delle finalità, ecc. Raccontare significa dare una logica ad una vita. Il risultato è di proporre un modello di realtà, e cioè una rappresentazione

mette in luce dei tratti distintivi (ciò che caratterizza una situazione in quanto tale) e un principio di organizzazione (ciò che struttura una situazione nelle sue varie componenti). La fiction televisiva ci offre una trascrizione simbolica delle nostre vite: ne riprende gli elementi tipici e li riordina nella forma della storia; mette a fuoco dei momenti essenziali ed evidenzia i nessi che li tengono insieme. Ma il risultato è anche quello di offrire una chiave di lettura delle nostre esistenze: raffigurare una realtà significa anche proporre e diffondere una sua interpretazione. In particolare, attraverso i tratti distintivi evidenziati dal modello impariamo a decifrare una situazione nei suoi elementi essenziali, e dunque a riconoscerne la peculiarità e a distinguerla da situazioni d'altra natura; attraverso il principio di organizzazione impariamo a decifrare una situazione nei suoi meccanismi e nel suo divenire, e dunque a rintracciare dei collegamenti, a prevedere degli sviluppi, a risalire a delle cause, ecc. La fiction televisiva "legge" il reale e a sua volta ci invita a "leggerlo" nella stessa maniera. Dunque il racconto di finzione in televisione propone dei modelli del reale, riorganizzando in forma simbolica la nostra quotidianità. Questi modelli a loro volta fungono da chiavi interpretative della realtà che ci circonda, segnalandone i tratti essenziali e le modalità fondamentali di sviluppo. Un tale percorso ci permette di guardare alla fiction televisiva come ad un archivio di immagini del mondo e insieme come ad un serbatoio di potenziali proposte esegetiche; se si vuole, come ad una trascrizione delle nostre vite, offerta alla comunità perché diventi cosciente di se stessa" (Francesco Casetti, *Riflessi servili e forme indipendenti: forme e funzioni della fiction televisiva*, in Casetti - Villa, *La storia...*, cit., pp. 12-13).

87 La serie, che raccontava le vicende di un gruppo di amici residenti a Beverly Hills, partì il 4 ottobre 1990 sul canale Fox. L'idea di una nuova forma di soap opera con protagonisti adolescenti fu di Aaron Spelling, produttore televisivo di grande fiuto. Al di là della scintillante ambientazione californiana, che serviva ad agganciare l' "occhio" dello spettatore, l'intuizione vincente di Spelling fu quella di raccontare chi erano realmente e come vivevano i teen agers dell'epoca, mettendo in scena problemi e situazioni in cui ogni adolescente si sarebbe potuto immedesimare. Inizialmente non fu così, perché il pubblico faticava a riconoscersi nei ricchi e viziati ragazzi di Beverly Hills: ma bastò una programmazione più accorta per far appassionare gli spettatori adolescenti a una serie che parlava in modo non paternalistico di temi vicini (amicizia, amore, etc) o potenzialmente vicini (alcol, sesso, Aids, droga).

88 Beverly Hills 90210 era senz'altro un prodotto confezionato molto bene: begli attori, begli ambienti, storie ben costruite, che ripercorrono tematiche insieme classiche e moderne di un mondo giovanile alle sue prime esperienze di "vita autonoma". E' sintomatico il fatto che le famiglie dei protagonisti, pur non totalmente assenti come nel mondo dei "giovani adulti" di Melrose Place,

spin off di Beverly Hills che per qualche anno andava in onda subito dopo, sempre su Italia 1, rimangono tendenzialmente sullo sfondo: il protagonista è il gruppo di amici. Anche le storie d'amore vissute dai protagonisti sono inserite all'interno della dinamica di gruppo. La struttura narrativa è per certi versi comune alle soap operas e alle telenovelas: storie che si dipanano lentamente, con uno sviluppo parallelo di due o tre linee narrative in ogni puntata; ma Beverly Hills ha in più una certa autonomia per ogni episodio, il cui tema principale viene in qualche modo concluso. Il produttore di Beverly Hills e Melrose Place è lo stesso: Aaron Spelling.

89 Di fatto, Beverly Hills è stato premiato negli Stati Uniti come programma educativo. Esaminando qualche puntata a caso, si trovano affrontate le eccessive preoccupazioni per la linea, il problema della sincerità con i genitori; si osserva la "fedeltà" a un'amicizia di chi fa di tutto per arrivare a una festa di compleanno dell'amica, un atto di generosità compiuto discretamente da Steve, uno dei ragazzi protagonisti, che regala i diecimila dollari appena vinti in un concorso, perché si possa svolgere un'attività benefica della scuola...

90 Per es. in Armando Fumagalli, *L'industria televisiva e il suo impatto sociale*, in Gianfranco Bettetini – Paolo Braga – Armando Fumagalli (a cura di), *Le logiche della televisione*, cit., pp. 17-44; Armando Fumagalli, *Produzione culturale*, cit.

91 Cfr per es. il sito [www.chastity.com](http://www.chastity.com), il movimento denominato True Love Waits ([www.lifeway.com](http://www.lifeway.com)) o figure come quelle di Jason e Crystallina Evert, una coppia di giovani sposi che fanno conferenze in college e scuole di tutti gli Stati Uniti (si calcolano 100.000 ascoltatori l'anno), e che hanno scritto libri sull'argomento. Sono solo la punta dell'iceberg di un movimento molto più vasto.

92 Dawson's Creek, ambientata nell'immaginaria cittadina di Capeside, racconta i tormenti amorosi ed esistenziali di un gruppo di amici impegnati nel faticoso mestiere di "crescere". La serie, durata sei stagioni (1998-2003), comincia quando la sedicenne Joey, amica d'infanzia del coetaneo Dawson, si rende conto di essere cresciuta: questo comporta che lei e Dawson non possono più dormire nello stesso letto, come facevano da bambini.

93 "Perché mai la differenza sessuale, che giunge al suo compimento con la pubertà, dovrebbe essere un ostacolo al rapporto? Diventa una questione di prestazione e di confine. Chi è di qua e chi è di là. Si riduce tutto al «farlo» o «non farlo». Un tempo per descrivere due che facevano all'amore si diceva: "Quei due si parlano", che significa che c'era rapporto indipendentemente dal fatto che «lo facessero» o meno. Diventa un caso di diffidenza anziché di prudenza" (Giancarlo Zappoli, Elena Galeotto, *Lo specchio a puntate*, cit., p. 125).

94 Emblematico, in questo senso, il "gran finale" della serie, che mette la parola fine all'eterno triangolo tra Joey, Dawson e Pacey. Joey capisce che Dawson è la sua "anima gemella" ma sceglie Pacey come compagno per la

vita di tutti i giorni. Il dualismo raggiunge qui esiti parossistici, smascherandosi in una soluzione narrativamente un po' goffa, che naturalmente non ha soddisfatto nessuno. Sulla divisione tra "anima gemella" e "compagno reale" si veda anche il paragrafo successivo.

95 Il vero coronamento, in verità, è dato solo dalla dimensione del "per sempre" sancita dal matrimonio, entro cui l'unione sessuale è vissuta nel suo significato più pieno, cfr. Vittoria Maioli Sanese, *Perché ti amo. Un uomo, una donna*, Marietti, Genova-Milano 2006, pp. 168-169: "Il rapporto sessuale è quel rapporto (...) che permette a un altro di entrare nell'intimità del proprio corpo e che accetta che anche l'altro dia libero accesso al suo corpo. Il momento dell'unità sessuale è l'unica, vera, completa realizzazione della coniugalità, è l'essenza e il cuore del rapporto coniugale". E poi, più avanti: "Anche dal punto di vista religioso, finché non c'è la sessualità per la Chiesa il matrimonio non è valido. (...) Solo l'amore coniugale permette questa vibrazione, questa passione per tutta la persona dell'altro" (ibidem, p. 170).

96 Questo scarto tra il pensiero e l'azione non è casuale, come ammette il creatore della serie, Kevin Williamson: "I miei teen agers sono autoconsapevoli, intelligenti, e parlano come se avessero alle spalle dieci anni di psicoterapia: hanno tutte le risposte. Ma il loro comportamento contraddice completamente tutto questo. Il loro comportamento è quello di quindicenni inesperti e insicuri ogni volta del prossimo passo". Però, forse, in tutta questa auto-consapevolezza, viene proprio a perdersi una delle risorse più preziose dell'adolescenza, e cioè l'apertura verso la realtà, lo slancio ideale, il desiderio di trovare un senso alle proprie domande; rimane soltanto una sensazione di incertezza esistenziale, vagamente pessimistica, che sembra più vicina alla disillusione degli adulti.

97 Interessante, a questo proposito, la lettura che Gianfranco Zappoli ed Elena Galeotto danno della relazione Joey-Dawson lungo le prime cinque stagioni: "Dawson e Joey sono inciampati nella difficoltà di trasformare il loro rapporto, rinunciando ad un criterio per giudicarlo che fino ad un certo momento era andato bene. La coscienza della differenza sessuale, come una legge astratta a priori, li ha resi incompetenti rispetto al beneficio reciproco e sperimentato del loro rapporto" (Giancarlo Zappoli, Elena Galeotto, *Lo specchio a puntate*, cit., p. 126).

98 Su questo punto rimandiamo alle interessanti osservazioni di Paolo Braga nel volume *Dal personaggio allo spettatore. Il coinvolgimento nel cinema e nella serialità televisiva americana*, Franco Angeli, Milano 2003. Nel capitolo 3, Braga passa in rassegna alcune delle più popolari serie tv anni Novanta, valutando in particolare il grado di "tensione progettuale" che i personaggi esprimono rispetto al valore della famiglia e il grado di "tematizzazione" di tale valore all'interno della fiction. Sit-com per giovani adulti come *Friends* e *Sex and the City* vengono accomunate a *Dawson's Creek* proprio per l'assolutizzazione del gruppo amicale, anche se in versione "gaia".

99 Pensiamo all'amicizia tra le quattro amiche di Sex and the City, che poi è il punto di forza della serie, l'elemento "ottativo" che aggancia il pubblico (chi non vorrebbe un'amicizia così?): un legame assoluto e totalizzante, che assorbe e soddisfa le tre protagoniste molto di più, paradossalmente, di quello con i rispettivi uomini, del resto transitori.

100 Una veloce carrellata sugli adulti di Dawson's Creek: il padre di Joey sta scontando una condanna in prigione, la madre è morta quando era bambina; i genitori di Dawson sono troppo assorbiti dai loro problemi coniugali per accorgersi di quelli del figlio (che invece soffre per loro); Jennifer vive con la nonna perché i genitori l'hanno allontanata da casa in seguito alla sua condotta scandalosa; Pacey non ha mai ricevuto stima e approvazione dal padre, poliziotto autoritario e alcolizzato; i genitori di Andy e Jack, infine, sono, rispettivamente, una donna psicologicamente disturbata e un uomo rigido e chiuso, incapace di accettare l'omosessualità del figlio.

101 Pensiamo ai genitori di Seth Cohen in The OC: belli, eleganti e sportivi, hanno un rapporto sostanzialmente amicale con i figli adolescenti, a cui peraltro li accomunano l'esposizione a vicissitudini emotive e romantiche.

102 The OC (2003-2007), ibrido di teen drama e soap opera, racconta le vicende di un gruppo di liceali residenti a Newport Beach, splendida e assoluta località californiana, costellata di spiagge, ville e piscine. Il punto di vista, però, è dell'outsider Ryan, che arriva da Chino, sobborgo povero e disagiato di Los Angeles. L'avvocato Sandy Cohen, presosi a cuore il suo caso, si offre di ospitarlo nella sua villa di Newport Beach, insieme alla moglie Kristen e al figlio Seth, che troverà subito in Ryan l'amico e il fratello che non ha mai avuto. Di fatto la serie racconta i patemi sentimentali di Ryan e Seth con le rispettive "mire" sentimentali, sullo sfondo degli intricati intrecci del clan Cohen che si svolgono, appunto, in pieno stile soap. The OC doveva colmare il vuoto lasciato da Dawson's Creek, e anche per questo l'autore Josh Schwarz ha cercato di differenziarsi il più possibile, cambiando location, ma anche tono e dinamiche narrative. In The OC c'è come una de-compressione rispetto a Dawson's Creek, e cioè un generale alleggerimento delle psicologie e delle problematiche interiori, compensato dalla dimensione "iper" degli elementi esteriori (bei vestiti, bei paesaggi, etc) e degli accadimenti (omicidi, crack finanziari, alcolismo, depressione etc). L'evento forte diventa l'evento scioccante, e non tanto quello significativo nell'evoluzione interiore del ragazzo. Gli elementi della trama confermano una vocazione soappish: attenzione ai personaggi adulti e alle loro relazioni sentimentali, abbondanza di cliffhanger, equivoci usati come motore dell'azione, colpi di scena ad effetto. Il tutto però è stemperato (e reso sopportabile) da una forte dose di ironia e autoironia, con cui si ammicca consapevolmente allo spettatore. Gossip Girl, nata nel 2007 e attualmente alla terza stagione, racconta la vita di un gruppo di liceali dell'upper

class newyorchese, spiati da una misteriosa blogger che si firma Gossip Girl. I ragazzi di Gossip Girl sono pragmatici se non cinici, certamente non si pongono domande esistenziali come Dawson e compagni; tra feste, conflitti, dispetti, storie d'amore e di sesso, Gossip Girl continua nel solco tracciato da OC, con un tasso inferiore di dramma e uno sguardo ancora più attento alla confezione e al look dei protagonisti.

103 Cioè quasi tutti i prodotti seriali: a tenere in piedi le "linee orizzontali" di moltissime serie tv, infatti, sono spessissimo i meccanismi tipici della soap opera: amori travolgenti ma ostacolati dal destino, e quindi sempre rilanciati da nuovi impedimenti o colpi di scena. Friends, ad esempio, nasce dal modello della sit-com ibridato con dinamiche soappish, utilizzate nella relazione Ross-Rachel, che prosegue a corrente alternata per tutte e dieci le stagioni, fino al sospirato coronamento finale.

104 "Quindi la ragione principale di questa rivolta scettica va ricercata nel fatto che si è sviluppata in un mondo immaginario. E' un derivato dell'intelligenza che discute costantemente di romanzi, teatro e quadri senza mai occuparsi della gente. Insistendo a rappresentare la "vita reale" sulla scena, loro non l'hanno mai vista così com'è nella strada. Ritenevano di essere molto realisti quando scrivevano, mentre perdevano il contatto con la realtà, mentre parlavano in maniera totalmente diversa rispetto a come parla la gente comune. [...] Quando questa gente cominciò a giocherellare con la morale e la metafisica, creò semplicemente una serie di mondi senza senso, mentre non avrebbero arrecato nessun danno se avessero creato dei quadri senza senso" (Gilbert Keith Chesterton, Perché sono cattolico (e altri scritti), Gribaudi, Milano 1994, p.45). Ricordiamo come sia forte lo stacco fra i valori e le abitudini di vita della cosiddetta media élite americana rispetto al resto della popolazione.



---

## UNA RICERCA SUL GRADO DI CULTURA MEDIALE

di Domenico Infante

---

### **Premessa**

La massiccia esposizione a tutti i nuovi media, soprattutto da parte dei minori, cioè di soggetti più fragili psicologicamente, alimenta costantemente il dibattito attorno alle ricadute della utilizzazione dei nuovi strumenti di comunicazione sui processi formativi, sulle condotte infantili, sulla elaborazione dei significati, sulla costruzione dell'identità. I numerosi studi compiuti avanzano risultati e interpretazioni diversi, talvolta contrastanti. Alcuni, concentrandosi sugli effetti negativi a breve termine e su modelli di influenza molto diretta, denunciano una preoccupante correlazione tra la fruizione mediale, in particolare televisiva, e l'elaborazione da parte infantile di comportamenti violenti e aggressivi, di pericolose condotte emulative; altri segnalano, piuttosto - come effetti negativi a lungo termine - i rischi di omologazione e di appiattimento culturale o ipotizzano che la forte esposizione dei bambini, verso l'universo televisivo, favorisca fenomeni di "semplificazione" della realtà, la perdita di saldi riferimenti morali, una socializzazione inadeguata rispetto a quella necessaria al minore che deve elaborare le

complesse competenze di attore sociale. Appare fondamentale la funzione educativa dei genitori, nella fruizione mediatica da parte dei figli, unitamente a quella ricevuta a scuola. Pari valore può essere assegnato anche alla funzione svolta dalla parrocchia che attraverso i suoi operatori pastorali svolge un ruolo determinante per la formazione spirituale e sociale dei ragazzi. Attraverso le azioni svolte dai vari agenti formativi si mette in atto anche un processo di tutela e prevenzione dai rischi nell'utilizzo degli strumenti mediali da parte dei minori.

## **Finalità**

Da quanto detto, risulta evidente la necessità di avere delle idee più chiare sulle realtà territoriali per mettere a punto delle azioni nell'ottica di una tutela più efficace dei minori dalla pervasività dei Media. Questa è la motivazione principale che ci ha spinti a fare un'indagine, per capire le reali necessità del territorio e per poter, eventualmente, attivare - con gli strumenti e la disponibilità degli esperti che operano nel settore -, una capillare e mirata azione di formazione nell'uso dei media da parte delle famiglie, con particolare riguardo ai giovani, passando attraverso le agenzie educative istituzionali, come la scuola e la parrocchia.

## **Obiettivi della ricerca**

La ricerca si propone di determinare il grado di penetrazione della cultura mediale nella famiglia, nella scuola e nella parrocchia; la sua conoscenza ci mette in condizione di capire i limiti e il tipo di relazione esistente all'interno di queste agenzie educative. L'indagine è stata svolta all'interno del quartiere San Giacomo di Matera che è un territorio costituito da una popolazione diversificata per classi demografiche e tipologie sociali insediate.

In dettaglio la ricerca si propone di valutare:

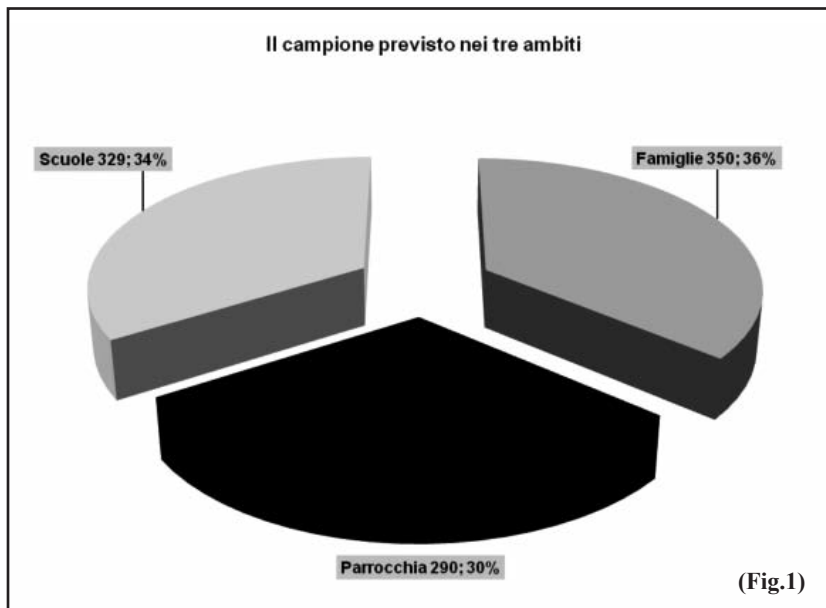
- la penetrazione dei media e degli strumenti relativi negli ambiti da indagare;
- le abilità-abitudini personali e familiari circa l'uso dei media;
- la relazione esistente tra la somministrazione dei media e abitudini e stili familiari;
- il rapporto esistente tra tempo dedicato all'uso dei media e tempo dedicato ad altre attività;

- la disponibilità di collaborazione tra genitori, parrocchia e scuola;
- l'apertura dei genitori e degli insegnanti all'uso delle nuove tecnologie informatiche;
- il rapporto tra bambini e genitori all'interno del nucleo familiare;
- l'utilizzazione di internet e TV da parte dei vari soggetti di analisi;
- la dotazione e la tipologia d'uso di strumenti mediali nelle scuole, nelle famiglie e nella parrocchia;

## Partecipanti e procedura di somministrazione

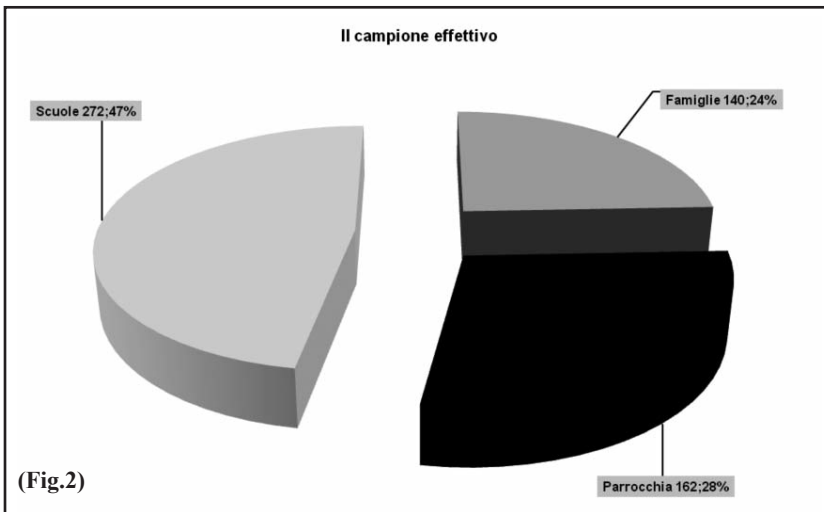
Il progetto è stato attuato nel quartiere San Giacomo di Matera, d'intesa con la Parrocchia San Giacomo e con i dirigenti scolastici delle scuole primarie e secondarie, su alcuni campioni di nuclei familiari, su alcune classi delle anzidette scuole e sugli operatori della omonima parrocchia. Sono stati somministrati 969 questionari su un campione composto per il 34% dall'ambito scuola, per il 36% dall'ambito famiglia e per il 30% dall'ambito parrocchia (**fig.1**). L'ambito scuola è composto da insegnanti (25%) e da studenti (75%). L'ambito famiglia è composto da genitori (65%) e da altri adulti presenti in famiglia(35%). L'ambito parrocchia è composto da sacerdoti (1%), da operatori parrocchiali (20%), da bambini (13%), da ragazzi (16%) e da giovani (50%).

**3 ambiti:  
scuola,  
famiglia,  
parrocchia**



## I questionari della ricerca

In realtà i questionari compilati e restituiti sono stati in totale 574, inferiori al numero previsto ma sufficienti per confermare la validità statistica dell'indagine. Infatti 574 questionari su 969 rappresentano un numero significativo (il 59%). I valori percentuali all'interno dei vari ambiti indagati risultano leggermente variati perché la numerosità di risposte sono aumentate per la scuola (da 34% a 47%), leggermente diminuite per la parrocchia (da 30% a 28%) e fortemente calate nel caso della famiglia (da 36% a 24%) (fig.2). Il basso numero di restituzioni da parte delle famiglie è da attribuire, con buona probabilità, a quelle famiglie che non hanno un'assidua frequentazione in parrocchia e quindi non sono stati facilitati nella consegna a mano dei questionari. Non abbiamo potuto stabilire in maniera scientifica l'entità di questo fenomeno ma non crediamo che esso possa inficiare in maniera grave la validità dei risultati.



## Strumenti

Il questionario, preparato dall'AIART ed in forma anonima, è stato recapitato a mano insieme ad una guida per la compilazione nella quale sono stati illustrati gli obiettivi generali, le modalità e gli scopi dell'indagine. Ai minori è stato consegnato il questionario, la guida per la compilazione ed una lettera liberatoria, da far sottoscrivere ai genitori. I questionari, una volta compilati sono stati consegnati dai genitori in busta chiusa in Parrocchia ed ivi sono stati depositi in una cassetta

sigillata. I questionari fatti compilare a scuola sono stati consegnati dai docenti coordinatori in busta chiusa, separati dalle lettere liberatorie, ed inseriti nella cassetta in Parrocchia. Il questionario si sviluppa in cinque sezioni; la prima parte raccoglie informazioni generali, le successive quelle tematiche:

- La prima sezione é costituita da items che consentono di rilevare i dati generali dell'intervistato;
- La seconda sezione comprende items che rilevano la dotazione degli strumenti multimediali esistenti presso i vari ambienti di appartenenza dei soggetti intervistati;
- La terza sezione comprende items che servono a descrivere le abilità personali possedute dai soggetti intervistati nella utilizzazione dei mezzi multimediali;
- La quarta sezione comprende items che rilevano le tipologie di utilizzazione messe in atto dai soggetti;
- La quinta sezione comprende items che indagano sulla qualità dell'apprendimento, sulle eventuali criticità esistenti e sugli aspetti educativi.

**Le 5 sezioni  
dei questionari**

## **Modalità di indagine**

La presente indagine è stata realizzata in un'unica fase tramite somministrazione di questionario a mano. Le unità di analisi sono: il nucleo familiare, il genitore, l'adulto, lo studente, il docente, il sacerdote, l'operatore parrocchiale, il bambino del catechismo, il bambino della 1<sup>a</sup> comunione e il giovane dei gruppi giovanili.

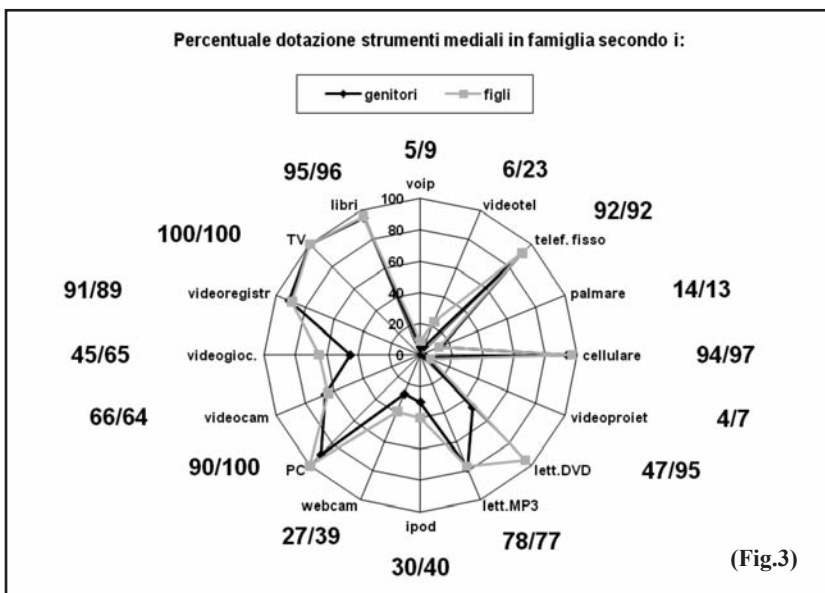
L'universo di indagine è di tipo campionario a grappolo con selezione di campioni casuali di grappoli. In pratica un certo numero di questionari sono stati inseriti nelle cassette postali di ogni palazzo del quartiere per l'ambito famiglia; per l'ambito scuola sono stati consegnati ai rispettivi coordinatori che hanno provveduto a consegnarli ad alcune classi per la compilazione da parte degli studenti e dei relativi insegnanti.

Per l'ambito parrocchia sono stati distribuiti a tutti i soggetti di indagine presenti in questo ambito.

**Le unità  
di analisi**

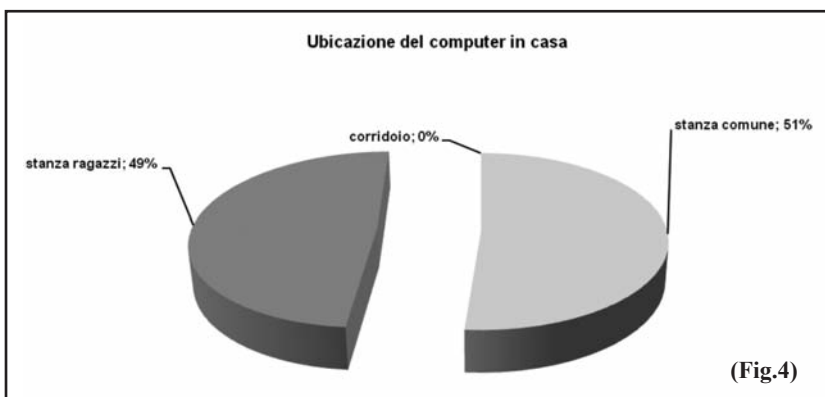
### *L'utilizzo delle tecnologie informatiche*

Tra i beni tecnologici posseduti dalle famiglie di San Giacomo, il PC risulta pari al 90% (fig.3), percentuale superiore al valore medio italiano del 50%, secondo un'indagine Istat del 2008, e a quello del Sud, dello stesso periodo, che è pari al 44%.

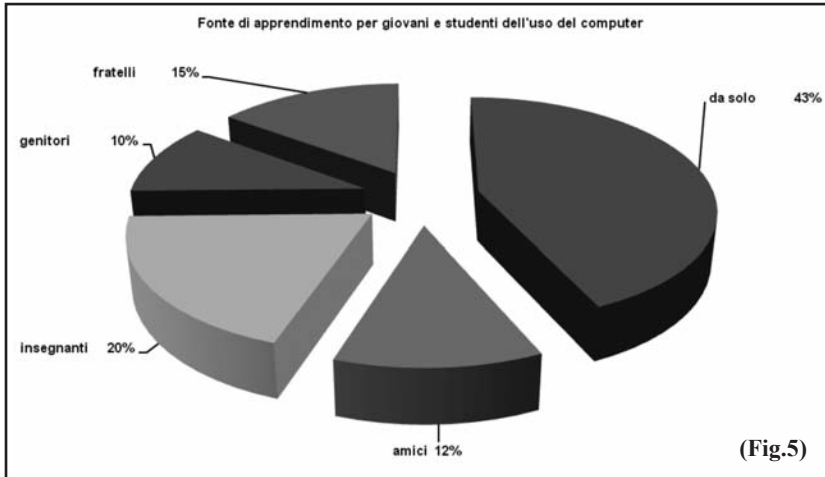


**Il 78%  
delle famiglie  
è connesso  
a internet**

Ci sono valori che sono più elevati rispetto ad altre ricerche regionali e nazionali, se pur si riscontrano dati più bassi soprattutto nell'utilizzo degli strumenti posseduti. E' il caso dei computer delle abitazioni che sono ubicati nelle stanze dei ragazzi per il 49% rispetto al dato nazionale ISTAT 2008 che è del 35%. E' questo un dato negativo che evidenzia una certa ignoranza sulla prevenzione dai pericoli di internet per i bambini (fig.4). Comparando alcuni dati emersi, con quelli nazionali o regionali dello stesso periodo, non sono mancate sorprese interessanti come la percentuale di connessione ad internet delle famiglie di San Giacomo che ha un valore quasi doppio (78%) della media nazionale dell'accesso ad internet (42%).



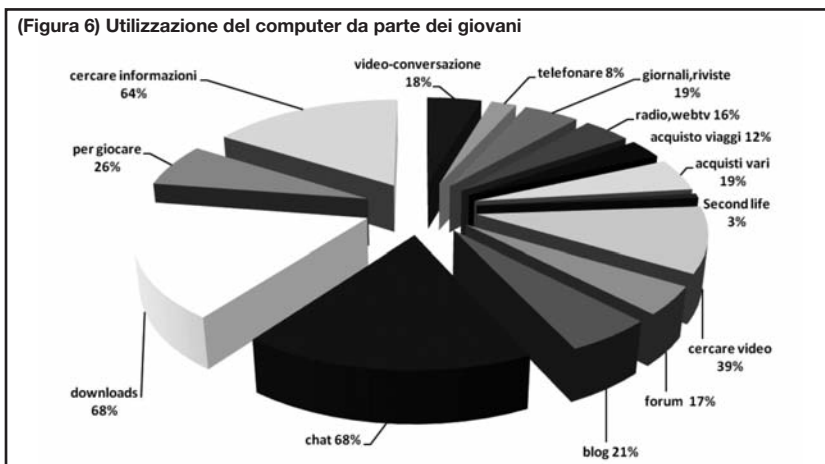
Gli studenti, e i giovani in generale, hanno appreso l'uso del computer per il 10% dai genitori, per il 20% dagli insegnanti, per il 15% dai fratelli, per il 12% dagli amici e per il 43% da soli (fig.5). E' molto evidente il basso profilo, in questa funzione educativa, degli insegnanti ma soprattutto dei genitori che svolgono di fatto un ruolo residuale nell'approccio ai nuovi media dei propri figli.



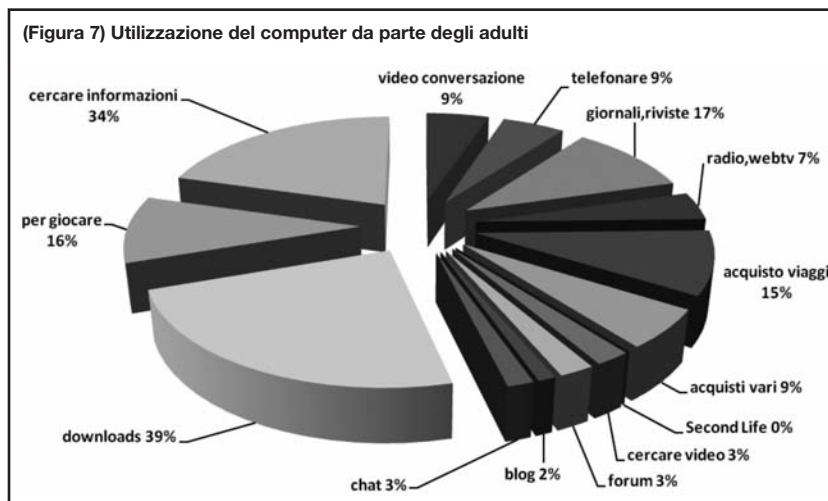
L'uso del computer da parte dei giovani

(Fig.5)

I giovani delle scuole superiori e gli universitari utilizzano il computer: il 68% per scaricare download, il 64% per cercare informazioni, il 68% per chattare, il 39% per cercare video e percentuali via via minori per altro tipo di attività (26% giocare, 21% blog, 18% video conversazioni, 19% cercare giornali e riviste, 19% acquisti vari, 16% radio e TV web, 17% forum, 12% acquisti viaggi, 8% telefonare, 3% Second life) (Fig.6)



Gli adulti utilizzano il computer al seguente modo: 39% per scaricare download, al 34% per cercare informazioni, al 3% per chattare, al 3% per cercare video, per 16% giocare, 2% blog, 9% video conversazioni, 17% cercare giornali e riviste, 9% acquisti vari, 7% radio e TV web, 3% forum, 15% acquisti viaggi, 9% telefonare, nessuno per Second life.



Comparando i dati di connessione in internet delle famiglie di San Giacomo con quelli nazionali o regionali dello stesso periodo, non sono mancate sorprese. Infatti, l'uso di internet negli ultimi 12 mesi dei giovani dai 14 ai 24 anni ha fatto registrare un accesso pari a circa il 87% che è superiore al dato ISTAT dello stesso periodo in Italia pari a il 75%. Il dato omologo degli adulti a San Giacomo si attesta sul 52% che è in linea con quello nazionale dell'ISTAT dello stesso periodo. La percentuale di connessione ad internet delle famiglie di San Giacomo ha un valore quasi doppio (78%) della media nazionale di accessi in rete (42%). E' giusto precisare che accesso e connessione in internet sono due cose diverse anche se coincidenti in caso di piena utilizzazione. In realtà i valori rilevati di queste due modalità sono abbastanza vicini e la cosa trova una logica giustificazione data l'età media degli abitanti, abbastanza bassa; conseguentemente le persone sono più aperte ai nuovi mezzi di comunicazione e ne fanno un uso più intensivo. Il dato di accesso ad internet dei ragazzi in famiglia (90%) risulta invece coerente con i dati nazionali, anche se questo dato non viene ben distinto da quello dei videogiochi on-line.

Per tutti - bambini, giovani, adulti e docenti - internet è ritenuto pericoloso, se pur con accentuazioni diverse. Sulla capacità di saper na-

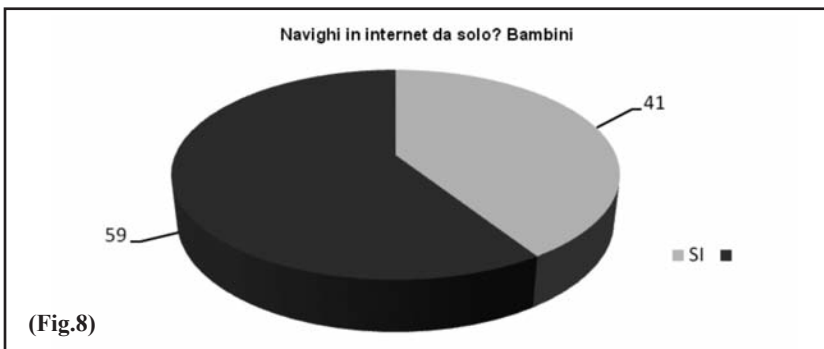
**90%:  
dato di accesso  
a internet  
dei ragazzi**



vigare in internet e dove farlo, i ragazzi delle elementari rispondono per il 38% da casa e 11% da scuola, quelli delle medie 82% da casa e 3% da scuola e quelli delle superiori 93% a casa e 3% a scuola. Sulla non capacità di navigare in internet, rispettivamente, rispondono il 51%, 15% e 4%. Dalla lettura di questi dati appare evidente il desiderio di autonomia dei giovani nel fare questa pratica; infatti nella navigazione a casa si passa da un 38% dei bambini al 93% dei ragazzi delle superiori. Riteniamo che questo fatto sia dovuto alla possibilità di navigare indisturbati a casa propria, piuttosto che a scuola, e di saper eludere meglio il controllo dei genitori, quando esiste, con il crescere dell'età. Inoltre, sono stati rilevati i dati di connessione in internet di durata di una, due, tre ed oltre 3 ore. I dati emersi sono interessanti perché, confrontandoli con quelli di una statistica del Corecom Piemonte del 2008 e quelli del Corecom Basilicata del 2006, si verifica un certo allineamento a meno di poche punte che sono più alte, di cui una è rilevante ed allo stesso tempo preoccupante. Si tratta della durata di connessione giornaliera in internet degli adolescenti (11-18 anni) e dei giovani universitari per un tempo oltre le 3 ore che ammonta al 21% dei soggetti. E' un valore notevole, oltre i limiti nazionali o di altre ricerche regionali.

**La durata di connessione giornaliera a internet**

Il vero problema è che i dati di connessione, già di per se stessi negativi ed eccessivi per certi aspetti, sono aggravati dalla disattenzione o ignoranza dei genitori sui problemi della prevenzione. Infatti, alla domanda sulla navigazione fatta da soli, hanno risposto di si il 59% dei bambini, il 70% dei ragazzi delle medie e l'84% dei ragazzi delle superiori e ciò indipendentemente dalla collocazione del computer in casa (fig.8). Facendo un raffronto con altre ricerche, il Corecom di Basilicata 2006 ha un valore del 63% di si per i ragazzi 8-18 anni e l'Università Cattolica di Milano 2010 ha un valore del si del 59%. Quindi ancora una volta siamo in presenza di un valore più alto dei minori di San Giacomo nell'uso di internet.

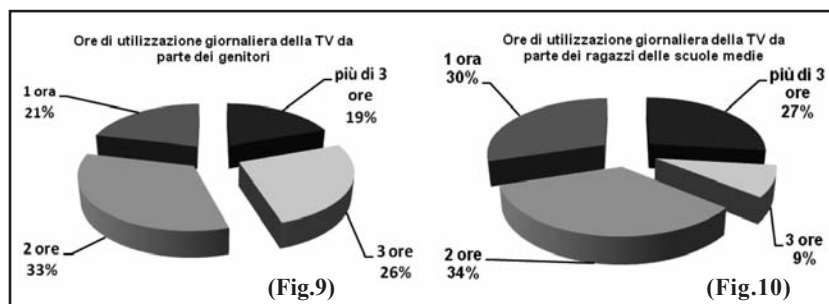


La posta elettronica viene utilizzata da tutti i soggetti in maniera adeguata: adulti 46%, bambini 76% (solo la conoscenza), adolescenti 57%, 83% gruppi giovanili parrocchiali, 76% insegnanti, 58% operatori parrocchiali, 100% presbiteri.

## L'utilizzo della televisione

**Supera  
le 3 ore  
giornaliere  
l'ascolto  
della TV**

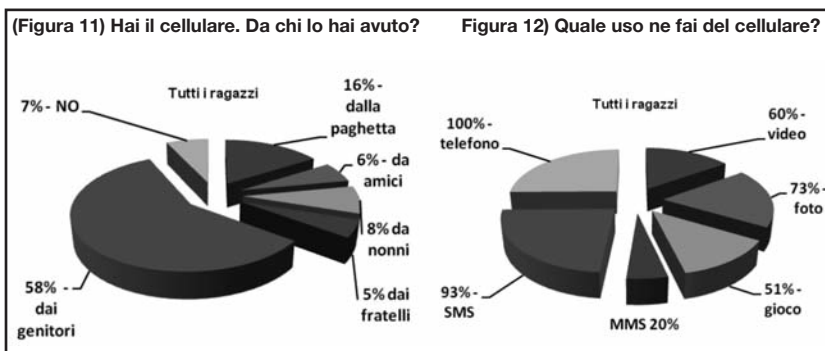
La Tv è il mezzo di comunicazione di massa più diffuso ed anche, proprio per questo, più pervasivo e, quindi, pericoloso. In merito all'uso della TV, è stata posta una domanda a tutti circa le ore di utilizzazione. I valori scaturiti non sono molto distanti dall'indagine del Corecom del Piemonte anche se ci sono accentuazioni diverse. Ma una costante riscontrabile per i tre soggetti interessati - i bambini, i ragazzi delle medie e i giovani delle superiori - è il valore eccessivo (rispetto alla predetta ricerca del Corecom Piemonte) dei dati di ascolto oltre le tre ore. Spaventa il dato dei ragazzi delle medie che ammonta a 27% (fig.9). Questo fatto deve far preoccupare molto i genitori tenuto conto del valore cumulato riscontrato nell'uso di internet e del gioco, come vedremo nelle pagine successive. I dati di ascolto televisivi degli adulti sono abbastanza equilibrati (fig.10).



## L'utilizzo dei cellulari e dei videogiochi

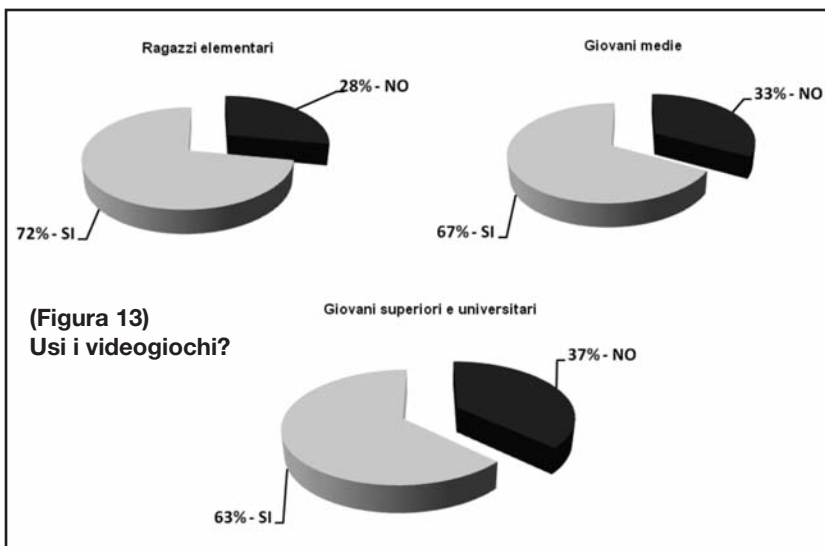
Il cellulare è lo strumento di comunicazione più diffuso tra i giovani e, nella presente indagine, abbiamo visto che arriva al 97%. Abbiamo posto la domanda nel questionario circa la provenienza del cellulare, essendo la quasi totalità dei ragazzi minorenni e quindi non possessori di reddito. Il 58% della totalità dei ragazzi ha risposto che il cellulare gli è stato comprato dai genitori, solo il 18% dalla paghetta settimanale ed altre risposte minori (fig.11). Sull'uso che fanno tutti i ragazzi del

cellulare è emerso che il 100% lo usano come telefono, il 93% per gli SMS, il 70% per scattare foto, il 60% per riprendere video, il 51% per giocare ed il 20% per inviare MMS (fig.12).



**Il 97%  
dei giovani  
possiede  
un cellulare**

È stato chiesto ai ragazzi se usano i videogiochi: quelli delle elementari rispondono di sì al 72% (fig.13), i giovani delle medie al 67% (fig.14) e i giovani delle superiori e universitari al 63% (fig.15).



Alla domanda se dopo l'uso dei videogiochi si sentono più carichi, i ragazzi delle medie hanno risposto di sì il 21% e i ragazzi delle superiori il 22%. Questi dati destano qualche preoccupazione visto la sincerità dei ragazzi a questa domanda e gli effetti devastanti sulla personalità degli stessi nell'uso prolungato di videogiochi violenti. Infatti

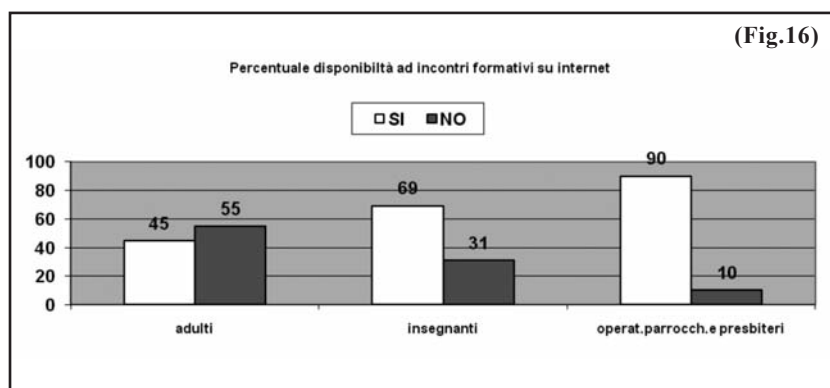
una conferma di questa considerazione scaturisce dalla domanda successiva sull'esistenza della violenza nei videogiochi; tutti i ragazzi hanno risposto di sì nella stragrande maggioranza, pari all'88%.

Sono stati messi insieme i tempi di utilizzazione della TV, di internet, del gioco, dello studio e ne è venuta fuori una situazione molto chiara dell'impegno del tempo non scolastico dei ragazzi. Dalla lettura dei dati si può constatare un certo equilibrio per gli allievi delle elementari, un certo squilibrio nei ragazzi delle medie, lo squilibrio si accentua per i giovani delle superiori dove aumenta l'uso di internet (soprattutto nel range oltre le 3 ore) a scapito dello studio.

### **Disponibilità alla formazione di Media Literacy**

Per capire di più sulla opportunità di attivare dei percorsi formativi, abbiamo fatto una domanda ai genitori se sono propensi all'utilizzo della tecnologia mediale; essi, nel 72% dei casi, hanno dichiarato una propensione positiva.

Questa propensione dei genitori l'abbiamo trasformata in disponibilità a fare corsi di formazione su internet, estendendola a tutti gli adulti (quindi anche agli insegnanti e agli operatori pastorali). La disponibilità positiva è stata rispettivamente del 45% per gli adulti, 69% per gli insegnanti e 90% per gli operatori pastorali. Fa pensare la bassa disponibilità dei genitori, soprattutto se la mettiamo in relazione alla notevole propensione rilevata prima; probabilmente più che sfiducia nella formazione sembrerebbe sintomo di un certo senso di sicurezza e di competenza più vicino alla saccenteria, visto i problemi in discussione (fig.16).



## Strumenti mediali delle scuole e loro utilizzo

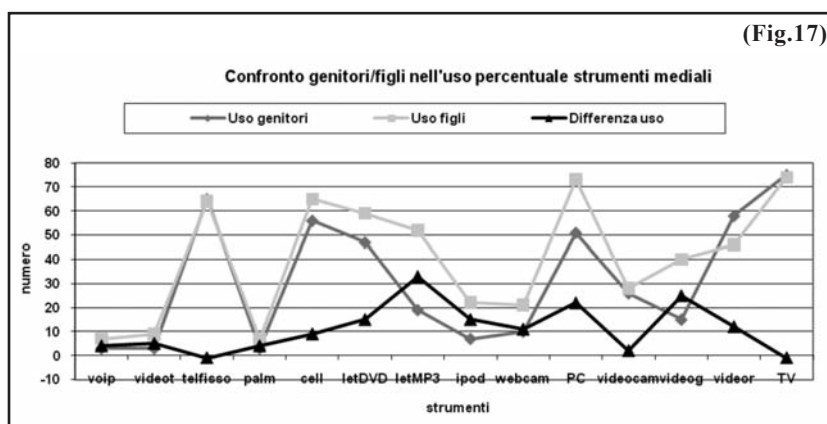
Le scuole del quartiere, dai dati che sono emersi, hanno una dotazione mediale sufficiente. Nel dettaglio constatiamo che le scuole sono dotate di tutti gli strumenti delle nuove tecnologie digitali. In particolare tutte sono dotate di computer e quelle superiori in numero adeguato al livello di competenza scolastica. Abbiamo constatato anche l'esistenza delle lavagne digitali.

I docenti delle varie scuole, anche se con qualche leggera differenza, presentano una propensione all'uso degli strumenti digitali pari all'84% che si può ritenere soddisfacente, tenuto anche conto che i questionari sono stati somministrati ai docenti di tutte le discipline delle varie classi coinvolte.

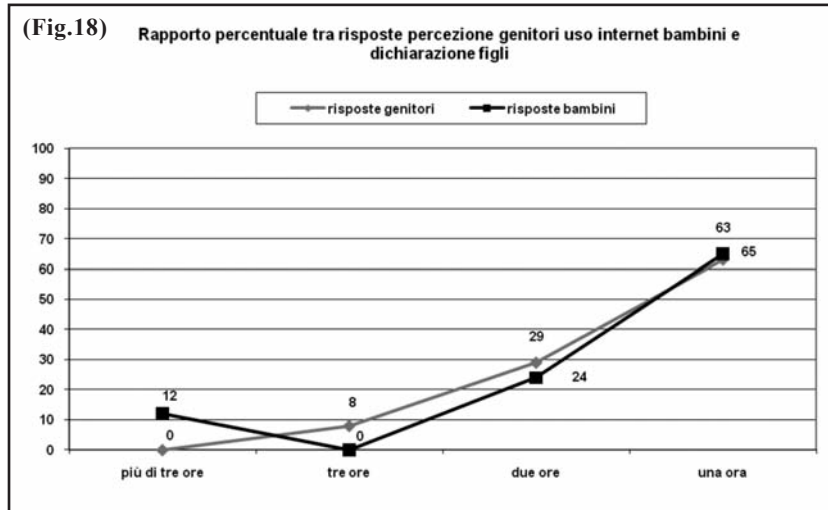
**L'84% degli insegnanti favorevoli agli strumenti mediali**

## Rapporto genitori-figli e docenti-studenti sulla cultura mediale

Nel grafico della figura 17) esaminiamo più in dettaglio il tipo di strumenti mediali che genitori e figli usano, mettendone in evidenza le differenze. La curva in neretto rappresenta la differenza di uso dei giovani rispetto a quello dei genitori. I picchi di questa differenza si riscontrano in corrispondenza dei seguenti strumenti: lettore MP3, videogiochi, computer, ipod e webcam. Sono questi tutti strumenti mediali di ultima generazione il cui uso caratterizza i nativi digitali dai migranti digitali, come sono definiti i genitori che hanno il compito di traghettare la nuova generazione verso il futuro.



Nella figura 18) mettiamo in rapporto le risposte dei genitori e quelle dei bambini per quanto riguarda l'uso di internet. In questo caso la percezione dei genitori è vicina alle risposte dei figli fino alle tre ore di utilizzazione. Però, mentre per le prime tre ore i genitori tendono a sopravvalutare il tempo rispetto ai loro figli, oltre le tre ore i genitori perdono il controllo del tempo effettivo che i figli utilizzano per navigare in internet, forse anche per colpa dell'ubicazione del PC (nella stanza dei figli) oppure perché non li controllano affatto.



La navigazione  
in internet:  
rapporto  
tra figli  
e genitori

In una tabella si mette a confronto la capacità dei genitori di accompagnare e guidare i figli verso un uso più responsabile del media TV attraverso il rapporto tra il commento che i primi fanno di trasmissioni TV e notizie dei telegiornali con i figli e la modalità di vedere la TV da soli o meno dei secondi. La correlazione è positiva.

Nel caso di internet si è messo in relazione la capacità dei genitori di dialogare durante la navigazione dei propri figli con il navigare da soli dei figli. In questo caso la correlazione è stata positiva a conferma del fatto che quando i genitori si danno da fare per i propri figli i risultati, anche se minimi, si vedono. Però, la gran parte dei genitori che dichiarano che dialogano con i figli durante la navigazione, di fatto poi consentono che il PC sia collocato, per la maggior parte dei casi, nella stanza dei ragazzi. Quindi, in questo caso, la correlazione è negativa e quindi produce un fenomeno di disconferma. Tra le domande poste ai ragazzi abbiamo confrontato due loro risposte date nei questionari: la fonte di apprendimento della competenza mediale e la presunta

pericolosità di internet. Ebbene è risultato che i ragazzi, che hanno dichiarato nella maggioranza dei casi di aver appreso dai genitori, insegnanti o fratelli ritengono, in maggioranza, non pericoloso navigare in internet.

La correlazione è negativa, segno che qualcosa non va nella fonte di apprendimento o nelle modalità di svolgimento. La fondatezza di questo dubbio è confermata da un'altra correlazione dove abbiamo messo a confronto la fonte di apprendimento dichiarata dai figli con la presunta pericolosità di internet dichiarata dai genitori. In questo caso la correlazione è risultata positiva per cui i genitori, pur essendo coscienti dei pericoli connessi alla navigazione in internet non sono in grado di trasmettere un messaggio efficace o competente. Quindi, è confermato che uno dei problemi connessi all'uso del PC da parte dei ragazzi è l'errata collocazione in casa.

Si è visto che i ragazzi hanno delle competenze informatiche per la maggior parte dei casi acquisite da fonti non competenti, che li mettono in grado di essere anche scaltri verso il controllo parentale in famiglia. Certamente una collocazione adeguata del computer, metterebbe i genitori in condizioni migliori per esercitare un certo controllo, un certo accompagnamento saggio nella navigazione

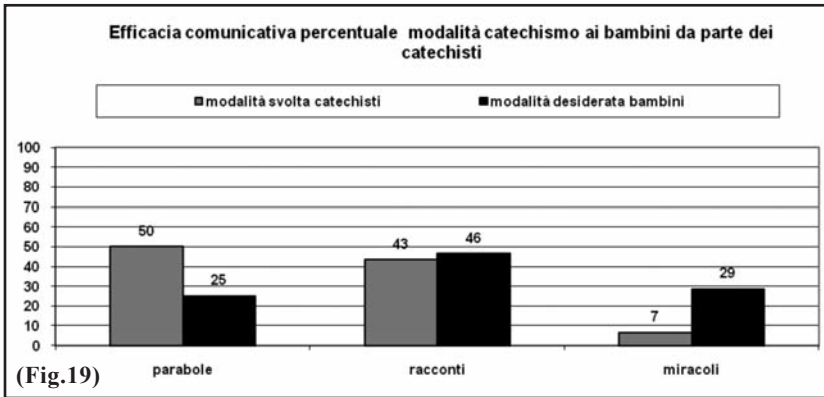
Infine è stata misurata anche la relazione esistente tra insegnanti e studenti circa l'uso della TV ed internet a livello di scuola elementare, media e superiore. In tutti i casi, anche se con attenuazione di intensità per le scuole superiori, sia gli insegnanti che gli studenti hanno fatto registrare una perfetta concordanza sulla pericolosità di internet. Quindi, sembra esserci una maggiore consapevolezza di questi problemi da parte degli insegnanti, in generale, rispetto ai genitori. Circa le attenuazioni di percezione del fenomeno pericolosità, vale la pena mettere in evidenza che nei ragazzi, man mano che crescono, la percezione rimane alta per internet mentre invece diminuisce quella relativa alla pericolosità della TV.

E' stato interessante indagare, all'interno della parrocchia San Giacomo, una serie di aspetti tra i quali ne riportiamo alcuni. Abbiamo riportato nella figura 19) l'efficacia comunicativa nel fare catechismo ai bambini, da parte degli operatori parrocchiali.

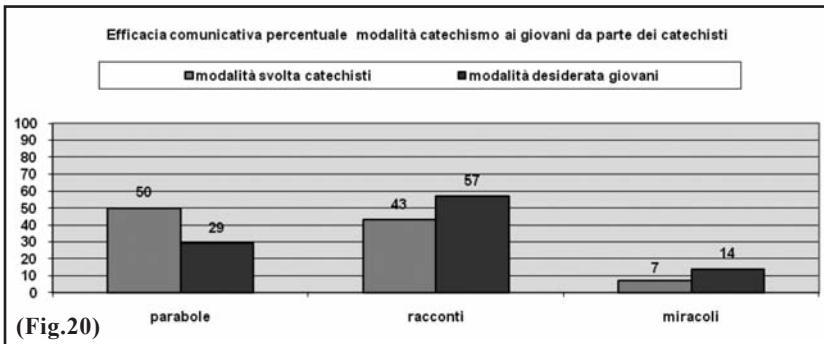
Abbiamo messo in correlazione le risposte dei bambini, che esprimono la modalità desiderata, e dei catechisti, che riportano le modalità svolte. Il risultato è stato una bassa correlazione, pari a 0,22, ed è apprezzabile visibilmente lo scarto esistente.

**Spesso il computer è nella camera dei ragazzi**

**Le competenze informatiche dei ragazzi**



Abbiamo fatto la stessa correlazione tra le due serie delle stesse relative, però, ai giovani (fig.20). Ebbene la correlazione scaturita risulta pari a 0,66 un po' più alta. Anche in questa caso c'è uno scarto tra la modalità desiderata dai giovani e quella offerta dai catechisti.



## Dinamiche mediali e rapporti intrafamiliari

È stato interessante, per la migliore comprensione dei fenomeni descritti, fare una correlazione tra capacità reddituale delle famiglie (in termini di persone che lavorano) e la tipologia di strumenti mediali posseduti. In particolare, abbiamo correlato le tipologie di genitori occupati (uno, due, nessuno) con gli strumenti mediali posseduti. Ebbene in corrispondenza di “nessuno” occupato il coefficiente è pari a 0,999, in corrispondenza di un solo occupato il coefficiente è 0.998, in corrispondenza di due occupati il coefficiente è pari a 0,756. In realtà i genitori senza reddito vanno intesi in maniera elastica nel senso che tra questi sono



compresi i disoccupati in senso stretto ma anche i cassintegrati e i lavoratori in nero; tuttavia in media il significato rimane immutato. L'anomalia della curva più "alta" dei senza reddito, rispetto ai monoreddito, può essere originata da più motivi: ad esempio la spinta dei figli per ottenere certi strumenti indispensabili per lo studio, per imitare i loro amici, per sentirsi al passo con le mode correnti, per un senso di consumismo. Infine, la curva molto "spezzata" dei "bireddito" sta a significare che la maggiore capacità di reddito non fa acquistare in maniera lineare tutti gli strumenti in quantità maggiore ma solo quelli che sono utili o di moda.

Un'annotazione particolare va fatta per le ore cumulate di utilizzazione giornaliera di internet, Tv e videogiochi da parte dei ragazzi delle scuole medie. Questo dato è importante perché, purtroppo, oltre certi limiti, si entra nella dipendenza. In Europa la media stimata di consumo cumulato dei vari media si aggira intorno a 4 ore e 15 minuti giornalieri. Nella presente indagine ben l'85% degli studenti delle scuole medie (61 ragazzi) va oltre il limite delle 4 ore e, di questi, il 15% ( pari a circa 9 persone) va oltre il limite delle 7 ore giornaliere: per questi ragazzi è aperta la porta verso la dipendenza.

Peraltro, la predetta percentuale supera la media europea del 2008 (10%) ed è in linea con il dato italiano del 2010 (14%).

Quindi i ragazzi del quartiere San Giacomo di Matera hanno, di fatto, anticipato nel 2008-2009, in termini di utilizzazione cumulata di TV, internet e videogiochi, il dato nazionale odierno. Questa situazione non fa stare tranquilli e consiglia di fare qualcosa.

**Oltre 4 ore  
al giorno  
dedicate  
a Tv, internet  
e videogiochi**

## **Conclusioni e proposte**

Il quadro complessivo che esce dall'indagine presenta aspetti di vario segno che devono essere esaminati per capire la consistenza dei fenomeni e quindi valutare i termini precisi di un eventuale intervento. Conoscendo l'importanza del ruolo svolto dai genitori e dagli altri educatori sulla formazione socio-educativa dei minori, i risultati di questa indagine sembrano confermare la mancanza di una piena consapevolezza, in particolare da parte dei genitori, a svolgere quella funzione necessaria per la riduzione dei rischi dai media dei minori. San Giacomo, peraltro, pur essendo una comunità non anziana (40% fino ai quarantenni), evidenzia un discreto digital divide generazionale che ha il suo peso sull'azione educativa.

Queste brevi considerazioni portano a concludere che urge un'azione di

**Il "digital  
divide"  
generazionale**

**Urgente  
l'iniziativa  
delle agenzie  
formative**

coinvolgimento, sul territorio cittadino, di tutte le agenzie educative e delle istituzioni competenti in materia. In questa occasione si propone di realizzare un percorso formativo articolato che coinvolga le scuole, la parrocchia e le famiglie che sono state oggetto dell'indagine. La motivazione a sviluppare azioni specifiche è data dal fatto che, con buona approssimazione, i risultati possono essere ritenuti validi per l'intera città per cui già oggi potrebbero esserci a Matera una cinquantina di ragazzi a rischio dipendenza.

Le ipotesi sono le seguenti:

- Formazione extracurricolare all'educazione ai media dei ragazzi della scuola elementare e della scuola media presso le rispettive scuole;
- Sensibilizzazione all'uso critico dei nuovi media dei ragazzi delle scuole superiori presso i rispettivi istituti;
- Formazione alla Media Literacy ai genitori dei ragazzi delle scuole elementari e medie presso le scuole superiori;
- Formazione sull'uso dei nuovi media ai docenti delle scuole elementari e medie presso le rispettive scuole;
- Sensibilizzazione alla Media Literacy di tutti i genitori e gli operatori parrocchiali presso la parrocchia San Giacomo.

Le presenti proposte possono essere emendate ed altre iniziative possono essere immaginate; tuttavia riteniamo che la situazione sia tale da fare necessariamente qualcosa.

L'Aiart nazionale, nel corso del 2009, ha raccolto oltre 60000 firme per una proposta di iniziativa popolare di introdurre in maniera curriculare nella scuola italiana la Media Education. La prima fase prevede la formazione di tutti gli insegnanti della scuola primaria e secondaria. La realizzazione di un programma formativo come sopra riportato va nella direzione dell'iniziativa nazionale dell'Aiart. Ma vorremmo spingerci un po' oltre, se ovviamente i dirigenti scolastici delle scuole elementari e medie fossero d'accordo: organizzarsi per fare sperimentazioni curriculari di Media Education. Forse è un sogno, però guai a non sognare di cambiare in meglio le prospettive future della società in cui vivranno i nostri figli.

---

## I LINGUAGGI DI COMUNICAZIONE NELLA DIDATTICA

di Maria Grazia Faragò

---

### **Comunicazione, educazione e identità**

La comunicazione è un prius indispensabile per la formazione dell'identità sia individuale che sociale. Da essa dipende in grande misura la qualità della vita nel suo adattamento all'ambiente, nelle relazioni sociali, nei processi di socializzazione e di individuazione dell'uomo. La comunicazione è il tramite.: *“il modo mediante il quale impariamo chi siamo..”*<sup>1</sup> Sul piano educativo, la qualità di una comunicazione o una comunicazione adeguata si lega maggiormente ai concetti di apprendimento e di mediazione pedagogica nel processo di insegnamento- apprendimento. La comunicazione è *“modello, strategia, tecnica, strumento ed è per la pedagogia un punto di riferimento basilare, un orizzonte di senso, un medium, che Marshah McLuhan aveva definito come medium freddo.”*<sup>2</sup> La comunicazione in classe assume un valore decisivo non relegabile esclusivamente all'apprendimento di nozioni tecnico-disciplinari. Da essa infatti dipende l'apprendimento nel senso più ampio del termine, come conoscenza del mondo, di sé e degli altri. Le connotazioni del concetto di comunicazione si legano a quelle di educazione intesa non più come istruzione e trasmissione, ma come formazione, continua e

permanente, confronto dialogico fra se stesso e l'altro da sé<sup>3</sup>, fra docente e studente in relazione alla complessità storico-sociale. Infatti nella sua azione l'insegnante dovrebbe stimolare l'iniziativa comunicativa di tutti gli allievi attraverso differenti forme del comunicare e agendo sul contesto per eliminare ostacoli di varia natura, quindi creando ricche e motivanti situazioni interattive in classe. All'interno di questi sfondi o contesti interattivi e integrativi, gli stessi allievi avrebbero la possibilità di sviluppare le loro potenzialità inattive e sorgenti, consolidando le capacità acquisite.

### **Dal modello trasmissivo al modello dialogico e interattivo della comunicazione**

Fra i primi modelli di comunicazione, particolarmente importante fu il modello di Shannon e Weaver(1949) sul modello della trasmissione dei segnali elettrici che si impose soprattutto negli anni '30 e '40. A loro si deve un modello elementare della trasmissione di un'informazione fra due apparecchi, dove una fonte F di informazioni invia ad un destinatario D un messaggio M, che viene trasformato da un trasmettitore T in un segnale S attraverso un canale C. Infine i segnali S giungono ad un ricevitore, che li ritrasforma in messaggio e quindi raggiungono il destinatario finale D.<sup>4</sup> La teoria dell'informazione di Shannon e Weaver dava per scontato la condivisione di un codice comune tra ricevente e destinatario e si preoccupava dell'efficienza tecnica dei canali che trasportano l'informazione. Ora questo modello confluisce insieme agli influssi del comportamentismo in psicologia all'interno di un paradigma dominante della comunicazione, ovvero il modello trasmissivo, applicato anche in campo pedagogico. Il modello trasmissivo vede il predominio del comportamentismo; nella logica dello stimolo e risposta, il ricevente viene considerato come una macchina di decodifica e l'emittente come puro trasmettitore. Non ci si poneva, *come già detto*, il problema della decodifica del messaggio: semmai gli unici problemi potevano sorgere a causa di rumori o interferenze nel canale di trasmissione. Inoltre non ci si poneva il problema dell'intenzione e intenzionalità della comunicazione da parte degli interlocutori.<sup>5</sup> Dal modello trasmissivo si passò al modello circolare, nel quale gli interlocutori sono contemporaneamente sia emittenti che riceventi durante lo scambio. Ci si pone il problema della decodifica e si parla di *feedback*. La comunicazione diviene quindi interazione e costruzione comune di significati: *"il contenuto non è più un semplice elemento di sfondo ma viene ad essere prodotto, costruito dagli interlocutori stessi durante lo scambio"*.<sup>6</sup>

**Dal modello  
trasmissivo  
al modello  
circolare**

## Il modello pragmatico della comunicazione

In un altro modello, quello della pragmatica della comunicazione (Bateson, Watzlawich, Blavin e Jackson, 1960) ci si interessa delle relazioni dei segni con gli “interpretanti” e con gli effetti sul comportamento prodotti dalla stessa interpretazione. Alla base di questo modello, vi sono alcuni assiomi, cioè assunti o affermazioni indimostrabili; il primo assioma postula che *non si può non comunicare*, il secondo che *“ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione, di modo che il secondo classifica il primo ed è quindi metacomunicazione”*<sup>7</sup>.

Ciò costituisce un punto di vista rilevante - *rispetto agli scopi del presente lavoro*- per metter in luce i rapporti di potere, le relazioni esistenti fra i partecipanti nell’interazione scolastica stessa.

Il terzo assioma della pragmatica afferma che : *“la natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti”*<sup>8</sup>. Quindi gli scambi comunicativi sono strutturati proprio come se seguissero una sorta di punteggiatura, nel senso che essi sono suddivisibili in sequenze precise rispetto a colui che parla e a colui che ascolta, ma soprattutto è possibile individuare relazioni di causa ed effetto nei comportamenti stessi.

Il quarto assioma afferma che *“gli esseri umani comunicano sia con il modulo numerico sia con quello analogico”*<sup>9</sup>. Il linguaggio numerico ha a che fare con l’arbitrarietà e convenzionalità dei segni, della parola, mentre quello analogico ha a che fare con la comunicazione non verbale (gesti, espressioni facciali, ritmo e tono della voce, ecc.) anch’essi molto utili per comprendere il tipo di relazione che intercorre fra i partecipanti. Come vedremo meglio, il *saper comunicare* comprende entrambe le modalità numeriche e analogiche e la capacità di saper passare o saper tradurre dall’una all’altra modalità. Inoltre a causa della complessità legata alla competenza comunicativa e cognitiva e alle relazioni dei soggetti sociali coinvolti, la stessa traduzione/ interpretazione è spesso soggetta a interpretazioni erronee, ad ambiguità e fraintendimenti di varia natura- *come vedremo*. Infine, il quinto assioma considera lo scambio comunicativo come rapporto, relazione di potere nel senso che: *“tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza”*<sup>10</sup>. Il termine simmetrico vuol dire che vi è un’uguaglianza delle posizioni di potere degli attori sociali nel rapporto comunicativo - *rispecchiamento* ; invece in un’interazione complementare, vi è *“disparità”* “nelle posizioni degli attori: l’uno si trova in posizione superiore o predominante – *one-up* – mentre l’altro nella posizione inferiore e corrispondente – *one-down*.

**Non si può  
non comunicare**

**Aspetti  
di contenuto  
e aspetti  
di relazione**

Gli autori parlano in quest'ultimo caso di “*complementarietà*” delle posizioni. Tuttavia sia la simmetria che la complementarietà nelle relazioni comunicative non sono di per sé, né buone, né cattive, né auspicabili o rifiutabili a priori, ma svolgono delle funzioni sociali regolative in determinati contesti sociali: esse in verità non si presentano quasi mai come *forme pure* nella realtà, semmai come “*forme miste*”.

## **L'importanza della comunicazione nei processi di insegnamento-apprendimento**

La comunicazione fra docente e alunno avviene prevalentemente attraverso il linguaggio sia verbale che non verbale- come vedremo- ed essa avviene in un preciso contesto scolastico, all'interno di un gruppo specifico, con uno sfondo istituzionale specifico o meglio in un *setting* specifico. Alcuni autori<sup>11</sup> parlano di “*sfondo integratore*” ed esso include sia i soggetti interagenti che l'organizzazione degli spazi, dei tempi e soprattutto include oggetti mediatori e regole di comunicazione, contesto intra ed extrascolastico. La didattica è un tutt'uno con le regole della comunicazione, in quanto essa è adattamento, mediazione e trasformazione dei saperi, delle discipline, dell'esperienza stessa<sup>12</sup>. L'onestà intellettuale del docente si può racchiudere nella frase di Jerome Bruner: “.. *si può insegnare in forma onesta qualsiasi argomento a chiunque, in qualsiasi età*”<sup>13</sup>. Ciò significa che l'azione didattica educativa si basa non sulla mera trasmissione di conoscenze - *seguendo la scia del modello lineare della comunicazione*- ma sulla mediazione dei saperi in *forme oneste* della conoscenza. Lo sviluppo della competenza comunicativa riguarda tutti gli individui sin dai primi anni di età, in quanto membri di una comunità linguistica e sociale sviluppano le capacità di comprendere e produrre messaggi comunicativi. La competenza comunicativa è un concetto elaborato originariamente in ambito sociolinguistico e viene definita come : “*l'insieme dei presupposizioni reciproche, delle conoscenze e delle regole che rendono possibile uno scambio comunicativo*”<sup>14</sup>.

Pertanto la competenza comunicativa presenta delle componenti sia specificamente linguistiche e grammaticali, che extralinguistiche, concernenti i diversi contesti e le differenti situazioni socioculturali considerate. Nel contesto scolastico la competenza comunicativa acquista qualcosa in più rispetto all'ambito familiare e cioè la sua dimensione sociale<sup>15</sup>. E' la relazione con norme e ruoli sociali, l'interiorizzazione attraverso l'adulto, l'insegnante delle regole del gioco sociale in rapporto ai ruoli, agli scopi del sistema sociale stesso<sup>16</sup>. E qui ritorna il ruolo

**L'azione  
didattica  
educativa  
basata sulla  
mediazione  
dei saperi**

centrale dell'insegnante come modello di riferimento che funge da modello di riferimento e guida nell'orientare e interpretare la realtà storico-sociale attraverso i contenuti disciplinari, e viceversa.

Lo studioso Jerome Bruner<sup>17</sup> utilizza il termine *scaffolding* cioè azione di sostegno, guida pratica da parte dell'adulto nei confronti del bambino, nell'esplicitare e riformulare linguisticamente e in maniera contestuale, le informazioni richieste, via via in maniera sempre meno frequente.

Il tipo di orientamento dei docenti rivolto verso l'istruzione o incentrato sui bisogni dell'allievo, influisce sulle modalità di comunicazione che può risultare più o meno direttiva o autoritaria.

Negli Anni '70 vi è stato un vivace dibattito sulla comunicazione con gli allievi dal punto di vista sociologico, psicologico e pedagogico.

Un cenno merita la teoria neomarxista di Bernstein, centrata sull'analisi critica delle connessioni strutturali fra classi sociali, rapporti di potere e usi del linguaggio o codici linguistici utilizzati. Bernstein nel suo lavoro distingue un codice ristretto associato alla classe lavoratrice, da un codice elaborato associato invece alla classe media. Il primo codice si riferisce ai significati particolaristici, cioè ad espressioni fortemente contestualizzate, che presuppongono forte omogeneità nelle aspettative da parte dei parlanti, mentre nel secondo caso l'uso della lingua si basa su significati universali, indipendenti dal contesto, tali da richiedere l'esplicitazione e la negoziazione di reciproche aspettative e regole di interpretazione<sup>18</sup>.

Un altro studioso, Flanders, suddivide i comportamenti comunicativi dell'insegnante fra : comportamenti che hanno un'influenza diretta sull'allievo e quelli che hanno un'influenza indiretta sullo stesso, insieme a momenti di silenzio e confusione. *“Nell'influenza indiretta abbiamo espressioni come il lodare, il fare domande, l'accettare le idee degli allievi, mentre per l'influenza indiretta abbiamo tutti i comportamenti che caratterizzano il mestiere dell'insegnante: fare lezione, dare direttive, dare spiegazioni, criticare, giustificare l'autorità...ecc. Quest'ultimo aspetto riferito all'autorità e al criticare il comportamento dell'allievo dipende da una valutazione negativa pregiudiziale a monte da parte dell'insegnante”*<sup>19</sup>.

**Comunicare  
con modalità  
direttiva  
o autorità**

### **L'importanza della comunicazione non verbale e delle strategie di feedback nell'insegnamento**

Il ruolo della comunicazione non verbale nel processo di insegnamento-apprendimento è naturalmente in relazione con le conoscenze, le caratteristiche, la sensibilità, le capacità empatiche, le competenze metodologiche, le competenze comunicative, nonché la capacità introspettiva, di

analisi e autoanalisi del docente in rapporto a se stesso e agli allievi. Non è questa la sede e né è mia intenzione il voler proporre un modello di insegnante perfetto, chiaramente. Più semplicemente volevamo ribadire l'importanza in linea di principio delle suddette caratteristiche e competenze che un insegnante dovrebbe possedere.

Inoltre i processi sottesi alla comunicazione non verbale non sempre sono intenzionali e controllabili da parte degli individui.

In una prima definizione di comunicazione non verbale si intendono *“tutte le risposte umane che non possono essere descritte con parole espresse manifestatamente( oralmente o per iscritto)”*<sup>20</sup>.

Pertanto nella comunicazione non verbale facciamo uso degli altri canali sensoriali quali : acustico, visivo, tattile, olfattivo – gustativo, attraverso i quali inviamo una serie di segnali che *integrano, ampliano e possono sostituire* il contenuto della comunicazione verbale.

Fra i comportamenti non verbali possiamo indicare *il contatto diretto, l'aspetto fisico, i movimenti mimici, la direzione dello sguardo, il tono della voce, il ritmo del discorso, i movimenti del corpo, i movimenti oculari, la prossemica, il paralinguaggio*. Inoltre rientrano nella comunicazione non verbale anche i fattori ambientali e gli artefatti. Infatti come è stato sottolineato da alcuni autori<sup>21</sup>, anche l'organizzazione dello spazio, dell'aula e l'utilizzo di oggetti mediatori svolgono un ruolo imprescindibile nei processi che vanno dalla comunicazione all'apprendimento e all'inclusione sociale. Riguardo al rapporto fra comunicazione verbale e non verbale, si può dire che *“un'espressione può includere o meno un comportamento verbale, mentre una componente verbale è sempre presente.”*<sup>22</sup> Inoltre vi è un superamento della dicotomia tra comunicazione verbale e non verbale, poiché entrambe sono considerate aspetti differenti ma complementari e soprattutto interagenti all'interno di un processo comunicativo. In più la rilevanza da attribuire ad elementi dell'una o dell'altra dipende dallo specifico contesto, situazione socio-culturale di riferimento. E pertanto non è una questione decidibile a priori. La comunicazione non verbale svolge importanti funzioni nei confronti della comunicazione verbale e queste sono: 1) la ripetizione di ciò che viene detto verbalmente; 2) la contraddizione di quanto detto- inoltre i segnali non verbali sono più difficili da dissimulare di quelli verbali, in quanto presentano una componente spontanea, non intenzionale.; 3) sostituzione del messaggio verbale; 4) complementazione, cioè funzione di completamento o di modificazione dei messaggi verbali; 5) accentuazione del messaggio verbale; 6) regolazione e relazione degli scambi comunicativi(ad es. feedback).

In generale i segnali non verbali costituiscono un vero e proprio sistema

**La  
comunicazione  
non verbale**

**Le funzioni  
della  
comunicazione  
non verbale**



complesso ed elaborato di comunicazione, che dipende dal contesto e dai fattori socio-culturali, con precise funzioni e con una propria autonomia. Riguardo all'origine delle cause della comunicazione non verbale si sono contrapposte due teorie principali: l'una *innatista* e l'altra *ambientalista*. La prima, innatista dà priorità ai fattori innati, genetici; la seconda invece all'ambiente e all'apprendimento. In realtà entrambi i fattori sono riscontrabili nei processi comunicativi; perciò le due spiegazioni non devono necessariamente escludersi a vicenda.

La produzione e l'interpretazione di gesti, comportamenti non verbali rimanda ad un codice culturale condiviso fra gli attori, nel loro continuo adattamento all'ambiente e alla vita sociale. La socializzazione primaria operata *in primis* dalla famiglia e quella secondaria dalla scuola, lavoro, ecc. influiscono sin dai primi anni di vita sull'individuo, sulla rappresentazione e concettualizzazione di se stesso, dell'altro e del mondo. Sociologi quali Talcott Parsons e Gorge Herbert Mead hanno sottolineato questo aspetto nel processo educativo, come processo di apprendimento di ruoli, aspettative, regole sociali e formazione dell'identità: tutto attraverso la centralità del linguaggio, della comunicazione. E la costruzione del sé – *self* – per l'individuo avviene nell'interazione sociale con gli altri- *l'alter*. E' quindi mediata linguisticamente.

Infatti, per entrambi gli autori, il soggetto perviene a se stesso riflessivamente – *come mirror image* – dopo aver esperito nell'interazione la realtà dell'altro e la capacità di assumere il ruolo dell'altro in un gioco di reciproche aspettative. In particolare Mead nel testo "*Mente, sé e società*"<sup>23</sup> mostra il processo che porta alla formazione della mente e del sé che emergono dal meccanismo della comunicazione, a partire dal gesto vocale. La conversazione dei gesti fa sì che qualsiasi individuo biologico sviluppi una mente e un sé - *ad esempio*, "*in una zuffa fra cani ciascun cane determina il proprio comportamento sulla base di ciò che l'altro cane comincia a fare; lo stesso avviene per il pugile, per lo schermatore e per il pulcino che corre al richiamo della chioccia.*"<sup>24</sup> Nel pensiero dell'autore, il gesto è un simbolo che "*indica, rappresenta e provoca un'azione appropriata alle fasi successive all'atto di cui essi costituiscono i primi frammenti e agli oggetti impliciti in tali atti.*"<sup>25</sup> I gesti sono simboli che possiedono un determinato significato in un preciso contesto socio-culturale. Tuttavia nell'individuo la mente vera e propria e il sé si formano proprio nel momento in cui i propri gesti assumono un significato che egli è in grado di interpretare e di evocare in se stesso quella risposta che il suo gesto evoca negli altri. Inoltre l'individuo è capace di utilizzare la risposta dell'altro per controllare la propria condotta. Ciò significa per l'attore sociale assumere il ruolo

**I gesti:  
simboli che  
hanno un  
determinato  
significato**

dell'altro, attraverso l'interiorizzazione dei ruoli sociali, delle regole del gioco sociale, in riferimento all'*Altro generalizzato*. Perciò la mente è un'emergenza sociale, perché emerge dal processo sociale di comunicazione con l'altro. Essa è costituita dalla presenza di simboli che hanno significato e che sono predittivi di ulteriori gesti, atti significativi in relazione all'altro. Appare evidente l'importanza del pensiero di Mead per la nostra analisi sulla comunicazione soprattutto non verbale e sulla formazione della mente e del pensiero riflessivo. Inoltre lo stesso Mead nell'ambito della sua teoria etica, afferma che l'educazione debba fornire la tecnica attraverso cui i sé morali, cioè intelligenti e socializzati, vengono sviluppati e a tale scopo la scuola deve fornire significati comuni e comuni strumenti linguistici.

### **Consapevolezza, intenzionalità e problemi di codifica e decodifica dei segnali non verbali**

Alcuni segnali della comunicazione non verbale vengono emessi spontaneamente sia dagli uomini che dagli animali come “*strumenti di segnalazione sociale e si sono sviluppati in funzione dell'adattamento all'ambiente e alla vita sociale.*”<sup>26</sup> Ciò vuol dire che ci sono dei segnali che vengono emessi consapevolmente con l'intenzione di comunicare qualcosa a qualcuno e diretti verso uno scopo specifico, e altri segnali che invece sono la risposta spontanea ad uno stimolo o senza uno scopo specifico. Nonostante i tentativi di definire l'intenzionalità o meno dei comportamenti non verbali, pare invece sia difficile la loro distinzione all'interno di uno scambio comunicativo, poiché essi non si presentano mai isolatamente. Un'altra questione della comunicazione non verbale riguarda i problemi di codifica/ decodifica dei messaggi non verbali e il loro fraintendimento. Le diverse possibilità di interpretazione vengono così classificate: 1. il caso auspicabile, è quello in cui i due interlocutori attribuiscono lo stesso significato al segnale non verbale; 2. “*il ricevente B interpreta in modo sbagliato il comportamento dell'emittente A e questo può dipendere dal fatto che A è stato un emittente inefficace o dal fatto che B è stato un ricevente inefficace o per tutt'e due i motivi*; 3. *un emittente invia un messaggio ingannevole che l'altro non è capace di cogliere*; 4. *un emittente non ha intenzione di comunicare e il ricevente interpreta in modo scorretto il suo comportamento, cioè attribuisce a un segnale un significato largamente diffuso.. Per esempio, il distogliere lo sguardo significa mentire.*”<sup>27</sup> Inoltre la capacità di codifica e decodifica dei segnali non verbali dipendono da diversi fattori: 1) le caratteristiche in-

**Segnali di comunicazione: spontanei e consapevoli**

dividuali degli interlocutori o la personalità, gli atteggiamenti, gli stati emotivi; 2) i significati culturali specifici, che vengono attribuiti ai segnali non verbali da una determinata comunità. Pertanto non è trascurabile il ruolo e la capacità di codifica e decodifica dei comportamenti non verbali degli allievi da parte del docente. Cioè lo stesso docente dovrebbe saper codificare e decodificare gli elementi della comunicazione non verbale, in modo corretto ed efficace rispetto agli scopi educativi, in relazione ai bisogni degli allievi e alle diverse situazioni. Un insegnante attento potrebbe affinare la sua capacità di osservazione e di analisi critica, portando i ragazzi verso lo sviluppo e il consolidamento non solo dei contenuti specifici, ma anche e soprattutto delle abilità sociali, necessarie per vivere e realizzarsi nella nostra società.

**La capacità di codifica e decodifica dei segnali**

## **Il feedback nel processo comunicativo**

Durante le conversazioni, il messaggio verbale è quasi sempre accompagnato e in varia misura influenzato, da un insieme a elementi non verbali. Questi possono essere di tipo non vocale (gesti, movimenti del corpo, postura, espressioni del volto, sguardo) e vocali (intonazione, qualità della voce, vocalizzazioni, pause), *come abbiamo già detto*. Inoltre i segnali non verbali svolgono un'importante funzione di regolazione dell'interazione. Come è stato infatti messo in luce: *“si può infatti segnalare con lo sguardo, con un cenno del capo o con un gesto, quando si è finito un discorso e si vuole cedere la parola; un tono di voce discendente di solito indica la fine di una frase, mentre alzare la voce può essere un modo per segnalare che si vuole ancora tenere la parola o per interrompere l'interlocutore e iniziare a parlare - l'uso di brevi pause può servire a dare enfasi al discorso, una pausa lunga implicitamente segnala un passaggio di turno tra gli interlocutori.”*<sup>28</sup>

**Elementi non verbali che regolano l'interazione**

Inoltre i diversi segnali esercitano anche un'importante funzione di controllo, forniscono cioè un *feedback* di informazioni per entrambi gli interlocutori su quanto viene comunicato, influenzando i loro comportamenti. “Secondo Kendon (1970), i segnali di informazione retroattiva si possono classificare in base a tre modalità principali:

- a) quelli che rivelano un *comportamento d'ascolto*, che segnalano cioè <sup>s</sup> attenzione e comprensione del messaggio dell'emittente;
- b) quelli di *feedback*, relativi soprattutto al grado di accordo o disaccordo su quanto viene comunicato;
- e) i segnali di *imitazione*, prodotti dall'ascoltatore rispetto al comportamento di chi parla.”<sup>29</sup>

Altri autori parlano di funzioni di reazione, segnali di reazione o feedback che si distinguono in : segnali di attenzione, segnali di comprensione, segnali di valutazione, cioè che esprimono giudizi in accordo o disaccordo con quanto viene detto.

## Un'analisi sul lessico facciale dell'insegnante

**Lo sguardo,  
i gesti,  
l'intonazione  
della voce,  
le espressioni  
del viso**

L'insegnante non insegna solo con le parole, ma con tutto il corpo: si muove all'interno dell'aula, si avvicina ai ragazzi, a volte li tocca per rassicurarli. Ma anche quando è in cattedra da informazioni, fa domande, richiede azioni non solo con le parole, ma usando molto l'intonazione, i gesti, lo sguardo e le espressioni del viso. Ed è qui interessante leggere le considerazioni di alcuni studiosi su delle espressioni particolari del viso dell'insegnante. Per esempio, in un interessante lavoro<sup>30</sup> alcuni studiosi propongono un modello di analisi del lessico facciale dell'insegnante in classe, in particolare dei segnali di *innalzamento e aggrottamento* delle sopracciglia da parte dell'insegnante.

Gli autori inizialmente si rifanno a un lavoro di Eibl-Eibesfeldt, secondo cui l'innalzamento delle sopracciglia è in origine un semplice epifenomeno dell'apertura degli occhi che accompagna il porsi in attenzione: "si alzano le sopracciglia per segnalare la sorpresa; e se dalla sorpresa piacevole scaturisce la disponibilità al contatto, da quella spiacevole ha origine la disapprovazione o la minaccia."<sup>31</sup> Quindi per l'autore tutti i diversi significati dell'innalzamento di sopracciglia possono essere ricondotti all'attenzione, messa in atto in situazioni di sorpresa. L'idea di fondo da cui partono gli autori è "*che un segnale venga prodotto, alla sua prima decorrenza, con un determinato significato, chiamiamolo un significato primo. Tutte le volte che il segnale viene usato di nuovo in contesti diversi, il suo significato si arricchisce. I contesti però non sono sempre completamente nuovi, si possono distinguere diverse classi di contesti.*"<sup>32</sup> Sulla base di questa ipotesi, Poggi e Pelachaud individuano 4 diversi significati dell'innalzamento di sopracciglia:

1. sorpresa, che si attiva tutte le volte che siamo di fronte a una situazione imprevista; 2. perplessità o dubbio, che si esprime quando, nel fornire come interlocutori un back-channel al parlante, mostriamo perplessi o increduli verso ciò che dice;

3. significato avversativo, quando l'innalzamento delle sopracciglia accompagna parole come "ma", "però", "tuttavia", perché il parlante avverte che non si devono trarre le inferenze più prevedibili da quanto appena detto, ma semmai le conclusioni opposte;

4.enfasi, quando in una frase o in un discorso argomentativo si mette l'accento sulla parola o la parte di frase che si considera più importante.”<sup>33</sup> L'elemento semantico comune che essi individuano in questi 4 significati è un componente di violazione di aspettative.

E un'analoga spiegazione può essere valida anche per un altro simmetrico segnale: l'aggrottamento delle sopracciglia. Come affermano: “*In quali casi aggrottiamo le sopracciglia? quando facciamo una domanda o non capiamo una cosa, ma anche quando siamo preoccupati, o guardiamo qualcosa con attenzione, o cerchiamo di ricordarci qualcosa; e ancora, quando vogliamo essere severi o assertivi. Infine, aggrottiamo le sopracciglia quando un altro ci dice qualcosa che non abbiamo capito bene, e spesso il comunicare che non capiamo serve a comunicare indirettamente che invece, sì, abbiamo capito benissimo, ma non siamo d'accordo. Eppure, in questa varietà di usi è possibile individuare un elemento semantico comune: aggrottiamo le sopracciglia quando siamo concentrati. In altri termini, le sopracciglia si innalzano per migliorare la visione in senso quantitativo, si aggrottano per migliorarla in senso qualitativo; cioè quando concentriamo la nostra attenzione e la nostra acuità visiva su qualcosa per vederla meglio.*”<sup>34</sup>

**Un significato avversativo, o di sorpresa o di enfasi**

Dai risultati della ricerca -Valeria Remondini in collaborazione con Poggi- è emerso come “*nella maggior parte degli innalzamenti l'insegnante chiede attenzione enfatizzando una parte della frase; in certi casi ha lo scopo di evidenziare che quella è la parte nuova in ciò che l'insegnante sta dicendo, in altri al contrario enfatizza una conoscenza per farla recuperare dalla memoria di lezioni passate.*” Per quanto riguarda invece i casi di aggrottamento: “l'uso più frequente è quello concomitante a una domanda, in cui l'insegnante mostra concentrazione per metacomunicare che sta facendo una domanda, e proprio perché si concentra nella ricerca, o nell'attesa, della risposta. Il secondo caso relativamente più frequente è l'aggrottare per concentrarsi quando si cerca di ricordare qualcosa. Altri due usi semanticamente vicini sono gli aggrottamenti di sopracciglia che caratterizzano ciò che chiamiamo ‘uno sguardo serio’.”<sup>35</sup> Lo ‘sguardo serio’ dell’ insegnante significa vietare a un bambino di parlare o enfatizzare la serietà delle sue parole in quel momento. Quindi da quanto emerge dalla ricerca condotta su insegnanti elementari, l’innalzamento delle sopracciglia è collegato alla richiesta di attenzione e può avere un significato avversativo, uno di sorpresa, uno di enfasi; l’aggrottamento delle sopracciglia è invece collegato ad un’espressione di concentrazione che mostra severità o assertività, ma anche preoccupazione, o bisogno e ricerca di conoscenze. Concludendo da questo esempio, possiamo notare come gli aspetti non

verbali della comunicazione dell'insegnante risultino spesso indispensabili per integrare la comunicazione verbale o addirittura risultino più efficaci e immediate della stessa rispetto agli scopi voluti.

## La comunicazione in classe fra il gruppo dei pari o fra gli allievi

### Il contesto di riferimento degli allievi

La complementarità delle relazioni fra insegnante e allievi ci porta a considerare in maniera più approfondita le interazioni all'interno del gruppo dei pari, degli alunni stessi, oltre che con i docenti. Le relazioni fra studenti infatti si compongono di una fitta rete di scambi, su più piani soprattutto emotivi, amicali, sia dentro che fuori dell'aula. Questi aspetti della vita scolastica sono stati studiati attraverso il modello dell'analisi micro-sociolinguistica introdotto da Gumperz<sup>36</sup> e utilizzato da Corsaro<sup>37</sup>. Un nucleo centrale nel pensiero di Corsaro è quello di *contesto di riferimento degli allievi*. Questi ultimi infatti costruiscono e ricostruiscono in aula un proprio contesto di riferimento, come se fosse un vero e proprio sistema culturale condiviso, che consta di elementi cognitivi, linguistici, extralinguistici e aspettative che gli stessi bambini si fanno della vita scolastica.<sup>38</sup>

Infatti Corsaro parla di *cultura dei pari*, intendendo : *“un insieme stabile di attività ripetute nel tempo, comprendente anche gli interessi e le norme che i bambini condividono nella loro vita a scuola. Non si tratta di una semplice imitazione del mondo adulto, poiché i bambini usano in modo creativo le informazioni che traggono dalle interazioni con gli adulti, trasformandole e arricchendole di particolari, proprio nel momento in cui le fanno diventare parte della loro cultura di coetanei. Quindi i bambini, riproducendo dal loro punto di vista le esperienze e le conoscenze di natura sociale con cui quotidianamente entrano in contatto, danno vita a routine articolate e ricorrenti, sulle quali si fonda la loro vita sociale.”*<sup>39</sup>

Da quanto emerge dalla frase di cui sopra, un altro concetto centrale nel pensiero dell'autore e collegato al primo è il termine *“routine”*.

Generalmente il termine *routine* indica un insieme di azioni conosciute che si susseguono sempre allo stesso modo e possono essere ripetute più volte di seguito, senza dover ogni volta compiere lo sforzo di ridefinire da capo la situazione. Come meglio viene specificato: *“Nelle relazioni adulto - bambino, nei gruppi di pari, nelle situazioni regolate in maniera normativa (ad esempio in classe) l'avvio di una routine implica sempre la presenza di un partner con cui interagire e il procedere dell'interazione è permesso all'interno delle regole che riguardano l'oggetto della routine. Nei diversi contesti istituzionali, le routine consentono agli interlocutori la condivisione*

*del significato attribuito ad azioni abituali (ad esempio le interrogazioni) e offrono la possibilità di trasformare una novità, elemento potenzialmente pericoloso, in qualcosa di conosciuto, e controllato, appunto perché inserito in una routine. Le routine che si stabiliscono fra coetanei possono essere definite culturali; infatti, pur sotto forma di attività collettiva o di gioco, sono importanti per la comprensione del sistema socioculturale a cui i bambini appartengono e costituiscono un patrimonio di conoscenze condiviso da tutti i partecipanti (cultura dei pari). Nel gruppo dei coetanei, le routine sono conosciute da tutti, sono prevedibili e ricorrenti nelle diverse occasioni della vita quotidiana e quindi costituiscono una larga parte dell'attività che i bambini svolgono insieme.*"<sup>40</sup>

**La routine e l'interazione tra alunni e insegnante**

Pertanto le diverse forme di interazione tra insegnante e alunni possono essere interpretate anche come routine abituali come l'insieme di situazioni di insegnamento-apprendimento prodotte dall'interazione che includono: contenuti specifici, discorsi, procedure, norme e regole, aspettative di ruolo e quindi che orientano l'interazione fra le parti in gioco. Certamente non è più auspicabile una routine rigida, con ruolo autoritario e direttivo del docente, che tra l'altro non gioverebbe neppure alla sua stessa salute psicofisica!

### **Il linguaggio del rifiuto e dell'accettazione: conseguenze e possibili strategie di recupero/ aiuto degli studenti in difficoltà**

Alcuni studiosi<sup>41</sup> parlano di dodici tipi di messaggio che vengono utilizzati dalla maggior parte dei docenti e che possono avere anche delle conseguenze negative, distruttive sugli alunni. Questi messaggi non fanno altro che rallentare, inibire o bloccare totalmente la comunicazione tra docente e alunni. I tipi di risposte degli insegnanti sono stati raggruppati nelle categorie seguenti: 1) ordinare, comandare, esigere; 2) avvisare, minacciare; 3) fare la predica, rimproverare; 4) consigliare, dare soluzioni, suggerimenti; 5) redarguire, ammonire, fare argomentazioni logiche, come si riscontra per esempio nella frase: «guardiamo in faccia la realtà. Dovresti renderti conto che sono rimasti soltanto trentasei giorni di scuola per poter completare il programma che ti è stato assegnato»<sup>42</sup>.

**Gli effetti sugli alunni dei messaggi dei docenti**

Le seguenti categorie sono ancora più critiche perché comunicano giudizio, valutazioni negative o denigrazione, sottolineando l'inadeguatezza dello studente:

6) giudicare, criticare, disapprovare, esempio « o sei pigro o sei un perditempo »;

7) definire, stereotipare, etichettare, es. « *ti stai comportando come un deficiente!..»* o « *sei un ragazzo aggressivo»*ecc.; 8) interpretare, analizzare, diagnosticare, es.« *stai proprio cercando di non fare ciò che ti è stato richiesto»*; 9) contestare, indagare, mettere in dubbio, sottoporre a interrogatorio, es.: «*credi che il compito che ti è stato assegnato sia troppo difficile ?* », « *quanto tempo gli hai dedicato?»*”<sup>43</sup>; 10) eludere, distrarre, fare del sarcasmo, fare dello spirito, cambiare argomento, es. «*su andiamo parliamo di qualcosa di più piacevole»*, «*adesso non è il momento»*, «*sembra che qualcuno si sia alzato con il piede sbagliato stamattina»*”<sup>44</sup>.

**Messaggi  
fortemente  
positivi**

Accanto a questi tipi di messaggio, gli autori ne ravvisano altri due - *fortunatamente positivi!* - che sono: 11) apprezzare, convenire, dare delle valutazioni positive, es. : « *sei davvero un ragazzo capace. Sono sicuro che in un modo o nell’altro riuscirai a finire il compito che ti è stato assegnato»*”<sup>45</sup>; 12) rassicurare, mostrare comprensione, consolare, sostenere, es. : « *non sei l’unico che ha provato queste cose. Mi sono sentito allo stesso modo quando ho dovuto affrontare le stesse prove...»*”<sup>46</sup>.

La continua ripetizione dei tipi di messaggi negativi, conflittuali, cinici e poco costruttivi di cui sopra, incide sull’immagine che gli alunni hanno di se stessi, sulla propria autostima, sul proprio senso di autoefficacia, oltre che sulla motivazione all’apprendimento dei contenuti scolastici. Come si legge: “*I vostri messaggi di oggi diventeranno domani il concetto che lo studente avrà di sé. Questo è il motivo per cui il dialogo può essere sia costruttivo che distruttivo nei confronti della stima che uno studente ha di sé e nei confronti del rapporto che avete con lui.*”<sup>47</sup> Al contrario l’utilizzo da parte del docente di un linguaggio dell’accettazione può facilitare lo sviluppo delle potenzialità sorgenti degli allievi, rafforzarne l’autostima e l’immagine di se stessi, migliorare le prestazioni degli allievi e incentivarne la motivazione al compito e alla riuscita. Tutti noi abbiamo un bisogno di approvazione sociale, da parte degli altri con i quali entriamo in relazione che nella gerarchia proposta da Abraham Maslow<sup>48</sup> sta in cima alle priorità di qualsiasi essere umano, insieme al bisogno di autorealizzazione<sup>49</sup>, che costituisce la vetta più alta, cioè: “*l’essere tutto ciò che si è in grado di essere*”<sup>50</sup>.

**Le tecniche  
costruttive  
per aiutare  
gli alunni**

Infine gli autori qui considerati propongono alcune tecniche costruttive per aiutare gli studenti che hanno dei problemi, che riassumiamo in: a) l’ascolto passivo o il silenzio, che è “*un efficace messaggio non verbale che può portare gli studenti a sentirsi veramente accettati incoraggiandoli a confidarsi maggiormente*”<sup>51</sup>; b) cenni di attenzione, che vengono usati durante le pause del discorso e possono essere sia verbali che non verbali, quali: l’annuire, il sorridere, l’avvicinarsi, l’aggrottare le



sopracciglia, cenni verbali: per esempio: «*Capisco*». Questi segnali l'attenzione e l'interesse dell'insegnante, che sta ascoltando l'alunno; c) espressioni facilitanti, cioè espressioni di incoraggiamento. Ma la principale e più efficace strategia per risolvere il disagio in classe è invece l'ascolto attivo, che è più interattivo e che dà prova allo studente dell'avvenuta comprensione e l'accettazione del discorso e del problema manifestato. Come leggiamo: "l'ascolto attivo o feedback fa sentire agli studenti che le loro idee e sentimenti sono rispettati, capiti, compresi e accettati. Favorisce la comunicazione. Neutralizza le emozioni e provoca una liberazione catartica. Aiuta gli studenti a considerare le proprie emozioni come naturali e umane. Favorisce l'identificazione del problema reale. Avvia il processo di risoluzione del problema, ma lascia allo studente la responsabilità di trovare da sé la soluzione. (..) Ma comporta il rischio di diventare meccanico ed ambiguo o strumentalizzante se non comunica stima, partecipazione, fiducia e accettazione."<sup>52</sup>

**L'importanza  
dell'ascolto  
attivo**

### **Comunicazione, senso di autoefficacia degli allievi e strategie di insegnamento e apprendimento**

L'importanza del feedback negli scambi comunicativi, ci porta a riconsiderare sul piano della prassi educativa, l'importanza di metodologie e strategie didattiche efficaci, che lo stesso docente potrebbe adottare per raggiungere gli scopi desiderati, evitando così anche alcuni dei fraintendimenti e fallimenti comunicativi di cui sopra. In seguito alle difficoltà o al fallimento degli allievi nello svolgimento di un compito, gli insegnanti potrebbero reagire nei seguenti modi rimandando agli allievi diversi feedback: "a) incoraggiamento dopo un errore; b) istruzione tecnica dopo un errore; c) punizione; d) istruzione tecnica con punizione; d) indifferenza all'errore."<sup>53</sup> E invece a seguito di azioni, prove positive degli allievi le reazioni dell'insegnante potrebbero essere: e) gratificazione o ricompensa, f) assenza di gratificazione. Nel primo caso, le risposte a insieme alla b sono le più adeguate nei confronti dell'allievo. Nel secondo caso, possiamo riaffermare l'importanza della gratificazione al compito, e soprattutto al modo in cui è stato svolto dall'allievo può influire sull'apprendimento successivo e sulla stessa autostima dell'allievo. In generale, gli insegnanti dovrebbero premiare verbalmente le prestazioni positive degli studenti e rispondere alle controprestazioni e agli errori con gli *informational feedback*, evitando ogni forma di critica. Gli *informational feedback* hanno carattere descrittivo e non prescrittivo e costituiscono un supporto per la percezione

**Le strategie  
didattiche  
efficaci**

di competenza e di autostima degli allievi, specie di coloro che si trovano maggiormente in difficoltà. Con gli informational feedback<sup>54</sup>, emessi dall'insegnante subito dopo gli errori dell'allievo, l'insegnante comunica indirettamente all'allievo che in futuro sarà capace di eseguire correttamente lo stesso compito. Così facendo, le aspettative positive dell'insegnante vengono interpretate come segnali di fiducia riposto dall'insegnante sulle loro capacità. Questo tipo di feedback quindi è un segnale della convinzione dell'insegnante, che l'allievo possa fare *ancora meglio* e quindi sia ancora più competente in quel dominio .

Invece i feedback valutativi positivi- *come rinforzo positivo*- costituiscono il tipo di feedback più efficace in seguito ad azioni corrette degli allievi, mentre sono nocivi se emessi in seguito ad azioni scorrette o ad episodi di insuccesso secondo alcuni studi. Inoltre per valutare gli effetti dei feedback sulla percezione di competenza degli allievi, devono *essere prese* in considerazione alcune caratteristiche psicologiche di questi ultimi. Infatti, uno stesso feedback può avere impatti molto diversi a seconda che l'allievo a cui è rivolto sia più o meno ansioso e più o meno sicuro di sé. E soprattutto dobbiamo considerare *come controparte*, che le risposte degli allievi al comportamento dell'insegnante sono determinate dal modo in cui percepiscono e interpretano tale comportamento sulla base di fattori situazionali, sulla base della propria autostima globale e relativa allo studio, delle proprie motivazioni e della presenza o meno di ansia di tratto<sup>55</sup>. Pertanto la persuasione verbale dell'insegnante può avere un effetto positivo sul senso di autostima e di autoefficacia dell'allievo. Ma ciò dipende *in primis* della stessa convinzione che l'insegnante ha circa la sua autoefficacia nel promuovere e motivare l'apprendimento degli studenti. *Così il cerchio si chiude!*

## NOTE:

1 Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.11

2 De Cicco Romina, *La comunicazione: dire e spiegarsi degli orizzonti di senso*, in Dispense di Psicopedagogia, Università Telematica delle Scienze Umane, 2009/2010.

3 Vedi Paul Ricoeur, tr. It. a cura di Daniella Iannotta "Sé come un altro", Jaca Book.

4 Francesco Peluso Cassese, "Comunicazione. Modelli formali" in *Psicologia delle comunicazioni sociali*, Dispense a cura del docente, Università Telematica Delle Scienze Umane, 2009/2010.

- 5 Vedi Denis McQuail, *Mass Communication Theory*, London, Sage Publications Ltd, 1983; tr. It. *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna, 2001, 4° ediz., da p. 61 a p.68.
- 6 Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.22
- 7 Ibidem, p.24.
- 8 Ibidem, p.24.
- 9 Ibidem, p.24.
- 10 Ibidem, p.25.
- 11 Canevaro, *L'integrazione scolastica degli alunni con disabilità*, Erickson, 2007.
- 12 Pasquale Moliterni, *Dispense Didattica Speciale*, Università di Roma "Foro Italico", 2009/2010
- 13 Vedi tr.it. Jerome Bruner, *Dopo Dewey. Il processo di apprendimento nelle due culture*, Armando, Roma, 1978.
- 14 Zuanelli Sonino, 1981 in Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.31.
- 15 A questo proposito vedano le importanti riflessioni di John Dewey in John Dewey, (1899), *Scuola e società*, trad. it. di Ernesto Codignola e Lamberto Borghi, La Nuova Italia, Firenze, 1993 e John Dewey (1916), *Democrazia e educazione*, trad. it. di E. E. Agnoletti e P. Paduano, La Nuova Italia, Milano, 2000, in cui non vi è scissione fra scuola e vita. La scuola stessa per l'autore non solo riproduce il sistema sociale vigente ma è in grado di trasformarlo.
- 16 Si vedano le considerazioni di Talcott Parsons il quale parla dell'istituzione scolastica come sottosistema funzionale del più ampio sistema sociale.
- 17 Jerome S. Bruner, Rita Watson, *Childs talk: learning to use language*, New York: W.W.Norte,1983; tr.it Jerome S.Bruner, *Il Linguaggio del bambino: come il bambino impara ad usare il linguaggio*, Armando, roma, 1987.
- 18 Vedi Luciano Benadusi, *Scuola, riproduzione, mutamento*, La Nuova Italia, 1998( 5a rist.), da p.162
- 19 Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.155.
- 20 Francesco Peluso Cassese, "Comunicazione. Modelli formali" in *Psicologia delle comunicazioni sociali*, Dispense a cura del docente, Università Telematica Delle Scienze Umane, 2009/2010.
- 21 Si veda Paolo Zanelli, *Organizzare uno 'sfondo' per favorire l'autonomia dei bambini*, 1988 ; Andrea Canevaro, *Le logiche del confine e del sentiero. Una pedagogia dell'inclusione (per tutti, disabili inclusi)*, Erickson, Trento, 2006.
- 22 Francesco Peluso Cassese, "Comunicazione. Modelli formali" in *Psicologia delle comunicazioni sociali*, Dispense a cura del docente, Università Telematica Delle Scienze Umane, 2009/2010.
- 23 G. H. Mead, tr. It. "Mente, sé e società", Giunti – Barbera, 1966.
- 24 G. H. Mead, tr. It. "Mente, sé e società", Giunti – Barbera, 1966 *Introduzione*, p.19
- 25 Ibidem, p.19.
- 26 Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.55.
- 27 Ibidem, p.57.
- 28 Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), p.69.
- 29 Ibidem, p.69

- 30 Isabella Poggi, *Le sopracciglia dell'insegnante. Un'analisi sul lessico della faccia*, Dipartimento di Linguistica, Università di Roma Tre in *Dispense a cura del docente*, SSIS Lazio, 2008/2009.
- 31 Ibidem, p.1
- 32 Ibidem, p.3
- 33 I. Poggi and C. Pelachaud, *Emotional meaning and expression in Animated Faces*. In A.Paiva (Ed.) *Affective Interactions*. Berlin: Springer, 2000 in I. Poggi, *Le sopracciglia dell'insegnante. Un'analisi sul lessico della faccia*, Dipartimento di Linguistica, Università di Roma Tre.
- 34 I. Poggi, *Le sopracciglia dell'insegnante. Un'analisi sul lessico della faccia*, Dipartimento di Linguistica, Università di Roma Tre in *Dispense a cura del docente*, SSIS Lazio, 2008/2009.
- 35 Ibidem, p.6
- 36 Vedi John J. Gumperz, *Language and social identity*, Cambridge University Press, 1982.
- 37 Vedi William A. Corsaro, *The sociology of childhood*, Thousand Oaks: Pine Forge, c1997
- 38 Vedi Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), pp.165/166
- 39 Corsaro (1988) in Bruna Zani, Patrizia Selleri, Dolores David, *La comunicazione*, Carrocci editore, Roma, 2001( 3° rist.), pag.166.
- 40 Ibidem, p.167.
- 41 Thomas Gordon, *Insegnanti efficaci: pratiche educative per insegnanti, genitori e studenti*, Giunti & Lisciani, Firenze, 1991.
- 42 Ibidem, p.61.
- 43 Ibidem, p.62
- 44 Ibidem, p.63.
- 45 Ibidem, p.62.
- 46 Thomas Gordon, *Insegnanti efficaci: pratiche educative per insegnanti, genitori e studenti*, Giunti & Lisciani, Firenze, 1991, p.62.
- 47 Ibidem, p.64.
- 48 John M. Darley, Sam Glucksberg, Ronald A. Kinchla, *Psychology*, Prentice Hall Inc., 1991; tr. It. a cura di Maurizio Riccucci, *Psicologia, vol. I e vol. II*, Il Mulino, Bologna, 1993.
- 49 Tutti i bisogni di cui parla Maslow, risalendo dal basso verso l'alto della gerarchia proposta dall'autore: bisogni fisiologici, bisogni di sicurezza, bisogni di appartenenza, bisogni di stima. E infine vi è il bisogno di autorealizzazione.
- 50 Ibidem, p.474.
- 51 Thomas Gordon, *Insegnanti efficaci: pratiche educative per insegnanti, genitori e studenti*, Giunti & Lisciani, Firenze, 1991, p.71.
- 52 Thomas Gordon, *Insegnanti efficaci: pratiche educative per insegnanti, genitori e studenti*, Giunti & Lisciani, Firenze, 1991, p.95
- 53 Giorgio Merola, *Psicologia dell'apprendimento scolastico*, Dispense a cura del docente, Università di Roma Tre, SSIS Lazio, 2008.
- 54 (Back e Weiss, 1992) in Giorgio Merola, *Psicologia dell'apprendimento scolastico*, Dispense a cura del docente, Università di Roma Tre, SSIS Lazio, 2008.
- 55 Ibidem.

---

# *Sommario dei numeri precedenti*

---

## **PARABOLA 1**

Luca Borgomeo - Una nuova iniziativa editoriale dell'aiart  
Damiano Felini - L'educazione ai media nella scuola italiana  
Paolo Bafille - Tv e leggi: l'inadeguatezza del sistema sanzionatorio  
Giulio Alfano - Il difficile rapporto tra democrazia e comunicazione  
Armando Fumagalli - L'impatto sociale dell'industria televisiva  
Maria Vittoria Gatti - L'inchiesta televisiva: elementi di analisi e storia di un genere. La valutazione di sei programmi tv

## **PARABOLA 2**

Luca Borgomeo - Il preoccupante degrado della televisione italiana  
Sabino Palumbieri - Miti e mete nell'era della comunicazione  
Dario Edoardo Viganò - Tecnologia e antropologia nel cammino dei media  
Roberta Gisotti - La scarsa affidabilità dei dati auditel  
Elena Leonetti Luparini - Limiti ed effetti della pubblicità ingannevole  
Sergio Spini - Mass-media, un circuito virtuoso tra bambini e nonni

## **PARABOLA 3**

Giovanni Baggio - La finta neutralità della tv  
Massimiliano Padula - Comunicare l'emergenza nella società del rischio  
Maria D'Alessio - Messaggi pubblicitari e tutela dei bambini  
Claudia Di Lorenzi - Le tecniche subliminali applicate alla pubblicità  
Marisa Cavalluzzi e Lucio D'abbicco - Un laboratorio di media education per genitori

## **PARABOLA 4**

Luca Borgomeo - Tv e responsabilità: il monito di Ciampi  
Ruggero Eugeni - La rappresentazione del crimine e la tv  
Alessandro Farano - Media ed educazione  
Paolo Padrini - Chat: luogo e tempo della comunicazione  
Giovanni Baggio e Marcello Soprani - Televisione e postmodernità  
Sergio Spini - Le immagini servono per pensare?

## **PARABOLA 5**

Luca Borgomeo - La responsabilità sociale della tv  
Cardinale Carlo Maria Martini S.I. - The true and sincere communication  
Ylenia Berardi - Sistemi di rilevazione degli ascolti comparati  
Mauro Miccio - Crisi e comunicazione  
Adriano Bianchi - Il profilo dell'animatore della cultura e della comunicazione

## **PARABOLA 6**

Paolo Bafille - Adolescenti e tv: per una più efficace tutela giuridica  
Luigi Alici - Etica e comunicazione  
Giorgio Tonelli - La morte in tv fra rimozione e spettacolarizzazione  
Dario Edoardo Viganò - Pier Paolo Pasolini e il Cristo povero  
Maria Vittoria Gatti - Chiesa e media, dopo il "papa mediatico"  
Carmelo Petrone - La censura cinematografica in Italia

## **PARABOLA 7**

Luca Borgomeo - Il malinconico autunno della rai  
Gino Bove - La televisione e gli utenti audiolesi  
Manuela Castellano - Teoria e pratica nell'educazione mass-mediale  
Claudia Di Lorenzi - La violenza in tv e gli effetti sui minori  
Domenico Infante - Adolescenti e internet  
Sergio Spini - Famiglia e media: rischio e ricchezza

## **PARABOLA 8**

Luca Borgomeo - La tv e il degrado socio-culturale del paese  
Marina D'Amato - Bambini multimediali  
Paolo Bafile - Rai-Mediaset: un duopolio duro a morire  
Elisa Manna - L'evoluzione dei media  
Sandro Montanari - Violenza televisiva e minori  
Giuseppe Antonelli - Un ruolo attivo nelle regioni in tema di comunicazioni

## **PARABOLA 9**

Domenico Infante - Più responsabilità nell'uso dei media  
Dominique Wolton - La television au povoir  
Adriano Zancchi - Il motore truccato dei media  
Massimiliano Padula - Comunicazione e istituzioni  
Amilcare Gambella - Una ricerca-sondaggio su famiglia e tv

## **PARABOLA 10**

Luca Borgomeo - Contrastare la violenza in tv  
Nino Labate - Tv, società e famiglia  
Domenico Infante - Etica ed estetica nella rete: educare a navigare senza paura  
Sergio Spini - Media e bambini: una sfida per l'educazione  
Maria D'Alessio - Spot pubblicitari e minori

## **PARABOLA 11**

Benedetto XVI - I mezzi della comunicazione sociale: al bivio tra protagonismo e servizio.  
Cercare la verità per condividerla  
Angelo Alejandro De Marzo - Persona e televisione il percorso della qualità  
Michele Indelicato - Etica ed estetica della comunicazione  
Piero Damosso - Francesca Giordano - Dalla società una strategia per la tv

## **PARABOLA 12**

Luca Borgomeo - Tv: un potere senza responsabilità  
Gaia Del Torre - Il disastro dello Tsunami: la psicologia dell'emergenza  
Paolo Celot e Fausto Gualtieri - La tutela dei telespettatori in Europa  
Massimiliano Padula - I media in famiglia. La famiglia nei media  
Salvatore Cacciola - Tv, minori e pubblicità

## **LA PARABOLA 13**

Card. Ennio Antonelli - I Media al Servizio della Verità e dell'Amore  
Angelo Alejandro De Marzo - Come rilevare la qualità televisiva  
Pamela Mazzei - Bambini e tv: un rapporto complesso  
Fortunato Di Noto - Internet e la violenza sui minori  
Maria Rosaria Tomaro - Scuola e media education

## **LA PARABOLA 14**

Luca Borgomeo - Una Tv che fa male al paese  
Giuseppe Accolla - L'etica nella comunicazione  
Teresa Cocchiari - Bambini e gradimento dei programmi Tv  
Gianluigi Magri - Videogiochi e minori per una tutela più efficace  
Francesco Botturi - La rappresentazione mass-mediatica nel nostro tempo  
Paolo Bafile - L'alluvione pubblicitaria

## **LA PARABOLA 15**

Benedetto XVI - Per una cultura di rispetto, dialogo e amicizia  
Adriano Zancacchi - Televisione e opinione pubblica  
Paolo Celot - Media literacy in Europa  
Armando Fumagalli - La fiction a contenuto religioso  
Francesco Giacalone - Violenza e videogiochi  
Piero Damosso - Francesca Giordano - La comunicazione del dolore e la responsabilità dei media

## **LA PARABOLA 16**

Luca Borgomeo - Urgente e necessaria l'educazione ai media  
Paola Castellucci - Iper testo: un ideale democratico all'origine del web  
Giorgio Simonelli - Guendalina Dainelli - L'informazione all'ora di cena: i tg a confronto  
Corrado Calabrò - Le comunicazioni e il sistema Italia  
Tiziana Taravella - Media education e didattica della comunicazione  
Vincenzo Grienti - Chiesa e internet nell'era del web 2.0

## **LA PARABOLA 17**

Cardinale Angelo Bagnasco - Educare l'intelligenza al bene e al bello  
Camilla Rumi - Offerta televisiva e codici di regolamentazione  
Cosma Ognissanti - Videoabuso e videocreatività  
Paola De Rosa - Libertà di stampa e tutela della privacy  
Maria Filomia - Una ricerca sulla famiglia umbra

## **LA PARABOLA 18**

Benedetto XVI - Il messaggio per la giornata mondiale delle comunicazioni sociali  
Claudio Giuliodori - La sfida educativa nell'era mediale  
Elisa Manna - Il messaggio, questo sconosciuto  
Oronzo Marraffa - Abitare da credenti il mondo dei media  
Roberta Pugliese - I format televisivi  
Maria Elisa Scarcello - Pubblicità televisiva e minori

## **LA PARABOLA 19**

Mariano Crociata - Media e sfida educativa  
Antonio Spadaro - La fede nella rete delle relazioni  
Adriano Zancacchi - Pubblicità e tutela dei cittadini  
Antonio Caramagno - Quale etica per la comunicazione?  
Massimiliano Padula - Media digitali e nuovi profili antropologici

## **LA PARABOLA 20**

Domenico Pompili - Vigilare navigando nei media  
Michele Zanzucchi - Verso un domani senza carta stampata?  
Corrado Calabrò - Le telecomunicazioni in Italia: poche luci, tante ombre  
Salvatore Cacciola - L'incerto futuro dei giovani del sud  
Angelo Romeo - Il Social Network la nuova era della comunicazione  
Gian Maria Fara - Media e minori in Italia: un quadro degli ultimi dieci anni



# UN MODO CONCRETO PER SOSTENERE L'AIART

[ DI MARISA FERROGLIO ] ✉ marisaferr@alice.it

Nella società multimediale in cui ci tocca di vivere, una nuova forma di povertà dilaga, specie tra le generazioni meno giovani: l'analfabetismo mediale e, quindi, l'esclusione dai mezzi di comunicazione sempre più pervasivi, che caratterizzano il nostro tempo.

Questo tipo di emarginazione concorre a diminuire le facoltà mentali di chi, scoraggiato dalle difficoltà anche tecniche, non può cogliere le sollecitazioni dell'ambiente circostante ed è spinto in un sempre maggiore isolamento. Ostacolato è l'accesso alle fonti di informazione indispensabili per una organizzazione di vita autonoma e, inevitabilmente, si diventa dipendenti e succubi di chi ha la conoscenza ma non sempre la pazienza e lo scrupolo di trasferirla convenientemente.

Dare il proprio contributo all'Aiart, partecipando all'attività dell'Associazione o conferendo somme di denaro, è compiere un'azione diretta al miglioramento sia del tessuto sociale, perché la fruizione critica dei nuovi mass media rende ogni cittadino più responsabile, sia dalla condizione personale di chi per età, estrazione sociale, situazione familiare, ha bisogno di essere sostenuto e aiutato a orientarsi nel mondo non semplice, ma attuale dei mass media.

L'AIART – Associazione Spettatori – ha natura giuridica di Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale (ONLUS).

Opera alla formazione nell'uso responsabile dei media, per la tutela degli interessi dei telespettatori che rappresenta nelle Istituzioni competenti nei settori della radiotelevisione, del cinema e del teatro ed è impegnata a difendere nel campo radiotelevisivo e dei media in generale, i valori di libertà e di giustizia, l'affermazione della dignità della persona e la tutela dei diritti della famiglia.

Tutti coloro che con un contributo in denaro vogliono collaborare ai progetti dell'Aiart possono godere dei vantaggi fiscali ai sensi dell'art 14 del D.L. 14/3/2005 n.35 convertito in Legge 14/5/2005 n.80 e dedurre il contributo erogato dal proprio reddito complessivo, secondo le norme vigenti.

## 5 PER MILLE

Un'altra modalità per contribuire all'attività dell'Aiart è la destinazione del 5 per mille: senza sborsare denaro, si appone sul modello 730 o sul modello Unico della dichiarazione dei redditi, la propria firma e il codice fiscale del beneficiario Aiart, nell'apposito riquadro che recita: "sostegno del volontariato delle organizzazioni, ecc.ecc.

**02436700583**



## Eredità e Legati

L'Aiart Associazione Spettatori Onlus, con sede a Roma in Via Albano, 77, può ricevere EREDITA' e LEGATI nelle forme sotto indicate:

Per nominare l'Associazione EREDE di ogni sostanza:

*"Annulla ogni mia precedente disposizione testamentaria. Nomino mio erede universale l'Aiart Associazione Spettatori Onlus, con sede a Roma devolvendo quanto possesso, per i fini istituzionali dell'Associazione".*

Oppure, *"Lascio la quota disponibile della mia eredità all'Aiart, con sede in Roma, per i fini istituzionali dell'Associazione"*

### Se si tratta di un legato:

*"Lascio all'Aiart Associazione Spettatori Onlus, con sede a Roma, a titolo di legato la somma di Euro..., titoli, o altro, per i fini istituzionali dell'Associazione"*