- La proposta dell'Aiart per una efficace tutela degli utenti e l'appello di Giovanni Baggio al CNU
- "L'innovazione dei linguaggi è la carta vincente di RAI Cultura". Intervista a Silvia Calandrelli

Il Telespettatore

ANNO 55 - N. 5/6 MAGGIO - GIUGNO 2018

Intermediario connesso negli scenari digitali

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

In questo numero

Anno 55° - N. 5/6 - Maggio/Giugno 2018

Editoriale 3

Cittadini mediali, uomini liberi
di Giovanni Baggio

Commenti 5

Assemblea dei Presidenti Aiart 5

C'era una volta la tutela...
di Luca Borgomeo 6

Una sinergia che attraversa televisione, rete e cultura
di Maria Elisa Scarcello 7

Raccontiamo con verità, bellezza e intelligenza
Intervista a Gloria Giorgianni 10

Inserto Speciale I

Crisi delle intermediazioni: nuovi scenari per l'Aiart
di Domenico Delle Foglie

I paradossi del Parental Control. Una chimera tecnologica?
di Lorenzo Lattanzi 13

Applicare il GDPR è un investimento, non un costo
Intervista a Franco Pizzetti 15

Dal cinema alla tv digitale per fare cultura
di Marco Fumagalli 17

Come civilizzare il digitale dalle prevaricazioni
di Michele Mezza 19

Fatti & Flash 20

News 22

Il Telespettatore

Bimestrale dell'Aiart - Associazione Cittadini Mediali Onlus
Via Aurelia 468, 00165 Roma
Tel. 06 66048450
www.aiart.org - aiart@aiart.org

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

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

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

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

A tu per tu con il lettore

C'è posta per il Direttore generale Rai....

"Tra le 21.05 e 21.30 iniziano come prima serata 'spettacoli' che mediamente finiscono tra le 23 e le 24. Finita la trasmissione, si fa qualche piccola preparazione per andare a letto e la luce si spegne tra le 23 e le 24. Alle 21,30 si può considerare notte e la prima serata diventa di fatto la "prima nottata".
Molti lavoratori si alzano presto per andare al lavoro e, se ritengono troppo lunghi gli spettacoli, rinunciano alla visione privandosi di uno svago dai problemi giornalieri e la RAI perde spettatori".
Per migliorare questa situazione i nostri lettori propongono di anticipare la prima serata di un'ora. "Sicuramente ci sarebbero tanti piccoli vantaggi per tutti, risparmi energetici, di elettricità e riscaldamento, miglior riposo cerebrale e fisico per le persone, più telespettatori per la RAI".
Anche Gloria Giorgianni (Amministratore Delegato-Produttore Anele), si unisce all'appello dei nostri lettori: "Sono d'accordo. Nel 'nome del popolo italiano' è andato in onda nella seconda serata di Rai1 intorno alle 23.30 e la puntata su Marco Biagi purtroppo per una programmazione precedente che era molto lunga è partita a mezzanotte. Anch'io ho ricevuto lettere in merito ed effettivamente questa problematica dispiace. La mia generazione è cresciuta con una prima serata che partiva alle 20.30 e sarei per il recupero di questa buona pratica. Partire alle 00.00 non è seconda serata... è notte. Così facendo si aprirebbe una vera seconda serata alle 23.00 e si potrebbero creare degli spazi di contenuto ben definiti per tutti quei prodotti di approfondimento (anche docufilm e docufiction) che magari in prima serata non possono essere presentati anche per motivi pubblicitari".

'La Corrida' delude ma l'ascolto sembra stravincere...

Esprimo con forza l'indignazione che ho sentito venerdì 11 maggio 2018 notando la trasmissione "La Corrida" targata Carlo Conti. Protesto, Protesto, Protesto. Come si fa in prima serata a trasmettere un programma del genere. Lo considero una presa in giro, una mancanza di rispetto per quelle persone che si esibiscono e più maldestre sono e più il divertimento aumenta. Nessuna dignità né fra gli ospiti né in platea dove la 'bruttura' regnava sovrana. Non so cosa si può fare, perché il cattivo gusto sembra stravincere, però il desiderio è di avere una tv un po' meno grossolana, rispettosa e con qualche valore in più.

Lucia Baccichetto Cescon

Cittadini mediali, uomini liberi

L'appello del Presidente nazionale dell'Aiart, Giovanni Baggio, al CNU affinché mantenga vivo il proprio mandato sociale, rivendicando, se necessario, dotazioni finanziarie e strumentali, e salvaguardando la propria autonomia rispetto alle aziende della industria comunicativa.

presidente@aiart.org

Scrivo il 19 giugno 2018: giorno in cui l'Aiart, nella mia persona, è invitata ad un'audizione dalla Presidente del Consiglio Nazionale degli Utenti Angela Nava Mambretti. Invito che ho subito inteso come sincero desiderio di ascolto delle istanze di cui AIART da molti anni si fa portatore. Fin dal principio ho sottoposto all'attenzione della Presidente e a quella del Consiglio alcune riflessioni che da alcuni anni sono entrate a far parte del patrimonio di pensiero di AIART, che da Associazione di telespettatori, ha modificato il suo logo in **AIART Associazione di Cittadini Mediali**, a rappresentare la consapevolezza della posta in gioco di fronte alla complessità dell'era digitale che stiamo vivendo. E **il tema della cittadinanza mediale** contiene in modo sintetico una serie di questioni riguardanti nello specifico anche il compito istituzionale che il CNU svolge. Come Associazione, il compito culturale che ci siamo chiesti è quello di approfondire sempre più la lettura dell'UMANO che, nel nuovo, rapido e inarrestabile ambiente comunicativo si affaccia ed insieme si costituisce; con la volontà non solo di comprendere cosa in esso si rappresenti di nuovo e originale, proprio sull'idea di uomo, di cultura e di società, ma anche di illuminare con maggiore criticità le zone d'ombra che si evidenziano e che coinvolgono le diverse fasce di età in modo diverso e diversamente problematico. Solo a titolo di esempio:

- I consumi compulsivi di tecnologia già ora sono all'origine di estraneazioni e di veri e propri sradicamenti dalla realtà

> **Per un'etica del digitale**

- L'infinita possibilità di navigazioni si presta ad una cultura solo visiva ed emotiva e per nulla approfondita, articolata, analizzata e in ultima analisi razionale
- La relazione schermata è all'origine di fenomeni come il cyberbullismo, la pedofilia on line, le truffe informatiche.

Ecco allora che di fronte a questi tre esempi presentati nella loro essenzialità sorge la questione antropologica sottesa: l'umano resta tale se si estranea dalla realtà, se rinuncia alla sua razionalità, se perde il desiderio della relazione senza maschere? E dunque:

1. Quale comunicazione salvaguardia la qualità antropologica dell'essere umano?
2. Quale comunicazione contribuisce alla esaltazione dei caratteri propri dell'essere umano?
3. Quale comunicazione contribuisce allo sviluppo del rapporto con la realtà della vita e del mondo; nutre e sviluppa la sua razionalità, contribuisce alla buona socialità, alle relazioni e quindi all'attenzione dell'altro?
4. In breve, **quale comunicazione e per quale Uomo?**

Il panorama comunicativo e dell'industria culturale che lo genera e che ci sta davanti in molte delle sue forme forse non potrebbe rispondere a queste domande, semplicemente perché non se le pone oppure perché ritiene che non sia un compito da assumere. Eppure l'assunzione di responsabilità sociale da parte dell'industria culturale non è più rinviabile. Un secondo aspetto, su cui ho richiesto l'attenzione del Consiglio, riguarda il tema della cittadinan-

za, che si concretizza nella consapevolezza che la nuova realtà culturale chiede che vi siano nuove regole sulle quali sia possibile fondare la convivenza e mantenere lo statuto di cittadini. In questo senso occorre che il sistema delle norme a tutela del cittadino non solo siano applicate, ma siano il chiaro riflesso della consapevolezza delle problematiche sottese; quali, a titolo di esempio, la libertà personale e la sua promozione, la convivenza pacifica e la sua costruzione contro ogni violenza verbale o fisica, il rispetto delle diversità nel contesto plurale e contro ogni discriminazione, il diritto alla verità dei fatti contro ogni mistificazione, il rispetto delle diverse dimensioni della persona umana e della sua dignità contro ogni banalizzazione e volgarizzazione.

Si fonda su questi presupposti, esplicitati nello Statuto dell'Aiart, il grande tema della tutela, che oggi si fa sempre più complesso per il rapidissimo e inarrestabile sviluppo tecnologico e che vede nei social solo l'ultima frontiera, ma che rischia di essere messo a tacere definitivamente se non addirittura messo alla berlina dal marketing della presunta modernità e da chi può sentirsi infastidito dalle voci critiche o semplicemente contrarie al pensiero dominante.

Da parte nostra il tema ci appartiene e non abbiamo alcuna intenzione di lasciarlo come cosa vecchia: al contrario, desideriamo che si nutra di nuovi stili e di sempre più profonde motivazioni, abbandonando ogni tentazione paternalistica o di formale moralismo.

A tal proposito, **al CNU ho evidenziato** anche la preoccupazione che nasce dalla percezione di una certa **eccessiva silenziosità** se non vera e propria **latitanza delle istituzioni** preposte alla tutela dei cittadini dei grandi temi antropologici citati e delle loro libertà e diritti che sono a fondamento della convivenza civile. Esistono infatti evidenti **inciviltà** (sia nel senso di contrarie alla civiltà, sia nel senso più radicale di distruttrici delle conquiste della civiltà umana e occidentale) che albergano tranquillamente nel panorama comunicativo senza che alcuno, fatta eccezione di AIART e pochi altri, sollevi obiezioni di sorta. Quindi, **l'appello ad una più incisiva ed evidente tutela** è rivolto al Consiglio, in primis, e a chi in Parlamento, nel Governo, nel Ministero e nell'Autorità per le Garanzie può dare a questo organismo gli strumenti operativi di cui ha necessità per svolgere il suo compito. **Un segnale di speranza** ce lo offre, anche se dopo un ritardo rimasto senza spiegazioni da parte di alcuno, la ricostituzione da gennaio scorso del Comitato Media e Minori, presieduto dalla professoressa Donatella Pacelli, che ci auguriamo operi una certa discontinuità con il passato, facendo recuperare autorevolezza, credibilità e operatività a questo prezioso organismo. Su questo penso anche sia necessario aprire una completa revisione del codice che pare anacronistico in alcune sue linee e in alcuni suoi parametri, stante il mutato panorama di disponibilità strumentale a disposizione dei minori che, giova ricordarlo, occupa lo spazio anagrafico prima della maggiore età. Più certa convinzione che vi sia una libera azione di controllo da parte delle autorità a questo scopo preposte, è il numero e l'evidenza delle sanzioni che paiono esigue a fronte di un certo degrado di alcuni programmi anche quotidiani. Sorge il dubbio che gli intrecci tra i fattori economici pur legittimi delle grandi aziende di comunicazione e quello che pare il predominante interesse della conquista di fette di pubblico più ampie, porti a sottovalutare le istanze della tutela e cerchi in qualche modo di indebolirne il sistema, renderlo inefficace, marginalizzarlo e, infine, ridurlo alla insignificanza.

> **"Il diritto di tutela in azione"**

Come AIART intendiamo, al contrario, contribuire, nelle forme e nei modi a noi possibili, a sostenere l'azione e le iniziative del **CNU, a cui rivolgo l'appello a mantenere operante il proprio mandato sociale,** nell'interesse del bene comune e quindi dei 'cittadini' che abitano i diversi ambienti mediali; salvaguardando gelosamente la propria autonomia rispetto alle aziende della industria comunicativa. A tal proposito, ricordo che Luca Borgomeo, già Presidente del CNU per sei anni dal 2003 al 2008 (a cavallo di due consiliature), si dimise dalla carica proprio per denunciare la scarsa terzietà di AGCOM che indeboliva sensibilmente il compito affidato al CNU. **Questo elemento**, già oggi e sempre più nel futuro, **incoraggia anche la nostra azione di tutela**, che in molteplici occasioni raccoglie e rilancia, non solo lamentele, ma vere e proprie dettagliate denunce; oltre a segnalare il pericoloso dilagare di abitudini sostenute da pubblicità senza alcuno scrupolo circa gli effetti sociali di ciò che propongono con martellante insistenza. E, infine, **incoraggia la nostra azione culturale** nella promozione di giornate di studio, convegni tematici, pubblicazioni e incontri, volti a dare sempre più consapevolezza dei tratti straordinari della nostra epoca e della necessità di assumerne criticamente le conquiste.

Giovanni Baggio
Presidente nazionale

Assemblea dei Presidenti Aiart

Un confronto per continuare a incidere significativamente, nel rispetto della mission associativa, dei princìpi e dei valori statutari. Al centro dell'incontro: la condivisione dello stato di avanzamento dei lavori dell'Associazione e le novità in itinere.

Il 19 maggio scorso si è tenuta l'Assemblea dei Presidenti Provinciali e Regionali presso l'*Hotel Royal Santina* di Roma. Erano rappresentate *Piemonte*, *Liguria*, *Lombardia*, *Veneto*, *Emila*, *Toscana*, *Lazio*, *Marche*, *Basilicata*, *Puglia*, *Calabria*. La riunione è stata aperta dal Presidente nazionale Giovanni Baggio che ha sottolineato l'importanza del momento di ascolto dei territori per ripensare modi e contenuti dell'azione della Associazione, ascolto necessario anche per cogliere le diverse esigenze che le situazioni locali vivono e percepiscono. Ripartire dalle singole realtà, ha affermato il Presidente, è insieme una esigenza della ispirazione cristiana ed una scelta strategica in ordine alla capacità di *AIART* di essere prossimo secondo il principio dell'incarnazione.
Il saluto di Don Walter Insero, nuovo consulente ecclesiastico, ha espresso la vicinanza e la stima della *Cei* e dell'ufficio *Comunicazioni Sociali della Chiesa* Italiana nella persona di Don Ivan Maffeis. Don Walter riconosce nella nostra Associazione e nella sua storia valori e contenuti di primaria importanza per cui ha assicurato il suo desiderio di sostenere le attività di *AIART* con spirito di servizio.
Domenico Delle Foglie, giornalista e past president del *Copercom*, ha dato il via ai lavori con una vera Lectio Magistralis sul tema 'Crisi delle intermediazioni: nuovi scenari possibili per l'Associazione tra formazione e tutela'. Ne proponiamo un dettagliato approfondimento nell'inserto speciale che troverete di seguito nella rivista.
Infine, nel ricco e articolato dibattito che ne è seguito sono stati offerti spunti di riflessione, testimonianze, esperienze e indicazioni operative che il Comitato Nazionale farà oggetto di analisi ed approfondimento.

Costituito il Comitato Scientifico

"Carissimi amici ed amiche, riflettendo sul modo con cui raccogliere e far diventare proposta il molto materiale raccolto il 19 maggio e sul da farsi per preparare il Convegno di Novembre, credo sia necessario dare vita ad un comitato scientifico che assuma questi impegni:

1. Predisporre una proposta articolata e concreta per il convegno del 17 e 18 novembre da sottoporre poi alla approvazione del Comitato Nazionale
2. Definire un progetto completo di Media Education come primo materiale da inserire nel sito con accesso riservato ai soci
3. Finalità, strategie e modalità della Tutela nei confronti dei media e riflessione sui modi di promuovere il buono, specie televisivo
4. Elaborare una proposta per dare nuovo volto e scopo alla Parabola, da sottoporre poi alla approvazione del Comitato Nazionale

Una prima ' **TREGIORNI di lavoro ' si terrà a Macugnaga (VB) nei giorni 29-30 giugno e 1 luglio.**
Sarà un 'pensatoio' dal quale AIART uscirà arricchito e proiettato in avanti.
I soci e i presidenti Regionali e Provinciali individuati per costituire il **COMITATO SCIENTIFICO DELLA ASSOCIAZIONE –** con il compito di affiancarlo nella individuazione di percorsi progettuali sui vari fronti di impegno dell'AIART – sono: *Dora Polizzi*, *Marcello Soprani*, *Riccardo Colangelo*, *Sandra Costa*, *Luca Borgomeo*, *Vincenzo Scalcione*, *Lorenzo Lattanzi*, *Stefania Garassini*, *Roberta Fabbri*, *Don Walter Insero*.
Infine, il Comitato Nazionale che si è riunito il 18 maggio a Roma ha fissato nel **17 e 18 novembre, le date nelle quali tenere un convegno di studio e di approfondimento, capace di dare nuova linfa all'intera Associazione.**

Il Presidente nazionale
Giovanni Baggio

C'era una volta la tutela...

Un Codice Media che diventi legge dello Stato: la proposta dell'Aiart contro l'inefficace e obsoleto sistema di autoregolamentazione sempre più 'presidiato' da un potere mediatico-politico e finanziario che contribuisce al degrado dell'Italia.

di Luca Borgomeo aiart@aiart.org
(Giornalista. Già presidente nazionale Aiart dal 2004 al 2016)

"Esprimo la preoccupazione che nasce dalla percezione di una certa eccessiva silenziosità, se non vera e propria latitanza, delle istituzioni proposte alla tutela dei cittadini (utenti dei media) e delle loro libertà e diritti che sono a fondamento della convivenza civile. Esistono infatti evidenti inciviltà che albergano tranquillamente nel panorama comunicativo senza che alcuno, fatta eccezione di Aiart e pochi altri, sollevi obiezioni di sorta." È questo il severo giudizio espresso dal Presidente dell'Aiart Giovanni Baggio nell'audizione al Consiglio Nazionale degli Utenti ed è inequivocabilmente la testimonianza dell'impegno dell'Aiart di riprendere con maggiore determinazione l'iniziativa per tutelare il diritto del cittadino mediale ad essere informato e intrattenuto correttamente.

Quanto è avvenuto in Italia negli ultimi anni sul piano della tutela degli utenti ha dell'incredibile, al punto che parlare di tutela è quasi una presa in giro. Anche se si conoscono a fondo le "manovre" che Mediaset e Rai (sempre in pieno accordo!) hanno posto in essere per avere le mani libere nel settore e – con l'interessata complicità delle istituzioni – imporre regole, definire assetti, gestire gli ascolti, distribuire la pubblicità, limitare e cancellare ogni forma di controllo da parte degli utenti (emblematica è la liquidazione coatta del Comitato Media e Minori); si avverte, guardando tv e social, il continuo scadimento dei programmi e spesso la violazione dei fondamentali diritti degli utenti.

Verrebbe da dire "contra factum non valet argumentum" e rassegnarsi a subire una situazione assurda per un Paese civile e democratico: l'esistenza di un settore – tanto importante e delicato come quello delle comunicazioni – sottratto quasi del tutto alla legge: una sorta di zona franca nella quale i privati, come per definizione, perseguono obiettivi economici e politici che possono non coincidere con quelli della collettività o, addirittura, essere in contrasto.

L'Aiart su questi temi ha, da tempo, richiamato l'attenzione della pubblica opinione, spesso ignorata dalla tv (ovviamente!) e dalla grande stampa, salvo rare eccezioni. Lo studio elaborato dall'Aiart "Il Caso Italia" che documenta il divario esistente tra l'Italia e gli altri Paesi europei (siamo purtroppo il fanalino di coda in Europa) non ha sortito alcun riscontro.

Tutto si tiene!

Che fare? Rassegnarsi ad accettare una situazione così iniqua? No! L'Aiart non può abdicare alla sua funzione precipua che è quella di educare i cittadini all'uso responsabile dei media e alla loro tutela.

Pur consapevoli che la strada da battere è irta di ostacoli, quasi insuperabili, senza l'intervento decisivo delle istituzioni, riteniamo come punto irrinunciabile di questo difficile percorso: la definizione di un nuovo Codice Media, elaborato dalle istituzioni con il coinvolgimento dei soggetti interessati, che superi definitivamente l'inefficace e obsoleto sistema di autoregolamentazione e diventi legge dello Stato.

Nel Codice deve essere espressamente sancito l'obbligo delle emittenti radio-tv, dei provider e di tutti i soggetti che producono programmi di autocertificare il prodotto dichiarando formalmente che il prodotto non viola le norme del codice (ciò che avviene in quasi tutti i settori merceologici e anche nei servizi, trasporti e sanità)a tutela del consumatore o utente.

Nel Codice devono essere previste sia le modalità per denunciare le violazioni, sia i poteri sanzionatori per i trasgressori delle norme. Una proposta del genere, approvata dal CNU dell'Agcom il 7 maggio 2007, non ha avuto esito alcuno. Semplicemente, DISTURBAVA IL MANOVRATORE!

Una sinergia che attraversa televisione, rete e cultura

Rai-Miur: sviluppi, riscontri e obiettivi futuri dell'ambizioso progetto crossmediale dedicato alla crescita culturale e all'integrazione delle nuove generazioni. Intervista a Silvia Calandrelli.

di Maria Elisa Scarcello dir.telespettatore@libero.it

Silvia Calandrelli, da giugno 2014 è Direttrice di Rai Cultura, (direzione che comprende Rai Scuola, Rai Storia, Rai 5, l'Orchestra Sinfonica Nazionale e le produzioni di prosa e musica colta per le reti generaliste).

Dalla collaborazione fra RAI e MIUR è nato un progetto crossmediale per il mondo della scuola, dell'università e della formazione. Quali le caratteristiche innovative di questa offerta Rai.

In primo luogo, la stretta 'integrazione e relazione' fra televisione e strumenti di rete. L'offerta di RAI Cultura, e in particolare di RAI Scuola, è oggi declinata in forma nativamente crossmediale. Ne fa certo ancora parte il medium televisivo (con un canale dedicato) ma ne fa parte anche – e per certi versi in primo luogo – la rete, con un portale che non si limita a rilanciare le trasmissioni televisive ma offre strumenti e contenuti specifici, e si articola ulteriormente in aggregatori tematici. Per fare solo qualche esempio dell'offerta on-line di RAI Scuola, ricordo il costruttore di lezioni lesson plan, che può essere usato dai docenti (ma anche direttamente dagli studenti) nell'organizzazione di materiali didattici; una larga offerta di WebDoc didattici, che sfruttano strumenti specifici come le timeline interattive; un canale streaming che propone le dirette di un gran numero di eventi di immediato interesse per il mondo della scuola, comprese le presentazioni delle principali iniziative MIUR; una forte presenza sui social network, anche in diretta collaborazione con i gruppi più attivi e innovativi creati da insegnanti e studenti.

RAIScuola si propone anche come portale-aggregatore in rete, collegato ad una serie di portali tematici verticali. Come funziona esattamente, quali gli obiettivi e il riscontro concreto nei giovani?

Il riscontro è molto buono. Qualche dato può venire ad esempio dai social network, il cui pubblico vede una larga presenza giovanile: gli account di RAI Cultura hanno superato quest'anno il milione di follower su Facebook, e si stanno avvicinando ai quattrocentomila follower su Twitter. Gli account Instagram sono stati lanciati più recentemente, ma sono anch'essi in forte crescita. Per quanto ri-

> **RaiScuola: www.raiscuola.rai.it; DTT (146); Tivùsat (33)**

guarda gli strumenti specificamente legati al portale di RAI Scuola, il costruttore di lesson plan è stato usato da oltre tremila docenti, spesso in collaborazione con i propri studenti: un dato importante, considerando che ogni lesson plan realizzato presuppone un lavoro di progettazione specifico, ben più complesso del semplice click. Anche i contenuti degli aggregatori tematici verticali hanno tassi di condivisione significativi. Certo, resta molto lavoro da fare, ma la direzione è tracciata.

Come, perché e quando nasce questa stretta collaborazione con il MIUR?
La collaborazione con il MIUR fa parte del DNA della televisione educativa italiana, a partire da Telescuola e dall'esperienza storica di 'Non è mai troppo tardi'. In un passato più recente molti fra i risultati più interessanti sono stati la conseguenza di convenzioni specifiche, che permettono un confronto diretto sia sugli obiettivi da raggiungere sia sugli strumenti e sui format più adatti. Credo sia la strada più produttiva, proprio perché la missione di servizio pubblico è al centro di tutta la nostra attività.

Quale il valore strategico della collaborazione del Miur al progetto RaiScuola? Quali i primi risultati e i progetti in cantiere per gli sviluppi futuri?
Siamo servizio pubblico, e il servizio pubblico deve sempre collaborare strettamente con le istituzioni. Come RAI Cultura collaboriamo e abbiamo collaborato non solo con il MIUR ma anche con il MiBACT e con molti altri Ministeri ed Istituzioni. Nel caso della collaborazione con il MIUR includerei fra i risultati più importanti proprio il filo diretto costituito dalle dirette streaming: vuol dire garantire un canale continuo di informazione e aggiornamento sulle politiche scolastiche; tema, quest'ultimo, essenziale per il futuro del nostro Paese, che dovremmo tutti conoscere meglio. Per il futuro auspico una collaborazione più diretta anche nel campo delle politiche per la ricerca, per il lifelong learning e l'aggiornamento professionale.

Quali gli strumenti didattici accessibili e funzionali all'orientamento e alla formazione della famiglia in quanto agenzia educativa primaria di tutela, controllo e responsabilizzazione dei figli all'uso dei media?
La famiglia ha un ruolo centrale nella formazione non solo culturale ma sociale e civile delle nuove generazioni. A questo ruolo abbiamo dedicato un'attenzione specifica anche sul piano della consapevolezza e dell'attenzione storica, e mi fa piacere cogliere l'occasione per ricordare il programma di RAI Storia 'Famiglia/Famiglie' partito proprio quest'anno. Quello della famiglia è un ruolo che cerchiamo peraltro di tener presente nella definizione di tutti i nostri format e nella progettazione dei nostri strumenti: ad esempio il lavoro sulla legalità o sulle competenze di cittadinanza è sempre orientato anche al coinvolgimento delle famiglie, così come del resto avviene quando parliamo di digital divide (un gap che è spesso anche generazionale e che può diventare occasione per un lavoro di collaborazione e scambio di competenze all'interno del nucleo familiare), di formazione alla lettura o di orientamento scolastico.

> **Progetti e intrecci di relazioni**

Si è pensato anche alla collaborazione e al supporto di psicologi, pedagogisti ed educatori dell'età evolutiva?
Certo, e queste professionalità e competenze sono largamente presenti sia fra i nostri autori sia fra i nostri consulenti scientifici. Abbiamo collaborato e collaboriamo con dipartimenti di psicologia, pedagogia e scienze della formazione di diversi atenei (ad esempio con il dipartimento di scienze della formazione dell'università di Roma Tre, che ha organizzato anche con la nostra partecipazione un importante ciclo di incontri sulla lettura a scuola). E siamo stati media partner di molti altri incontri, convegni e iniziative importanti di ambito psicologico e pedagogico: per fare solo un esempio recente, il convegno su autismi, benessere e sostenibilità che si è svolto nel maggio scorso a Rimini. In tutti questi casi conserviamo sul sito le relazioni riprese e le interviste fatte: si tratta di strumenti di aggiornamento spesso utilissimi anche per insegnanti e famiglie.

Il ruolo e il posto della tv educational (servizio pubblico) nel nuovo ambiente digitale. Come governare i mutamenti in corso senza perdere affidabilità e riscontro nei giovani?
Credo che la strada principale sia quella della forte crossmedialità delle azioni, associata a un'attenzione continua – direi quasi ossessiva – alla validazione scientifica dei contenuti, alla loro affidabilità, alla loro qualità. C'è poi un tema specifico sul quale ci siamo molto impegnati: l'organicità della progettazione. In rete prevalgono oggi soprattutto contenuti frammentati e granulari: questo crea nelle giovani generazioni un forte deficit di competenze legate

al reperimento, alla comprensione, alla produzione di contenuti più elaborati e complessi. Per certi versi, anche il medium televisivo è vittima di questa tendenza alla frammentazione, e l'ha forse anzi in qualche caso anticipata. Per questo è importante che il servizio pubblico lavori in direzione di una progettazione organica e non frammentata dell'offerta: anche i contenuti brevi non debbono essere visti come pillole isolate e indipendenti ma come parte di un progetto più ampio. Le prospettive del web semantico, della rete del domani, richiederanno alle studentesse e agli studenti di oggi maggiori capacità di pensiero complesso: possiamo avvicinarci alle nuove generazioni anche aiutando a rispondere a questi bisogni.

Come interpretare la straordinaria espansione negli usi della tv educativa da parte di economie emergenti (dalla Cina all'India, dal Brasile alla Corea del Sud) rispetto all'Italia?
Includiamo da diversi anni nel nostro piano editoriale una sezione di benchmark che confronta la situazione italiana in materia di televisione educativa e di servizio pubblico proprio con quella di queste economie emergenti. Per fare solo qualche esempio, la China Educational Television (CETV) ha oggi cinque canali televisivi nazionali, oltre a un uso capillare della rete e a canali e programmi locali. E il Korea Educational Broadcasting System (EBS) ha sei canali televisivi e un canale radiofonico specificamente dedicato all'apprendimento delle lingue. Anche il Brasile ha una lunga tradizione di uso educativo della televisione, mentre l'India ha l'università on-line più grande del mondo, con oltre quattro milioni di studenti. Naturalmente le situazioni di questi paesi sono spesso assai diverse dalla nostra: nel caso di Cina, Brasile, India c'è il problema di assicurare strumenti educativi a una popolazione assai ampia e che occupa un territorio vastissimo, con larghe aree rurali e l'esigenza di far crescere il livello formativo di larghe fette della popolazione. In questa situazione la televisione educativa tradizionale può avere ancora un ruolo di primaria importanza. La situazione della Corea del Sud è più vicina alla nostra, anche se le metodologie formative adottate in quel paese sono abbastanza diverse. Ma posso dire con orgoglio che anche dalla nostra esperienza si può imparare qualcosa: a livello europeo, siamo fra i paesi più attivi e la qualità della nostra offerta educational è largamente riconosciuta anche all'estero.

> **Rafforzare il sistema di tutela**

Secondo uno studio sulla tutela dei minori- utenti dei media, condotto dall'Aiart nei principali Paesi europei (Germania, Francia, Inghilterra e Spagna), l'Italia risulta 'maglia nera' in Europa. Tra i responsabili anche il sistema radiotelevisivo italiano e la poca attenzione alla funzione primaria di 'servizio pubblico'. Un commento in merito.
Il problema esiste senz'altro ed è legato credo – almeno in prima battuta – non tanto alla mancata attenzione da parte del servizio pubblico quanto all'ampiezza dell'offerta televisiva e mediatica esistente, che si muove spesso in maniera assai spregiudicata in un contesto fortemente concorrenziale. Il servizio pubblico deve fare sempre la sua parte: maggiore attenzione ai contenuti e un uso più efficace e diffuso delle competenze interne: canali e programmi funzionano troppo spesso come camere stagne, mentre sarebbe utile creare o rafforzare agenzie interne trasversali capaci di validare, ad esempio, i contenuti scientifici o di guardare alla programmazione generalista con un occhio attento alle esigenze specifiche dei minori.

La tv educativa può avere un'importanza strategica nello sviluppo delle politiche formative e culturali del Paese e quindi nel recuperare strati della popolazione che si trovano in situazioni di svantaggio informativo e formativo?
Assolutamente sì, ed è uno dei nostri obiettivi principali. Ma va detto che questo obiettivo non dovrebbe essere affidato *solo* alla televisione educativa: dovrebbe rappresentare uno dei cardini di tutta l'offerta di servizio pubblico. Alla sua nascita, il servizio pubblico doveva garantire un uso efficace ed equilibrato del medium televisivo in una situazione di monopolio e dunque di scarsità di risorse. Negli anni dell'esplosione delle televisioni commerciali, doveva garantire e tutelare la presenza di tematiche e di voci esterne alla logica puramente commerciale. Oggi, nell'era delle reti e dell'user generated content, chiunque può costruire i propri contenuti. Il nostro obiettivo deve essere allora quello di colmare gli svantaggi, di garantire confronto delle opinioni, qualità dei contenuti e validazione delle fonti. Il problema delle fake news dimostra che il servizio pubblico ha ancora una funzione importante da svolgere: non solo nel contrastarle, ma anche nel contribuire a creare le competenze necessarie a riconoscerle e valutarle.

Raccontiamo con verità, bellezza e intelligenza

L'intervista rilasciata da Gloria Giorgianni, Amministratore Delegato/Produttore-Anele, a 'Il Telespettatore'.

aiart@aiart.org

"I produttori dovrebbero avere più coraggio, non pensare solo al profitto ma svolgere il compito che ebbero i grandi editori e diffondere cultura, perché gli autori di film, fiction e documentari stanno sostituendo il ruolo che fu degli intellettuali vent'anni fa. Non mi pare sia così nel panorama italiano". Lei, Gloria Giorgianni, dal 2013 ci sta provando con la sua società di produzione Anele "il nome della mamma Elena al contrario per ricordarla da viva e prima della malattia, libera nelle ali di farfalla impresse sul logo". Palermitana, decisa e tenace ha impresso alla sua Anele un quid documentaristico, storico e letterario facendo conoscere nel mondo la Sicilia e tanti suoi autori tra cui Andrea Camilleri. Ha lavorato per 12 anni in Palomar Spa come assistente del produttore, editor e producer; rivendica con umiltà e orgoglio le sue precedenti attività perché dice "il mio percorso parte dalla gavetta e in tutti i lavori la formazione è l'apprendimento delle cose sul campo". Poi decide di dimettersi, una scelta abbastanza controcorrente, rara di questi tempi, perché afferma "avevo desiderio di potermi misurare direttamente con il mercato e di poter mandare avanti una mia idea di quello che dovrebbe essere il compito del produttore oggi".

È stato difficile affermarsi e portare sul mercato le sue idee ed i suoi contenuti ?
Io rimango ancora molto colpita perché sono tante le persone che, positivamente, definiscono quello su cui lavoro un contenuto di nicchia e questo mi fa riflettere molto su una prospettiva in particolare: siamo sicuri che la nicchia è effettivamente quel pubblico che ha voglia di ragionare, di avere degli stimoli che possano far riflettere sia sul passato sia sul presente ma in un'ottica di futuro, perché è questo quello che io cerco di fare. Propongo dei progetti che possano far pensare a delle tematiche moderne ma che siano in proiezione verso il futuro; anche il recupero di personaggi ed esperienze del passato, sono in chiave di un'ipotesi che possa andare avanti. Devo dire che è stato difficile, e continua ad esserlo, più mandare avanti un'azienda in un mercato che se da una parte chiede tanti contenuti dall'altra, in un Paese come l'Italia, si fa sempre più fatica a creare delle realtà diverse. Io ho avuto la fortuna di incontrare degli interlocutori, dei committenti molto aperti e molto sensibili anche a dei contenuti diversi e credo anche che si aspettino che io porti questo tipo di contenuti ed è anche giusto perché penso che in una società come la nostra, che unisce persone di differenti età, si debba dare un prodotto e un contenuto differente da quello che offrono le grandi società di produzione e le multinazionali. Io tento di dare e di mantenere delle caratteristiche di originalità italiana, per me elemento fondamentale, perché è vero che dobbiamo parlare ad un pubblico globale ma questo non significa che dobbiamo rinunciare ad avere delle caratteristiche identitarie che al contrario vanno evidenziate con un linguaggio però che è globale: ed è proprio su questa direzione editoriale che noi ci stiamo misurando.

Lei ha affermato che gli autori di film, fiction e documentari stanno sostituendo il ruolo che fu degli intellettuali vent'anni fa. Può argomentare questa sua affermazione?
La mia è un'ispirazione, un desiderio; è sicuro però che sono spariti gli intellettuali per come li conosceva-

mo noi nel secolo scorso (come ci sono stati raccontati): ovvero quei personaggi che avevano la caratura di affrontare un ragionamento sociale, storico, politico, culturale e indirizzare in senso positivo il pensiero; creando un dibattito e un confronto. Credo che queste figure siano un po' sparite; ed oggi dinanzi all'incremento di linguaggi digitali, multimediali e audiovisivi in genere chi fa il produttore televisivo si ritrova ad avere una responsabilità sempre più grande nel panorama sociale e culturale del nostro Paese. Il ruolo del produttore non è soltanto quello di produrre dei contenuti, fare industria e profitti ma tutti i produttori dal più piccolo al più grande devono sentire e capire la loro responsabilità perché l'identità, il messaggio culturale e sociale del Paese passa anche attraverso il loro lavoro. E questo è senza alcun dubbio un tema di dibattito su cui sarebbe interessante sempre di più riuscire a confrontarsi.

Tra le sue produzione ricordiamo la recente serie di docu-film "Nel nome del popolo italiano" storie di grandi personaggi vittime della mafia e del terrorismo: Vittorio Occorsio, Piersanti Mattarella, Marco Biagi e Natale De Grazia. Ci parli di questa serie: quali gli obiettivi primari di divulgazione, i progetti, il riscontro e la partecipazione di pubblico?

'Nel nome del popolo italiano' nasce con un perché ben preciso e mi piace sempre raccontarlo: ricordo che anni fa un mio giovane amico disse che, per lui, Piersanti Mattarella era il nome di una strada; sono rimasta molto colpita da questa affermazione oltre che sempre più convinta che evidentemente la colpa non era soltanto sua ma di un certo tipo di informazione scolastica e ambientale che non ha saputo far passare il messaggio. Quindi mi sono interrogata sul fatto che io da siciliana avessi la responsabilità di aiutare a divulgare certe storie di alcuni personaggi che hanno creato il nostro Paese per quello che è oggi. Bisogna saper ricordare e attingere alla memoria cercando di fare un lavoro che sia utile anche per il presente: da qui l'idea di trovare dei racconti per i ragazzi dell'età di quel mio amico che non conoscevano quel determinato tipo di storie che purtroppo nel panorama televisivo e audiovisivo in generale sono state poco raccontate.

Allora abbiamo scelto i quattro personaggi e creato un format che prevedesse degli attori giovani che facessero da narratori e che si interfacciassero con le nuove generazioni: per esempio con i nipoti di Piersanti Mattarella e del giudice Vittorio Occorsio cioè con ragazzi della loro età; e quindi separando il docufilm in due livelli: uno che prevedeva i testimoni diretti che hanno ricostruito i fatti che sono capitati nel passato- affinché ci fosse appunto l'informazione- il secondo per un tipo di riflessione che passasse attraverso i ragazzi di 20-25 anni chiamati in qualche modo a ragionare su quello che significava per loro nella società attuale. Il progetto è stato accolto su Rai 1 e mandato in onda nel settembre scorso; ha avuto un ottimo riscontro di pubblico con 9% di media di share in seconda serata: dato molto significativo soprattutto per prodotti di questo tipo. È stato replicato, con un ottimo riscontro, pur essendo repliche, anche in seconda serata su Rai 3. Un successo di ascolti per un lavoro di vero servizio pubblico che è stato anche divulgato in tutte le scuole d'Italia, grazie ad un progetto sulla legalità promosso dalla Luiss insieme a Miur, Csm, Anac, e al Dipartimento per le Pari Opportunità della Presidenza del Consiglio. Un progetto che probabilmente proseguirà anche l'anno prossimo perché il senso di questo docu-film è quello di parlare ad un pubblico più vasto possibile ma soprattutto ai ragazzi e quindi tutte le occasioni in cui si può andare a fare questo racconto, nei luoghi adibiti al ragionamento dei giovani, per noi sono le benvenute.

Ad Anele ha impresso un quid documentaristico, storico e letterario nel segno della tradizione della sua famiglia, gli editori Sellerio. Ma una domanda a questo punto è obbligo: l'accesso al mercato per i docufilm è difficile? Esistono Rai Cinema, Rai Fiction ma no Rai Doc..perché?

Questo è un tema su cui sono molto attenta. Con l'APT (Associazione Produttori Televisivi)– di cui faccio parte, come membro del Consiglio Direttivo – stiamo mandando avanti la necessità che la tv pubblica debba dotarsi di un'unica direzione che gestisca documentari, docufilm e docufiction perché al momento gli interlocutori sono tanti e diversi e questo non succede per gli altri generi. Sono contenta che nel nuovo Contratto di servizio sia stata recepita questa indicazione, evidenziando l'esigenza di un presidio (come scritto nel nuovo Contratto di servizio) che si occupi di questo tipo di prodotto. Vedremo con la nuova governance della Rai come questo passaggio sarà applicato all'interno della Rai. Certamente si tratta di un tema fondamentale tenendo anche in considerazione che questi contenuti vengono prodotti con successo e hanno un ottimo confronto qualità-prezzo perché costano decisamente meno di altri generi e stanno avendo degli ottimi riscontri. A dimostrazione che forse andrebbe un po' recuperato all'interno della tv pubblica quello che era l'elemento istruttivo, educativo della Rai di Bernabei; e questo non significa fare un contenuto e una programmazione noiosa – perché è questo il fraintendimento – ma si può benissimo fare informazione, divulgazione e istruzione provando ad avere dei linguaggi che siano brillanti, moderni, contemporanei e che possano parlare anche a generazioni che fruiscono i contenuti solo sui device e sempre meno dalla televisione. Servizio pubblico significa: comunicare con il popolo che sta davanti alla tv, informare, educare e soprattutto dare delle possibilità di stimolo al ragionamento; lavorare sul linguaggio e sulla possibilità di avere tantissimi contenuti. Questo è un discorso dal quale la Rai, servizio pubblico, non può assolutamente prescindere perché è essenziale per la sua missione.

Con Camilleri ha prodotto la serie 'Donne': un importante esperimento per la serialità della Tv di Stato. Quali i segni distintivi di questo importante lavoro?

Quando ho letto il libro 'Donne' ciò che mi ha particolarmente colpito è il ricordo di donne che Camilleri ha

realmente incontrato nel corso della sua vita tra la fine degli anni '20 e gli anni'80. Quindi, non donne contemporanee ma del passato; una descrizione di donne libere ed estremamente contemporanee pur provenendo da epoche differenti. E sentire raccontare di donne comuni da un grande uomo, illuminato come Camilleri secondo me è fondamentale per valorizzare ancor di più il tema. Dal punto di vista tecnico, 'Donne' si è rivelato un lavoro interessante per sfidare il racconto breve; provare a riportare quella cura, quel dettaglio che lui dedicava, nel racconto breve sulle donne, attraverso film più piccoli. Rai 1 ha approvato, con una programmazione eccellente del progetto, ed è stata un'operazione di successo che ha fatto 4 milioni di media di spettatori, quindi un ottimo riscontro. La battaglia sul femminile deve essere fatta dagli uomini e dalle donne insieme: è stata questa l'idea che mi ha spinta a ragionare sul progetto; perché purtroppo sulle donne continua ad esserci nei temi dell'audiovisivo, in generale, una narrazione squilibrata, non moderna e contemporanea. La donna meridionale ad esempio continua ad essere rappresentata in modo assolutamente stereotipato e antico.
È sempre più importante trovare degli spazi di racconto sul femminile da veicolare tramite messaggi positivi e quindi raccontando ad esempio le eccellenze: ovvero le donne che ce l'hanno fatta e che hanno mantenuto una propria identità ed una capacità di scelta anche a costo di sacrificio e superando grossi ostacoli. Il mio è un appello ad un tipo di narrazione positiva, utile anche per denunciare ed educare contro il femminicidio ma purtroppo ancora troppo minoritaria.

Lei ha più volte affermato di avere un sogno nel cassetto: un polo produttivo in Sicilia, terra della sua famiglia. Come riuscire a superare certi stereotipi sul Sud, spesso purtroppo enfatizzati proprio dallo strumento filmico. Eppure la gente del Sud non è solo quello, manca un quadro completo. Un commento in merito.

Il Sud è un altro tema a me carissimo. Perché il racconto sul mezzogiorno deve essere valido, bilanciato, reale e completo. Anche il racconto sul mezzogiorno non è completo. Il racconto di Montalbano ad esempio è sicuramente un racconto valido ed interessante ma è un racconto di tipologia, non esistono più quei tipi nella realtà. Bisogna uscire dal racconto del mezzogiorno dolente, antico e stereotipato; non bisogna demonizzare quello che c'è ma aggiungere.

Il modo di fruire il mezzo televisivo continua a cambiare. Quali gli elementi imprescindibili per stare al passo con i continui sviluppi tecnologici e quindi per arrivare e fidelizzare il pubblico giovanile?

Lo sviluppo tecnologico è un'opportunità da gestire; e la differenza la fanno sempre le idee e i contenuti che sono alla base di queste produzioni. La mia linea editoriale è diretta a dialogare con tutti gli strumenti. Per esempio 'Donne di Camilleri' era un prodotto pensato nella durata di 10 minuti proprio per poter dialogare fin da subito con il digitale e poter essere fruito in entrambe le piattaforme. Anche il progetto con i racconti di Gianrico Carofiglio che stiamo sviluppando prevede non solo lo sfruttamento televisivo ma anche quello cinematografico con 10 pezzi messi insieme in un unico film. Lo sfruttamento digitale di progetti correlati porta alla realizzazione di un progetto realmente multipiattaforma. Ma per far questo bisogna avere un contenuto davvero solido; ecco perché mi muovo partendo da libri di grandi scrittori. Penso che il digitale abbia ancora delle vaste aree che possano essere occupate da un contenuto che possa rimanere e andare avanti. Ricordo a tal proposito "Under the series" prodotta nel 2014 con Rizzoli e Trilud (una serie web narrativa con una linea orizzontale quindi non come le clip autoconclusive) tratta dall'inizio di un libro di una giovane scrittrice e che, dopo aver avuto un grande successo in Italia, è stata comprata per la distribuzione internazionale. Questo per precisare che lo spazio digitale c'è ma bisogna saperlo occupare bene.

Quali progetti ha in cantiere Anele?

Adesso stiamo lavorando su un format sui racconti di Gianrico Carofiglio che torna a scrivere 10 mini racconti per la Rai. Quanto ai tempi di lavorazione dovrebbe arrivare sul set in autunno o a inizio 2019. Un altro progetto che stiamo girando e che andrà in onda a partire dall'inizio di settembre su Rai 3 alle 20.30 è una serie di 4 nuovi docu-film su quattro grandi donne italiane: Rita Levi Montalcini, Margherita Hack; Palma Bucarelli e Krizia che saranno raccontate da quattro attrici più o meno con lo stesso format del 'nome del popolo italiano' e sarà un progetto tutto al femminile nell'ottica di quello che ho detto in precedenza. Inoltre stiamo sviluppando anche un lavoro per Rai Storia sui Presidenti della Repubblica; stiamo scrivendo una serie per canale 5 tratta dal libro 'La cacciatrice di bugie' e poi qualche altro progetto ancora in fieri su cui stiamo già interloquendo con dei committenti.

Una problematica a cui l'Aiart tiene particolarmente è "l'accessibilità comunicativa" per le categorie più svantaggiate. Bisogna accompagnare la descrizione audiovisiva e rendere idonea l'accessibilità alle tecnologie che permettono a queste persone la fruizione online di film, notiziari e documentari. Tanti sono gli appelli che ci arrivano in merito ma ad oggi poca considerazione. In che modo Anele si pone nei confronti di questa problematica?

In questo l'Aiart ha perfettamente ragione; al momento noi ci siamo affidati alla Rai che su tutti i progetti dovrebbe dare questo tipo di supporto. È vero anche che è un pensiero e una responsabilità che un produttore deve tenere presente fin dall'inizio per cercare di far fruire il più possibile; e questo è molto importante non soltanto dal punto di vista tecnico ma aggiungo che anche i contenuti dovrebbero tenere conto sempre più spesso delle diversità e delle difficoltà che alcune persone vivono rispetto alla gran parte degli spettatori. È una giusta riflessione che cercherò di tenere presente sempre più nella nostra produzione.

Crisi delle intermediazioni: nuovi scenari per l'Aiart

di Domenico Delle Foglie
(Giornalista. Già direttore Sir e presidente Copercom)

Per affrontare il tema della crisi delle intermediazioni e i nuovi scenari possibili per l'Aiart, prendiamo a prestito le parole di **Giuseppe De Rita**. Il sociologo fondatore del Censis è stato uno dei primi intellettuali a cogliere la crisi dei corpi intermedi, sotto la spinta della globalizzazione e delle nuove tecnologie, quella digitale in primis. Ma soprattutto quel generale senso di stanchezza che ha invaso le opinioni pubbliche internazionali per i continui e talvolta sfiancanti processi di intermediazione, soprattutto politica e sociale.
Giuseppe De Rita individua un nesso fondamentale fra **dis-intermediazione e dis-appartenenza**. E spiega che *"la dis-appartenenza significa che l'italiano medio prodotto dall'individualismo antico, dalla piccola impresa diffusa, dal lavoro autonomo ovunque, dal consumo a tutti i costi, ha maturato l'idea che se ci sono solo io con me stesso, allora non appartengo più a nessuno. Oggi l'appartenenza non esiste più e se manca l'appartenenza non sei legittimato a difendere l'intermediazione o a combattere la dis-intermediazione".*

Poi osserva, bruscamente ma con realismo, che *"se non hai la capacità di restituire un senso di appartenenza a qualcuno, non puoi pensare di tornare sul mercato della mediazione".*

Ecco quindi uno snodo fondamentale: **restituire agli associati il senso di appartenenza che abilita a tornare sul mercato della mediazione**.

A una fase di dis-intermediazione e dis-appartenenza segue (se ne colgono già alcuni segnali) una fase di **ri-appartenenza e di re-intermediazione** determinata dalla stessa crisi della globalizzazione e dai suoi esiti meno favorevoli (crisi degli Stati-Nazione, impoverimento delle classi medie, divaricazione esasperata tra ricchi e poveri, deficit di rappresentanza, ruolo eccessivo dei poteri finanziari a scapito delle rappresentanze politiche). Basti pensare, come riflesso, alle vittorie di Trump e Putin a livello internazionale o di Salvini e Di Maio in Italia.

A fronte di questo quadro geo-politico, le nuove tecnologie e in particolare quelle digitali sembrano ancora prometterci sviluppi incontenibili, anche se (vedi il caso di Facebook) cominciano a pagare dazio per i pesanti danni arrecati alla vita comune, sia sotto il profilo politico- sociale sia individual-relazionale.

In ogni caso la re-intermediazione non può in alcun modo riportare indietro le lancette della storia né ci può consentire di riprodurre i rapporti sociali di ieri, basti pensare alla diversa nozione di spazio e di tempo che si è fatta largo nel nostro vivere quotidiano. Così come nuovi intermediari digitali si sono affermati nel favorire l'incontro fra domanda e offerta di beni e servizi (e vedi sempre Facebook, si vogliono sempre più imporre come il principale intermediario digitale nelle relazioni umane, ultima sfida probabilmente destinata al successo quella di soppiantare i siti per incontri fra i sessi) allo stesso modo il nostro mondo associativo deve immaginarsi e sapersi muovere dentro questo colossale processo di re-intermediazione. Ma con le proprie specificità.

Dunque, non c'è re-intermediazione senza processo di ri-appartenenza. E da qui bisogna ripartire. In questa prospettiva, l'Aiart ha una sua storia di cui andare fiera, ma occorre cogliere i suggerimenti giusti. Ad esempio di chi, ben consapevole della crisi trasversale della rappresentanza che non risparmia nessuno, invita a farsi contagiare dalla cosiddetta "cittadinanza digitale" o addirittura dalle forme della "democrazia digitale". Il che comporta una nuova ricollocazione delle nostre realtà associative nel mondo digitale, in particolare nei social, dove è possibile concorrere alla formazione di nuove identità, alla ridefinizione e al rilancio delle appartenenze, alla costruzione di nuove forme di partecipazione e poi di rappresentanza.

Fermi restando i valori di riferimento e i fini dell'Associazione che non sembra richiedano una rivisitazione, visto che, ad esempio, già risulta chiara la scelta dell'Aiart di muoversi anche nel mondo del Web, nel quale esercitare il proprio giudizio. Ma soprattutto, la volontà di farsi carico della dimensione formativa e di tutela per gli utenti di tutti i media. Anche su questo, però, andrebbe fatta una riflessione ad hoc per approfondire l'azione a favore degli utenti del Web, che ricordiamolo è diventato un luogo mediatico parallelo e intrecciato con la realtà. In tanti ormai sperimentiamo la connessione e la commistione tra reale e virtuale, al punto che persino la nostra identità personale è al tempo stesso reale e virtuale. Perciò è opportuno avere uno sguardo profondo e cogliere le possibili interazioni e persino la sfida del nuovo umanesimo che si intravede e che ci vedrà relazionare con l'intelligenza artificiale trasferita al di fuori di noi (vedi, ad esempio, i robot umanoidi).
Si tratta, dunque, di riorientare la nostra prospettiva: il Web non è il mondo da osservare per giudicare, ma il mondo da vivere per capirlo e se possibile, governarlo e cambiarlo. E soprattutto quello nel quale incontrare le nuove generazioni utilizzando i loro linguaggi. In questa prospettiva, tutto il mondo cattolico segna un ritardo da colmare al più presto. Peraltro dobbiamo prendere coscienza che questo ritardo danneggia tanto il processo assolutamente necessario della re-intermediazione quanto quello della ri-appartenenza che, come abbiamo detto, sono interconnessi.
Per concludere questa prima parte ricordiamo la sequenza del moto sociale che stiamo vivendo: **dis-intermediazione, dis-appartenenza, ri-appartenenza e re-intermediazione**.

Prima di procedere oltre, soffermiamoci sul processo di dis-intermediazione così come si è venuto configurando all'interno del mondo cattolico perché esso ha risvolti immediati sulla coscienza dell'appartenenza. Nel nostro caso specifico, certamente per l'appartenenza all'Aiart, ma anche per l'appartenenza alla Chiesa universale e a quella italiana in particolare.

Ovviamente queste considerazioni sono semplici rilevazioni e non vogliono in alcun modo esprimere un giudizio di valore.

Innanzitutto va detto che il fenomeno della dis-intermediazione globale ha avuto in questi anni un riflesso diretto sulla vita della Chiesa e sulla vita dei corpi intermedi che ad essa fanno riferimento. In particolare si osserva che uno dei più grandi attori internazionali della dis-intermediazione, forse il più grande, è proprio Papa Francesco.

Al centro di questo processo vi sarebbe proprio la sua idea di Chiesa fondata sul binomio Vescovo-popolo, sintetizzabile in quella mirabile immagine che indicò nel suo primo incontro con i vescovi italiani: il pastore che sta davanti, dietro e in mezzo al gregge. A cui va aggiunto l'invito rivolto ai laici e al popolo a bussare alla porta del vescovo che deve sempre rimanere aperta.
Si è trattato di una operazione di dis-intermediazione particolarmente complessa e molto dolorosa per una cultura ecclesiale e di governo ecclesiale (soprattutto italiana) che ha visto moltiplicarsi, soprattutto nel secolo scorso, le mediazioni spirituali, culturali, associative e persino corporative del mondo cattolico. L'Italia, più di ogni altro, è il Paese dell'intermediazione ecclesiale: dall'Azione cattolica ai Movimenti, dalle Associazioni del lavoro a quelle di categorie professionali le più diverse, dalle organizzazioni caritatevoli a quelle di servizio alla persona e alle comunità, senza trascurare gli ambiti della cultura e

della comunicazione. Se il rapporto è quello tra vescovo e popolo, qual è il posto di tutti questi soggetti che hanno radici profondissime nel secolo scorso?

Da qui una crisi identitaria non secondaria che ciascuna organizzazione, grande e piccola, sta in qualche modo affrontando. Molti hanno cercato di sanare la crisi attraverso un'adesione non formale alle grandi linee di indirizzo indicate nella Evangelii Gaudium, di cui ancora oggi si suggerisce una rilettura al fine di riposizionare la vita associativa. Questa è una traccia di lavoro che forse va proposta anche all'Aiart: ripensarsi alla luce della Esortazione apostolica. Non si tratta di una semplice e formale adesione al pontificato, ma di trarne linee di indirizzo e di azione per rianimare il senso di appartenenza tanto alla Chiesa italiana quanto all'Aiart. Può essere un'occasione utile per rivisitare la mission associativa e la sua specifica vocazione alla luce di alcuni cardini della Evangelii Gaudium, peraltro indicati a tutti i movimenti popolari:

- l'unità è superiore al conflitto
- il tutto è superiore alle parti
- il tempo è superiore allo spazio
- la realtà è superiore all'idea

Intanto il Papa non smette di accorciare le distanze fra Vescovo e popolo, non solo nei suoi incontri personali, ma anche nelle scelte di governo. Sempre in termini di dis-intermediazione, basti pensare alla riforma del processo canonico e alla responsabilità attribuita ai vescovi di dichiarare personalmente e in tempi brevissimi la nullità del vincolo matrimoniale. C'è poi la facoltà attribuita a tutti i sacerdoti in occasione del Giubileo della misericordia di rimettere il peccato mortale e grave dell'aborto. E ancora la scelta fatta con l'esortazione post-sinodale Amoris laetitia di affidare direttamente ai sacerdoti la possibilità di valutare il cammino di discernimento percorso dai divorziati risposati e il loro eventuale accostamento al sacramento dell'Eucarestia.

In tutti questi casi è tangibile un processo di dis-intermediazione che va colto nella sua dimensione di prossimità che dovrebbe offrire seri elementi di riflessione all'Aiart. La ri-appartenenza, infatti, passa sicuramente attraverso la prossimità che trova nella relazione il suo humus ideale.

Anche sul fronte della Chiesa italiana dobbiamo registrare non solo la consonanza dei vescovi con il Papa, ma anche una certa accelerazione del processo di dis-intermediazione, ben visibile nel ridimensionamento del ruolo delle cosiddette reti cattoliche. Così che oggi l'associazionismo cattolico è messo alla prova da due grandi processi di dis-intermediazione. Uno più propriamente laico e che attiene allo spazio pubblico e un altro, non meno problematico, che è relativo alla dimensione ecclesiale. Un doppio processo che come abbiamo cercato di dimostrare, richiede un doppio livello di azione nel pubblico come nella Chiesa, attraverso più livelli di ri-appartenenza e di re-intermediazione. E tutti noi sappiamo, per esperienza sul campo, quanto sia difficile la presenza, da cattolici, nello spazio pubblico.

Passiamo ora ad alcune considerazione finali che attengono alla consapevolezza della cosiddetta "società di mezzo" nella quale operano i corpi intermedi come l'Aiart e tanto altro associazionismo cattolico.

Innanzitutto **non c'è salvezza per questi organismi fuori dalla scelta educativa.** E questo per l'Aiart può essere il valore aggiunto, come già lo è stato in passato. Ma oggi emerge una sfida dai contorni nuovi che va giocata nelle due dimensioni, **verticale e orizzontale**, che costituiscono la dinamica virtuosa dei corpi intermedi desiderosi di partecipare al dialogo sociale.

La **dimensione verticale**, pur coltivata in stagioni oggettivamente più facili, cioè quando la rappresentanza politica era del tutto chiara (basti pensare alla fase nascente dell'Aiart come del Copercom), ov-

vero alla lunga intermediazione democristiana che favoriva una tranquilla e stimata interlocuzione istituzionale. Ma oggi? La disarticolazione del quadro politico, con la scomparsa dei moderati e i favori conquistati dagli uomini e dalle organizzazioni "forti" e "muscolose", rende ancor più complicato ogni tipo di relazione. Ma qui dovrebbe valere la capacità di resilienza propria del mondo cattolico, che deve trovare anche attraverso associazioni come l'Aiart nuovi canali di interlocuzione istituzionale e perciò stesso verticale. Certo, investendo nuove energie in questo tentativo di educazione delle nuove classi dirigenti, abituate piuttosto a gestire soluzioni tecnocratiche. Basti pensare ai presidenti del Consiglio che hanno segnato i nostri ultimi decenni, o anche allo stesso programma di Governo stilato da 5Stelle e Lega per trovare tante soluzioni tecnocratiche, ma nessuna idea di Paese. Non ci deve stupire e deve piuttosto spingere associazioni come l'Aiart a rivendicare e a marcare sempre più la propria dimensione valoriale.

Ma c'è da curare soprattutto la **dimensione orizzontale**. Su questo terreno si gioca la grande sfida del digitale che va accolta senza remore e tempestivamente. Occorre non solo esserci, ma inventare luoghi nuovi nei quali valorizzare il pensiero dell'Aiart come un flusso. Bisogna frequentare i social con la pazienza di chi vuole impossessarsi di uno stile, ma per poter far circolare le idee legate alla mission dell'Aiart. Non ci si può illudere: se non ci si tuffa al più presto nei social, sarà sempre più difficile intercettare i giovani (quanti aderiscono all'Aiart?) e soprattutto sarà necessario accettare i loro linguaggi, i loro giudizi (che probabilmente non ci piaceranno) e le loro contraddizioni. Partendo anche dalla consapevolezza che è cambiata la forma di fruizione della tv che sino a ieri era solo un elettrodomestico. Oggi, invece, è possibile fruire della tv dappertutto. E la stessa proposta televisiva è insidiata da nuovi soggetti pronti a sbranarsi sul mercato. Basti pensare alla partita durissima fra Sky e Netflix sul piano dei contenuti e della loro fruizione. Ma noi sappiamo che la tv generalista continuerà ad avere un ruolo decisivo se non nell'intrattenimento (sempre più parcellizzato e pluralista) sicuramente nella formazione dell'opinione pubblica.

Ecco alcune brevi conclusioni:

- Occorre una seria analisi, e questa può farla solo l'associazione al suo interno, sull'effettivo impatto della doppia dis-intermediazione (civile ed ecclesiale) e della doppia dis-appartenenza sulla vita dell'Aiart. In termini di adesioni, di udienza pubblica, di peso sociale e comunicativo, di presenza di giovani (termometro di benessere e di investimento sul futuro associativo);

- Occorre prendere coscienza, vale per tutti i soggetti colpiti dalla dis-intermediazione e dalla dis-appartenenza, che bisogna avviare un processo di ri-appartenenza e di re-intermediazione. Come si sente dire spesso e giustamente da esponenti della Chiesa italiana, non possiamo continuare a fare le cose che abbiamo sempre fatto;

- Occorre una rilettura della Evangelii Gaudium, insieme con un'adesione non formale alle indicazioni dei messaggi per la Giornata delle comunicazioni sociali, per riallineare la missione associativa e trovare nuovi input;

- Occorre alimentare la dimensione formativa verticale: educazione delle nuove classi dirigenti, quelle che si affacciano al potere come quelle che si stanno già scaldando;

- Occorre infine sviluppare la dimensione formativa orizzontale con un forte impegno relazionale, miscelando sapientemente i vecchi modelli educativi e comunicativi con i nuovi che vivono nella e della Rete;

- Occorre, per ultimo, sotto il profilo della tutela, accogliere la sfida della integrazione fra reale e virtuale. Immaginare nuovi luoghi, nuove forme di presenza, nuovi stili comunicativi, nuove forme di partecipazione.

I paradossi del Parental Control Una chimera tecnologica?

Strumenti e applicazioni, non sempre conosciuti e sfruttati adeguatamente dalle famiglie e dagli educatori, paradossalmente rischiano di rappresentare l'emblema della deriva del nostro tempo: attribuire ai dispositivi ruoli e responsabilità educative che mai potranno avere.

di Lorenzo Lattanzi **marche@aiart.org**
(Presidente AIART Marche)

Parental control, Filtro minori, controllo genitori... sono soltanto alcuni dei nomi con cui si indicano le funzioni volte a precludere alcuni contenuti in base all'età dell'utente su televisori di nuova generazione, computer, dispositivi mobili, browser e applicazioni web. Si tratta di servizi disponibili su sistemi operativi *Windows* e *Apple* come pure su dispositivi *Android* e *iOS*, ma quanti ne conoscono l'esistenza, sanno utilizzarli e ne promuovono l'uso?

Oggi invocare la censura o pretendere rispetto delle fasce protette in TV rischia purtroppo di apparire anacronistico. Siamo infatti consapevoli che Internet mette a disposizione di tutti, in qualsiasi momento della giornata, infiniti contenuti non soltanto informativi ed educativi, ma anche volgari, violenti, pornografici o diseducativi.

Eppure è la Rete stessa ad offrire possibili soluzioni. Sono tantissimi gli articoli di approfondimento e i video-tutorial dedicati alla spiegazione di come attivare sistemi di filtraggio che potrebbero rappresentare un valido argine all'accesso indiscriminato a immagini e messaggi pericolosi. Lo stesso motore di ricerca *Google*

In Italia la tecnologia e il quadro normativo di riferimento non sono assolutamente adeguati ad una efficace tutela dei minori e i cosiddetti 'filtri' o 'controllo genitori' non devono costituire un espediente per abbattere gli argini capaci di sbarrare la strada a contenuti inappropriati, violenti, illegali e pericolosi per la salute dei minori. Ma soprattutto non devono costituire un pretesto per rinunciare a ogni impegno formativo, e tradursi, nel caso della tv, in una liberalizzazione dei palinsesti.

Ad oggi i dati parlano chiaro e in un continuo contesto in trasformazione riportano: un 70% degli under 8 che naviga con il tablet e una Tv senza controlli per il 73%. A 7 anni arriva il primo smartphone, ma nella fascia 6-8 anni già il 70% dei bambini ha accesso alla rete con il tablet dei genitori, spesso con scarso controllo. Oltre il 16% degli adolescenti ignora i rischi del sexting on line, ovvero dello scambio di immagini sessualmente esplicite sul Web. A tutto ciò si aggiunge che l'uso di internet viene motivato principalmente da necessità di studio, giochi e video online. Il 21% dei genitori, però, afferma di non essere a conoscenza di cosa i propri figli realmente facciano in rete.

consente di attivare il "*Safe search*", un filtro che dovrebbe impedire ai minori di trovarsi di fronte a contenuti inappropriati. Stanno anche nascendo piattaforme e applicazioni dedicate ai più piccoli, che promettono di selezionare automaticamente i messaggi e di preservare da esperienze mediali potenzialmente pericolose. Per fare qualche esempio, si va da applicazioni per cellulari e tablet come *Youtube Kids* o *Messenger Kids*, al motore di ricerca *qwantjunior.com*, consigliabile come home page nei browser destinati ai più piccini, per tutelare le loro ricerche online al posto del solito *Google*.
Purtroppo però questi software, benché siano in grado di intercettare gran parte dei rischi, non possono escluderli del tutto. Ad esempio, l'algoritmo che seleziona i video per Youtube Kids potrebbe non riconoscere le parodie dei cartoni più celebri caricate da buontemponi sul web, e i bambini potrebbero trovarsi ad assistere a dialoghi surreali dei loro beniamini animati, infarciti di parolacce e doppi sensi, senza che il sistema riesca a riconoscerli. Lo stesso parental control, attivabile su tutti i televisori e decoder dal menù delle impostazioni, talvolta non è in perfetta sincronia col programma televisivo precluso ai minori. Allora potrebbe accadere che questi ultimi davanti allo schermo possano assistere alle scene iniziali di un film a luci rosse o con scene particolarmente macabre, prima che il filtro digitale entri in funzione.

> **Un cavillo che non annulla i divieti**

Si tratta dunque di strumenti che vanno considerati come *extrema ratio* da adulti impossibilitati a vigilare sul contenuto mediale fruito dai più piccoli. Sicuramente il loro uso andrebbe conosciuto meglio e divulgato, ma non potrà mai sostituire un'azione educativa consapevole. Anche in questo caso va ribadito che non è opportuno attribuire alla macchina responsabilità proprie dell'uomo.
È fondamentale, infine, che i minori siano consapevoli delle motivazioni che impongono limitazioni e regole per una corretta ed equilibrata fruizione dei dispositivi mediali, specialmente nella primissima infanzia. Crescendo i ragazzi potrebbero addirittura essere accompagnati dai genitori alla visualizzazione anche di contenuti discutibili e diseducativi, imparando a commentarli e criticarli a scuola e in famiglia. In questo modo, sin dagli ultimi anni della primaria, si potrà evitare "l'effetto sorpresa" procurato da qualche compagno che potrebbe mostrare, sul proprio smartphone senza filtro, immagini scabrose o proibite. Soltanto in questo modo si potranno sfruttare appieno tutte le risorse che la tecnologia oggi mette a nostra disposizione, accrescendo senso critico e responsabilità anche negli utenti più piccoli, aiutandoli a diventare cittadini mediali maturi, pronti ad evolversi in "spett-Attori", ovvero da semplici spettatori a protagonisti della comunicazione e del progresso.

Interessanti spunti di riflessione per calibrare l'esperienza mediale dei minori in base all'età sono stati offerti dallo psichiatra infantile Serge Tisseron, nel suo libro "3-6-9-12. Diventare grandi all'epoca degli schermi digitali" edito da La Scuola. Ne sintetizziamo i punti salienti.
Prima dei 3 anni qualsiasi schermo andrebbe evitato: niente Tv, computer, tablet o smartphone. Il bambino sotto i tre anni rischia di ritardare sviluppo motorio e del linguaggio. Rispetto al restare seduti di fronte a uno schermo è assolutamente consigliabile il gioco libero, da soli o in compagnia, in casa o all'aria aperta.
Dai 3 ai 6 anni i bambini possono iniziare a fruire degli schermi per vedere qualche video o fare attività a loro dedicate, ma possibilmente in maniera non isolata né isolante rispetto al contesto in cui si trovano. Perciò è importante anche evitare console di gioco personali prima dei 6 anni: videogiocare troppo precocemente rischia di assorbire tutta l'attenzione e di impedire o limitare esperienze ambientali, sociali e motorie fondamentali nella primissima infanzia. Fino a 9 anni il bambino non dovrebbe avere accesso a Internet e ad applicazioni web senza l'ausilio di un insegnante o di un genitore. Infatti soltanto attraverso esperienze guidate in Rete potrà essere portato alla padronanza delle tre regole base per l'utilizzo di Internet:

1. tutto ciò che viene pubblicato, anche in chat, può diventare di pubblico dominio;
2. è praticamente impossibile cancellare completamente le tracce lasciate sul web;
3. non tutto ciò che si trova online è buono, vero, giusto o lecito. Si devono raccontare agli adulti le proprie esperienze mediali, eventualmente consultando insieme a loro altre fonti.

Dopo i 12 anni i ragazzi possono iniziare a navigare da soli e fare le prime esperienze di chat online. Ma i genitori dovrebbero definire le regole e gli orari di utilizzo, anche attraverso mezzi di controllo automatici).

Applicare il GDPR è un investimento, non un costo

Cittadinanza digitale e protezione dei dati personali in Europa: l'entrata in vigore del regolamento Ue 2016/679. L'intervista rilasciata a Il Telespettatore da Franco Pizzetti, Professore di diritto costituzionale all'Università di Torino e già Garante Privacy dal 18 aprile 2005 al 17 giugno 2012.

aiart@aiart.org

Prof. Pizzetti precisiamo subito che il GDPR è legge di tutti i Paesi Europei e non si aspetta il decreto delegato (proroga fino al 21 agosto). È così?
È esattamente così, non si attende il decreto delegato.

Il 25 maggio 2018 è entrato in vigore il regolamento europeo per la protezione dei dati; è un contesto nuovo che si apre. Cosa vuol dire per l'Europa e cosa vuol dire per l'Italia.
Vuol dire cercare di conciliare con un certo successo la protezione dei dati personali e lo sviluppo dell'economia digitale. Si tratta di un regolamento molto sostanzialista che impone ai titolari di valutare il rischio dei trattamenti e di adottare le misure adeguate; di informare gli interessati, cioè le persone i cui dati sono trattati, dei trattamenti al fine di consentire loro di esercitare, se lo ritengono necessario, i loro diritti.

Qual è l'innovazione più importante?
La grande novità rispetto al passato è che non ci sono prescrizioni dettagliate e burocratiche. È il titolare a valutare, in base al rischio dei trattamenti, quali misure adeguate deve adottare e questo fin dalla progettazione del trattamento; inoltre, dà molto più potere alle autorità di controllo e al regolatore europeo, che è il gruppo delle autorità di controllo riunite insieme, al fine di sviluppare e fare evolvere questo regolamento.

> **"Al centro c'è l'accountability"**

Il regolamento è diverso rispetto alla direttiva: quali i punti fondamentali e le differenze da mettere in evidenza?
È tutto un altro mondo; è come essere passati dalla carrozza a cavalli alle automobili a scoppio. La direttiva era stata adottata come direttiva di mercato interno e regolava essenzialmente scambi di dati a finalità commerciali; prevedeva leggi nazionali e loro attuazione ed era molto basata sul consenso dell'interessato; si trattava di una direttiva iperprotettiva ma che al contempo ignorava completamente alcuni aspetti; anche perché nel 1995 non si aveva ancora idea dello sviluppo della società digitale, dell'intelligenza artificiale e di tutto ciò che sta accadendo oggi. Con il regolamento quindi si passa dalla difesa dell'interessato, che rimane, alla responsabilità del titolare di proteggere i trattamenti. È importante precisare che al centro della nuova regolamentazione c'è il trattamento dei dati e non i dati: gli interessati hanno diritto affinché i loro dati siano trattati in modo sicuro con misure adeguate a proteggere dai rischi che questi trattamenti fanno correre. Questa responsabilità è tutta sulle spalle del titolare.

La valutazione del rischio va fatta quindi sul trattamento?
Esattamente. I dati sono l'oggetto del trattamento; al centro

dell'attenzione adesso c'è il trattamento.

Quali i rischi per le imprese che non lo applicano?
Intanto una perdita clamorosa di immagine; il rischio di vedere i loro dati diffusi magari attraverso hackeraggi e quindi perdere competitività e mettere in grave rischio le loro stesse attività oltre che i dati dei clienti; e poi ricordiamo le sanzioni che possono essere anche molto rilevanti come ormai è noto a tutti-fino al 2% del prodotto mondiale o del 4% lordo mondiale- ma che ovviamente si applicano alle più clamorose violazioni. I rischi veri sono di far male il proprio lavoro e di mettere a repentaglio la propria attività; di perdere la fiducia delle persone nella propria impresa. Poi ci saranno anche le sanzioni ma prima di tutto c'è la perdita della fiducia che è fondamentale perché la società digitale opera con una moderata possibilità di controllo da parte delle persone; quindi se le persone non possono avere fiducia dei titolari e quindi di un trattamento regolare, corretto, trasparente e lecito dei loro dati, ovviamente chi è che compra un biglietto per via telematica? chi è che si fida di un ospedale le cui cartelle elettroniche sanitarie sono hackerabili e diffondibili? È questo il punto fondamentale. Quindi si tratta innanzitutto di una regolazione che serve in modo assolutamente centrale ad avere una società digitale ben regolata e nella quale i cittadini possano avere fiducia.

Il regolamento prevede anche il DPO (Data Protection Officer). Qual è la funzione di questa figura? E quali le aziende interessate?
Il DPO è il responsabile dell'attuazione corretta del trattamento. È importante precisare che non ci occupiamo più di sicurezza dei dati ma di sicurezza dei trattamenti; il DPO non è un soggetto che deve verificare solo la sicurezza ma anche la correttezza del trattamento sotto tutti i profili. È una figura prevalentemente giuridica che può e deve avere anche competenze di interesse all'attività informatica di trattamento digitale ma non è assolutamente una figura che ha al centro la sicurezza del trattamento ma il rispetto delle regole di contenzione dati da parte di coloro che fanno i trattamenti. Infine, è una figura che riguarda soprattutto quelle aziende che trattano in misura massiva i dati in modalità digitale e una quantità elevata di trattamenti; quindi sostanzialmente oggi tutte le imprese, di dimensioni significative e non, che abbiano però come core business il trattamento digitale dei dati.

> **"La fiducia nella digital economy"**

Un tema particolarmente dibattuto riguarda il rapporto tutela- minori e trattamento dati personali. Quali le differenze tra gli Stati, dal punto di vista dei dati sensibili e dei minori in particolare.
Per i trattamenti dei dati c'è una norma specifica ma riguarda solo i servizi che vengono offerti direttamente da operatori della società digitale e serve ad evitare, ad esempio, che tramite email o app si offrano servizi di gioco al casinò o di qualunque tipo senza ragionevole sicurezza che i destinatari siano persone che abbiano una determinata età e quindi non inferiore al limite stabilito, che il regolamento fissa ai 16 anni e gli Stati membri possono ridurre fino ad un minimo di 13 anni. Nel caso in cui non si rispettano i limiti di età, l'offerta per essere valida deve essere accettata da chi ha la potestà genitoriale. Ma riguarda solo i servizi offerti direttamente dal fornitore attraverso le reti della società digitale ad un destinatario.

IL GDPR: è anche e soprattutto un cambiamento culturale per imprese, istituzioni e cittadini. Esiste regola in grado di dare indicazioni specifiche sulle misure da adottare per evitare che un trattamento – che oggi nessuno pensa- possa domani provocare rischio alle nostre libertà?
Studiare, analizzare, verificare, pensare. Non esistono regole, se non nel senso che pongono a carico di chi fa i trattamenti la responsabilità di usare tutte quelle regole adatte a proteggere i trattamenti. Per fare l'esempio più semplice: qual è la regola che specifica la velocità da rispettare quando si passa davanti ad una scuola o c'è la nebbia a cinque metri di visibilità? È il rischio. Noi dobbiamo adottare una velocità con la nostra automobile tenendo conto del traffico, dello stato dell'automobile, del nostro stato di salute e infine della velocità massima. Così come quando ci mettiamo alla guida dobbiamo decidere, nelle circostanze in cui operiamo, qual è la velocità a cui possiamo viaggiare; allo stesso modo chi tratta i dati deve sapere quali rischi può far correre, quali finalità persegue, quale struttura organizzativa ha, quali tecnologie adotta; e deve essere in grado, in qualunque momento, di fronte all'autorità ma anche agli interessati, di dimostrare che i suoi trattamenti sono legittimi e quindi corrispondono ad una valutazione di rischio adeguata e che le misure adottate sono anch'esse adeguate al rischio così come quando siamo alla guida dell'automobile.

Dal cinema alla tv digitale per fare cultura

Da Como con Aiart e la diocesi un progetto sperimentale, basato su un nuovo formato 'digitale' diretto alla conquista di nuovi pubblici. Obiettivo primario: sollecitare e promuovere una nuova consapevolezza dell'uso dei media. Coordinatore tecnico del progetto Marco Fumagalli.

di Marco Fumagalli **aiart@aiart.org**
(Presidente Aiart Como)

Sfruttare la tecnologia digitale per "fare comunità" e promuovere modelli sperimentali di nuova evangelizzazione attraverso eventi di cultura capaci di sollecitare il senso critico e la riflessione a nuovi pubblici oggi lontani da dinamiche di trasmissione della cultura non più attrattive. Trasformare, insomma, la classica relazione frontale dell'esperto di turno in un format multimediale autoprodotto dagli stessi organizzatori. È questo il laboratorio per promuovere una nuova consapevolezza dell'uso dei media chiamato "ASTRA HUB. Cinema e cultura in rete". Il progetto che Fondazione Cariplo ha deciso di finanziare tramite bando ad ACECC, l'ente comasco cinema che gestisce la sala Astra nel centro città di Como, candidatasi lo scorso anno insieme ad Aiart Como e all'ufficio comunicazione della Diocesi con altre sette realtà del terzo settore. Fondazione Cariplo ha finanziato la prima annualità di progetto e le attività per la sua realizzazione sono cominciate il primo febbraio di quest'anno. La prima annualità si concluderà a maggio del 2019 mentre la prima fase operativa si è conclusa a maggio 2018 quando il cinema Astra è stato allestito con attrezzatura tecnologica di alta gamma (una regia digitale e l'allestimento di uno studio tv) per trasmettere il primo evento in streaming. La progettazione è stata curata da Marco Fumagalli che è ora coordinatore tecnico del progetto e presidente di Aiart Como.
Il cinema Astra è l'ultima monosala del centro città e sta cercando di rilanciare il suo storico ruolo di avanguardia culturale. L'obiettivo è trasformare il cinema in un hub per promuovere eventi di cultura e di cinematografia, sperimentando un nuovo format "digitale" per conquistare nuovi pubblici e connettere il territorio delle province di Como e Sondrio comprese in diocesi. Partendo proprio dalla sua storia, Astra ambisce a diventare un centro polifunzionale in grado di offrire la produzione "live" e via web in diretta streaming FULL HD di iniziative culturali rivolte alla diocesi coinvolgendo altre 7 sale sul territorio (quasi 2000 posti a sedere) ma virtualmente fino a 10.000 contatti unici e alle dirette sui siti. In buona sostanza un vero e proprio canale tv in rete.

> **"Rinascere per fare rete in streaming"**

Un nuovo format per far vivere la cultura a tutti – Gli operatori culturali in rete promuovono le iniziative beneficiando di un fondo comune per aumentare la qualità di ingaggio dei relatori e degli ospiti; condividendo la promozione di un calendario, un piano di comunicazione unico e iniziative coordinate per la raccolta fondi utile a garantire la continuità delle attività. Gli eventi in rete sono un vero e proprio "format" Tv che fa uso della multimedialità per proporre temi e relatori in modo nuovo e coinvolgente anche a chi sarà spettatore "a distanza", ma potrà comunque interagire grazie proprio alla multimedialità e all'uso in diretta dei "social". Non vengono proposti "nuovi eventi" bensì rimodulati e arricchiti quelli dell'attività culturale tradizionale dei partner. Lo

scopo è utilizzare le nuove tecnologiche digitali e il linguaggio multimediale per avvicinare la cultura a più pubblici (giovani, ragazzi, famiglie) e favorire una fruizione dell'evento a distanza, ma sempre comunitariamente, per promuovere l'interazione tra ospiti e pubblico e tra i diversi pubblici presenti nelle sale. L'organizzazione degli eventi, un laboratorio culturale, è delegata ad un tavolo tecnico presidiato da tutti i partner di progetto con la supervisione di un regista professionista.

Astra Play – La registrazione degli eventi è riproposta in video sintesi e postata sul portale del progetto www.astracinema.it per la visione in differita su smartphone e smart tv. I servizi offerti da Astra, anche con regia mobile per eventi in esterna, sono proposti a nuovi pubblici (aziende, associazioni di categoria, ordini professionali) per convention, corsi professionali (...) al fine di garantire anche nuove entrate finanziarie e quindi la sostenibilità del progetto. L'attività di live e di postproduzione, è seguita da una piccola casa di produzione, parte della rete, che organizzerà anche corsi di formazione per coinvolgere giovani operatori-volontari appassionati di produzioni video e cinema.

> **"Come sostenere il progetto Astra"**

Il sostegno di tutti per rilanciare le monosale – Per salvare il cinema e la sua storia, si è già mobilitata l'opinione pubblica del capoluogo, l'azione di comunicazione integrata sarà in grado di catalizzare ancora più attenzione. La campagna di sostegno è collegata direttamente agli eventi culturali. Chi deciderà di partecipare ad un incontro donando anche solo 1 euro potrà prenotare in esclusiva due poltrone per assicurarsi il posto migliore alla serata scelta. Ogni evento in calendario e sostenuto dal progetto sarà comunque ad ingresso gratuito. L'obiettivo è raccogliere fondi per 20.000 euro entro maggio 2019. Dopo il primo evento il fondo è arrivato a 5.000 euro.

La seconda annualità – A settembre 2018 sarà proposta una seconda annualità per dotare anche le altre sette sale di una stazione di trasmissione streaming in HD così da completare il circuito e consentire un feedback ad alta definizione. Ciò permetterà una miglior interazione tra i pubblici e anche la delocalizzazione degli ospiti nelle diverse sale.

Le fake news, il primo web evento

"Non abboccare – Come e perché nascono le fake news" è stato il primo evento, tenutosi il 24 maggio scorso, trasmesso in diretta streaming da Astra; organizzato proprio da Aiart e promosso dalle diocesi di Como e Milano. Sul palco-studio Daniele Bellasio, caporedattore esteri del quotidiano "La Repubblica" e autore di inchieste sul recente scandalo "Cambridge Analytica"; Luca Sofri, direttore del giornale on line "Post" e autore del libro "Notizie che non lo erano"; Piercesare Rivoltella, docente dell'Università Cattolica ed esperto di "social ed educational media". La serata è stata arricchita dai contributi video esclusivi dell'attore e comico Giacomo Poretti; di Chiara Giaccardi (antropologa della comunicazione); con le "incursioni" dei giovani studenti della Youth Bank, coordinati dal regista Paolo Lipari che hanno costruito alcune video notizie verosimili facendo poi indovinare al pubblico tramite whatsapp quelle vere. Le redini della conduzione sono state affidate all'attore Stefano Dragone. L'evento è stato promosso in occasione della 52° Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali. La video sintesi rimontata e ottimizzata è ora in visione su Astraplay, la piattaforma di **www.astracinema.it.**

Come civilizzare il digitale dalle prevaricazioni

«Algoritmo» è diventato ormai sinonimo di controllo sociale. Ma chi detiene le chiavi degli algoritmi? Sono strumenti di libertà o di dominio? Ecco una riflessione di Michele Mezza, che si lega al suo ultimo libro, con cui affronta il vero nodo della nostra libertà: il passaggio da "calcolato a calcolante".

di Michele Mezza
(Giornalista e docente Università "Federico II " di Napoli)

La chiusura di Cambridge Analytica, per quanto preluda anche ad una manovra trasformistica, comunque ci dice che il mondo digitale non è facilmente riducibile ai suoi proprietari. Siamo di fronte ad un fenomeno complesso.
Sia per la sua origine, strettamente connessa alla stagione libertaria del movimento americano che preparò il '68 europeo, sia per la sua struttura e meccanica relazionale e produttiva, basata sulla condivisione permanente di cause ed effetti del calcolo, il mondo digitale non è supinamente riducibile ai tradizionali poteri di proprietà e di controllo che dominarono il secolo scorso. E per questo ci offre straordinarie opportunità di riprogrammazione degli assetti sociali.
Il titolo stesso del libro-Algoritmi di Libertà- è mutuato da una straordinaria definizione che nel lontanissimo 1959 diede Adriano Olivetti per spiegare all'allora Presidente della Repubblica Giovanni Gronchi cosa fosse l'Informatica: tecnologia di libertà. Una formula del sapere, disse, che deve emancipare l'uomo dal dominio del bisogno e dalla schiavitù del lavoro. Una profetica visione che ha innervato ovunque questa tecnologia.
Proprio perché il calcolo è una potente modalità di organizzare la convivenza sociale, è necessario civilizzare le forme che assume e bonificare il mondo digitale dalle distorsioni di prevaricazioni e di subalternità.
Spiega un grande matematico americano, Alexander Galloway che "l'algoritmo è l'unica espressione umana che convertendo il significato in azione è inconsciamente eseguibile". Oggi il nodo della nostra libertà si scioglie se riusciamo a sostituire quell'*inconsciamente* con un *consapevolmente.*
Questa sostituzione è il vero buco nero che al momento rischia di ingoiare il pensiero computazionale.
D'altro canto il nuovo modello contiene inedite opportunità di condivisione e redistribuzione della ricchezza; sia per gli individui sia per le comunità, come la geografia globale dei consumi ci mostra su scala mondiale.
In assenza di un rinnovato conflitto sociale, le istituzioni e le norme da sole non possono oggi invertire la spinta alla privatizzazione e alla concentrazione e promuovere le opportunità individuali, comunitarie e sociali. Le norme, come il recente regolamento europeo GDPR, fotografano in ritardo i rapporti di forza che si determinano nel conflitto sociale e politico. Proprio l'esperienza del sistema della comunicazione, in particolare della televisione, che è stato investito per primo da questi nuovi linguaggi multimediali, ci dimostra come sia indispensabile la ricostruzione di un'autonomia culturale e professionale delle figure produttive e creative del circuito mediatico. La prevalenza delle piattaforme sui contenuti, dell'impaginazione sulla notizia, del titolo sul racconto, ci dimostra in quale direzione stia andando l'economia dell'informazione se viene guidata esclusivamente dai monopoli dell'algoritmo.
La civilizzazione del digitale passa per una riflessione originale sui nuovi codici professionali che, grazie al flusso ormai infinito di dati, ci permette di lavorare su ogni singolo profilo di utente. Un lavoro che tenga conto delle radicali differenze delle specificità culturali e linguistiche; che sappia leggere i segnali di conflitto che cominciano a manifestarsi nei processi creativi ed editoriali, come ad esempio la crisi di Instant Articles di Facebook ci indica, pensiamo a quanto sta accadendo nel mondo della logistica o della gig economy, dove ormai la contesa sulla gestione del lavoro è esplicita.
I caps o *content and application providers* sono singoli sviluppatori, ma anche imprese editoriali e produttori audiovisivi. E tra caps e ott tutto è ancora da negoziare.
Innanzitutto la divisione del valore. Oggi in media due terzi del valore va alla piattaforma e solo un terzo ai fornitori del lavoro creativo. Solo i grandi fornitori di contenuti, dopo aspri conflitti legali sui diritti d'autore, riescono a ottenere condizioni contrattuali migliori, quasi mai però superiori alla metà dei ricavi. Siamo così nel gorgo che descriveva proprio uno dei padri dell'informatica, Alan Turing, quando ci diceva che "l'innovazione si trova lungo quell'incerta linea che separa l'intraprendenza dalla disubbidienza".

L'atelier creativo digitale

Il "Piano laboratori", di cui all'azione 7 del Piano Nazionale Scuola Digitale, ha previsto lo stanziamento di 40 milioni di euro per la realizzazione, nelle scuole italiane, di atelier creativi, finalizzati a "rendere ordinamentali quelle pratiche laboratoriali innovative che ancora oggi, troppo spesso, sono relegate all'ambito extracurricolare".
È lo stesso Piano Nazionale a definire tali atelier come "spazi innovativi e modulari dove sviluppare il punto d'incontro tra manualità, artigianato, creatività e tecnologie". Queste ultime, come efficacemente affermato dal MIUR, "hanno un ruolo abilitante ma non esclusivo: come una sorta di "tappeto digitale" in cui, però, la fantasia e il fare si incontrano, coniugando tradizione e futuro, recuperando pratiche ed innovandole". Negli scorsi mesi, varie scuole – spesso con un marcato spirito di condivisione, utile nell'ambito della diffusione di nuove esperienze di didattica digitale – hanno iniziato a progettare e realizzare tali spazi, in un'ottica di costruzione di apprendimenti trasversali, dove gli studenti hanno modo di stimolare la propria curiosità intellettuale, divenendo protagonisti della progettazione e della creazione di oggetti, traducendo quindi un pensiero in istruzioni operative e toccando con mano il risultato finale.
È evidente, pertanto, come tali ambienti siano finalizzati a migliorare, negli studenti, la capacità di analisi di dati e fatti reali, nonché l'utilizzo del metodo sperimentale e lo sviluppo del pensiero logico-scientifico, affrontando e risolvendo problemi reali. Approfondendo le potenzialità d'uso di vari materiali, vengono affrontati anche principi di fisica ed energia, acquisendo competenze rilevanti in ambito matematico e scientifico-tecnologico.
Ciò avviene, ad esempio, grazie alla robotica ed elettronica educativa, all'approfondimento della logica e del pensiero computazionale e al digital storytelling, mediante l'utilizzo e la sperimentazione di strumenti particolarmente innovativi, che stimolano le competenze digitali, relative anche ad un uso consapevole della tecnologia. In argomento, si pensi a dispositivi che, fino a non molto tempo fa, risultavano assenti dalle aule scolastiche, soprattutto nell'ambito degli Istituti comprensivi, quali, ad esempio, le stampanti 3D e termiche, nonché le macchine per il taglio laser.
Questi spazi didattici per lo sviluppo della creatività e la valorizzazione delle eccellenze sono organizzati in diverse aree di apprendimento, per coniugare modalità didattiche tradizionali e innovative, anche grazie ad una disposizione volutamente e fisiologicamente variabile di banchi modulari e di altri arredi, spesso realizzati ad hoc.
Gli atelier creativi digitali possono essere rilevanti anche nell'ambito di alcune attività della nostra associazione ed è per questo motivo che, nei prossimi numeri, vi terremo aggiornati circa le buone pratiche desumibili da alcune recentissime realizzazioni di atelier ad opera di esemplari scuole del territorio italiano.
di Riccardo Colangelo – riccardo.colangelo@aiart.org

Azzardo online: la dipendenza aumenta e il fisco fa i regali…

Esattamente un anno fa Enrico Feroci, Direttore Caritas- Roma, scriveva così sulla nostra rivista: "Quanti sono responsabili del Paese devono aver presente che sta avvenendo qualcosa di cui ci si troverà a piangere. Ai Centri d'Ascolto Caritas si rivolgono tante famiglie distrutte dal gioco d'azzardo, persone insospettabili che negli ultimi anni è stato possibile intercettare in numero crescente. È un disastro che sta maturando sotto gli occhi di tutti, eppure sembra che i segnali d'allarme non contino". Nonostante il grido di denuncia e sconcerto manifestato da più parti, abbiamo dovuto prendere atto che chi lucra sulla disperazione delle persone sembra aver alzato il tiro. È recente infatti la notizia che illustra bene un numero: "Nei primi cinque mesi di quest'anno il fisco ha incassato 71 milioni di euro dal gioco di azzardo online e 71 milioni non rappresentano che lo 0,75 per cento di un giro d'affari pari a 9 miliardi e 478 milioni che cresce

continuamente a tassi mostruosi. Nel periodo gennaio maggio di quest'anno è salito di quasi il 18 per cento rispetto al 2017 ed è ormai un fenomeno incontrollato. Eppure il fisco di solito segue un principio logico ben preciso secondo il quale le tasse più pesanti gravano su ciò che ha un maggiore impatto sociale anche dal lato sanitario per la ragione ovvia di dissuadere i consumi più nocivi e compensare i costi per la collettività delle relative conseguenze". Ma nella nostra cara Italia sembra non essere così e dietro ai numeri positivi del gioco d'azzardo continua a nascondersi una piaga individuale e sociale che abbatte i principi fondamentali della Costituzione: primo fra tutti la tutela della dignità della persona. Un principio che sembra diventare sempre più invisibile dinanzi al potere della Rete e all'incontrollato e variopinto mondo del gioco d'azzardo online. "Ma ciò che lascia ancora più sconcerto è l'atteggiamento di uno Stato che concede all'azzardo via web di pagare un'imposta 30 volte inferiore all'aliquota irpef di chi percepisce redditi da fame e ancora più assurda sarebbe la motivazione: impedire che i giocatori emigrino sui siti stranieri illegali quando è noto che la base dei concessionari è proprio all'estero". Il gioco d'azzardo è un problema che mette in pericolo il futuro della società; e l'Aiart non si stancherà mai di moltiplicare le iniziative e le azioni di sensibilizzazione e prevenzione nei confronti dei media e delle sponsorizzazioni che agiscono sull'immaginario delle persone laddove sanno di poterlo piegare a proprio uso e consumo.

Cybersicurezza, nell'UE entra in vigore la Nis

Nis è l'acronimo di Network and information security. È il decreto che punta ad armonizzare la cybersecurity dei 28 Paesi membri, compresa la Gran Bretagna, e a rafforzare concretamente il livello di sicurezza della rete e dei sistemi informativi. Con obbligo di notifica degli incidenti rilevanti da parte di enti pubblici e privati, iniziando dai colossi del Web. La notifica di incidenti con impatto rilevante sui servizi forniti andrà fatta al Computer Security Incident Response Team (Csirt) e alle Autorità competenti Nis, ossia i vari Ministeri. A questi ultimi è assegnato il compito di vigilare sull'applicazione della direttiva a livello nazionale, ed affibbiare sanzioni amministrative nel caso di mancato adempimento degli obblighi previsti. Il punto di contatto unico, in ragione del ruolo nell'architettura cyber italiana, è il Dipartimento Informazioni per la Sicurezza (Dis), cui compete assicurare a livello nazionale il coordinamento delle questioni relative alla sicurezza delle reti e dei sistemi informativi. E, a livello europeo, il raccordo con il Gruppo di cooperazione (istituito presso la Commissione europea) e la rete dei Csirt.

'Pace televisiva' fatta… Sky parte con la prima offerta pay

Dopo la firma di un contratto con Mediaset che promette di rivoluzionare la televisione a pagamento, Sky parte con la prima offerta pay sul digitale terrestre. Ma andiamo per ordine, l'accordo storico del 31 marzo, chiamato anche "pace televisiva", tra l'ad di Sky Italia, Andrea Zappia, e quello di Mediaset, Pier Silvio Berlusconi, arriva dopo un periodo di difficoltà per le pay tv italiane. Nonostante queste abbiano ancora milioni di abbonati, infatti, il numero di utenti è in costante calo – soprattutto per il moltiplicarsi delle offerte prodotte dai canali streaming. Ma cerchiamo di capire cosa cambia in concreto per gli abbonati alle due piattaforme: Mediaset Premium allarga la copertura dei propri canali di cinema e serie tv rendendoli visibili anche per tutti i clienti della piattaforma satellitare del gruppo di Murdoch. Sky Italia aumenta l'offerta di contenuti per i propri abbonati e sbarca anche sul digitale terrestre. Quali le novità dal punti di vista dei contenuti e della fruizione? Grazie all'accordo raggiunto, da giugno saranno i clienti a scegliere come ricevere Sky: via satellite, internet o digitale terrestre. Se il 27 aprile era stato contrassegnato dall'esordio sul satellite dei cinque canali cinema di Premium, inseriti nell'offerta di genere di Sky (e presto sul sat vedremo anche i canali di serie tv di Cologno), il 5 giugno è il turno della prima offerta pay by Rupert Murdoch veicolata sull'etere. Esordiranno sul ddt in versione pay i canali come Sky Uno, Sky Atlantic, Fox e National Geografic, insieme all'informazione sportiva all news di Sky Sport 24 e ai grandi eventi in onda su Sky Sport 1. Sky e Mediaset Premium rimangono comunque due aziende separate, ma una cosa è certa: si sono gettate le basi per un'unica (futura) pay tv in tutta Italia.

Radio Rai spinge sull'acceleratore digitale…

Tante le novità annunciate da Radio Rai nella conferenza stampa del 6 giugno alla presenza del direttore Roberto Sergio e del direttore generale Mario Orfeo, che segue con grande interesse il comparto radiofonico. La principale novità in arrivo è il lancio di due nuovi canali digitali provenienti da quelli generalisti. L'obiettivo di Radio Rai è di intercettare target che difficilmente frequentano le radio in Fm e di offrire contenuti verticali forti. Così dopo aver iniziato a viaggiare con cinque canali specializzati (Radio Classica, Radio Kids, Radio Live, Radio Techetè e Radio Tutta Italiana) come approfondito nel n. 5-6-7 2017 de 'Il Telespettatore', è arrivato il momento di altre realtà che verranno presentate attraverso un tour di eventi sul territorio.

Lombardia (Pavia)

Il prof. Giovanni Baggio, presidente nazionale Aiart, ha tenuto la terza lezione del corso di formazione per docenti "Educare Oggi", con un intervento intitolato: "Pensare i media, ripensare la scuola".
L'incontro, svoltosi il 23 maggio scorso presso l'Istituto di istruzione superiore "Faravelli" di Stradella (PV), scuola polo per la formazione dei docenti dell'Ambito territoriale n. 31 (Oltrepò pavese), è stato molto apprezzato dai presenti.
La lezione è stata introdotta dal past president dell'Aiart pavese, dott. Gian Carlo Arbasini, che ha illustrato le attività del tavolo tecnico "Educare Oggi", e conclusa dall'attuale presidente provinciale, prof. Riccardo Colangelo.
Ai presenti è stato distribuito l'ultimo numero de Il Telespettatore, unitamente a una copia del volume del prof. Baggio, intitolato: "Dal papiro al silicio. Percorsi e ambiti della Media Education".

Marche (Macerata)

"Azioni, Relazioni, Complicazioni dell'Era Digitale" è stato questo il tema dell'incontro che martedì 8 maggio Lorenzo Lattanzi, presidente Aiart Marche, e Tullia Mauriello, vicepresidente Aiart Macerata hanno affrontato presso l'Aula Magna dell'Ipsia Guastaferro a San Benedetto del Tronto (AP) all'interno di un'iniziativa tesa a prevenire e contrastare il fenomeno del Cyberbullismo. Un incontro organizzato dalla prof.ssa Serafina Olmo rivolto alle famiglie, ai docenti e ai responsabili istituzionali.
Come scrive sul suo profilo Facebook il prof. Massimiliano Padula (docente alla Lateranense, già presidente Aiart, attualmente presidente Copercom) «Il tecnocentrismo ha perso il suo peso specifico lasciando spazio alle capacità creative, alle relazioni, alla coscienza. In una sola parola all'uomo. Si è passati da ambienti nei quali l'uomo non è più 'immerso' ma 'emerge' con la sua umanità, dei quali decide le sorti e i colori nel bene e nel male, nei quali proietta se stesso. Nella contemporaneità digitale quello che era il centro (la tecnica) cede il passo a ciò che era periferia (l'uomo) ristabilendo l'equilibrio originario che vede nell'individuo il nucleo generatore di ogni espressione tecnologica.»
Diviene allora necessario – in primis da parte della Famiglia, della Scuola e della Politica – contribuire alla (ri)definizione dell'uomo. In modo da restituirgli dignità e responsabilità.

Buone pratiche di cittadinanza digitale

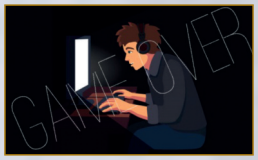
Parte da Appignano la nuova esperienza dell'AIART in R.E. D (Rete Educazione Digitale), tre giornate (25, 26, 27 maggio) di approfondimento e studio sui temi della Cittadinanza Mediale per coinvolgere un'intera città con momenti di riflessione anche ludici per tutte le età.

A partire dal 25 maggio 2018 è in vigore il nuovo Regolamento Europeo n. 679/2016 ("GDPR") sulla protezione dei dati personali

Abbiamo aggiornato le nostre policy privacy in conformità al Regolamento europeo 679/2016 in materia di protezione dei dati personali. In osservanza a quanto previsto dal regolamento europeo, i dati raccolti da AIART Cittadini Mediali vengono raccolti, trattati, conservati e gestiti secondo le idonee misure di sicurezza. Tutto questo per continuare a garantire la sicurezza e l'integrità dei dati dei nostri soci, amici e simpatizzanti.
Non devi fare nulla, vogliamo solo metterti al corrente della nostra nuova informativa.
Sul nostro sito www.aiart.org trovi l'informativa prevista dal regolamento europeo
Responsabile per la Protezione dei Dati (RPD) per l'Associazione Aiart – Cittadini Mediali – è stato designato il Dott. Riccardo Colangelo.
Contatti:
mail: riccardo.colangelo@aiart.org
tel: 06.66048450

Così l'Aiart sulla stampa

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



Dipendenza da videogame, per l'Oms è un disturbo mentale. Aiart: "Occorrono iniziative di legge adeguate".

«È stata inserita nell'undicesima edizione della classificazione internazionale delle malattie, riconoscendola formalmente come una patologia

LA DIPENDENZA da videogiochi è una patologia: così l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) inserisce questo disturbo nella bozza dell'undicesima edizione della classificazione internazionale delle malattie (Icd-11), nella speranza che il riconoscimento di questo tipo di dipendenza possa favorire il ricorso a opportune terapie. Perché giocare ai videogames può creare una dipendenza e un comportamento talmente compulsivo che può arrivare persino a distogliere la persona che ne soffre dalle altre attività della vita quotidiana: "Ho pazienti che soffrono di una dipendenza da *Candy Crush Saga*, che sono sostanzialmente simili alle persone che arrivano con un disturbo della cocaina", spiega al *New York Times*, **Petros Levounis**, presidente del dipartimento di psichiatria della *Rutgers New Jersey Medical School* (Usa), che aggiunge: "Le loro vite sono rovinate i loro rapporti sociali ne risentono, la loro condizione fisica peggiora". Quello dei videogame è un settore in crescita a livello mondiale, il cui fatturato annuale per l'Entertainmemt Software Association aumenterà del 31% entro tre anni.»

Aiart da tempo ha denunciato, con supporto scientifico, i danni di una esposizione eccessiva ai media. Ora un organismo di indiscutibile autorità mette la parola fine al tentativo di mistificare la realtà. CHI ripagherà i danni a quei ragazzi e ragazze colpite da questa nuova malattia direttamente collegabile ad un uso eccessivo di videogiochi? Anche in questo caso – continua il Presidente dell'AIART **Baggio –** ritorna il complesso tema della responsabilità sociale della industria del divertimento attraverso i media, tema che non può più essere rimandato al mittente. Di fronte a questo scenario senza regole occorrono anche iniziative di legge adeguate.

Decreto dignità, Aiart: "Soddisfazione per le prime barriere alla pubblicità del gioco d'azzardo"

Il gioco d'azzardo ha danneggiato migliaia di famiglie e di giovani e giovanissimi.

Dopo tanti anni di battaglia per l'annullamento di ogni pubblicità AIART accoglie con favore e attenzione l'iniziativa del Governo che ne vieta la pubblicità su qualsiasi mezzo. Ovviamente se questo è il riconoscimento di un danno ai cittadini, occorrerà anche pensare che chi l'ha procurato risarcisca, ridando dignità a chi si è giocato case, pensioni e stipendi entrando nel vortice della ludopatia. Questo decreto legittima gli sforzi della nostra associazione e offre nuova linfa per lavorare alla costruzione di una cittadinanza mediale cosciente e responsabile.

Il decreto è un primo spiraglio di luce – conclude il Presidente nazionale, Giovanni Baggio – che va rafforzato con la prevenzione, attraverso un processo educativo integrato ed efficace. È questa la migliore forma di gestione e soluzione di un fenomeno complesso che resta caratterizzato da tanti punti oscuri. Senza dubbio lo stop agli spot è la strada giusta da intraprendere.

Sostieni l'Aiart con il 5 per mille

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

Codice fiscale da riportare nella denuncia 02436700583

Tesseramento 2018

Anche per l'anno 2018 sono state confermate le quote associative annuali valide per il 2017:

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

La quota di adesione è comprensiva dell'abbonamento al bimestrale Il Telespettatore.
I versamenti possono essere effettuati sul conto corrente n. 45032000 intestato alla Sede Nazionale AIART, via Aurelia, 468-00165 Roma.

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

Università Cattolica del Sacro Cuore
ALMED
ALTA SCUOLA IN MEDIA COMUNICAZIONE E SPETTACOLO

Master in International Screenwriting And Production - MISP

APERTE LE ISCRIZIONI PER LA SCUOLA D'ECCELLENZA DI SCRITTURA E PRODUZIONE CINEMA E TV

Per aggiudicarsi un posto alla X edizione del master diretto dal Prof. Armando Fumagalli, vera e propria fucina di talenti per il settore audiovisivo italiano e internazionale

Sono aperte le iscrizioni alla X edizione del **Master in International Screenwriting And Production – MISP**, ideato e diretto dal Prof. **Armando Fumagalli**, una delle più ambite 'chiavi' per entrare nel mercato nazionale ed internazionale della **Scrittura per il Cinema, la Tv e l'Editoria** e della **Produzione audiovisiva**, con una storia di quasi 20 anni. Una vera e propria **fucina di talenti milanese** che, a conferma del **livello internazionale** raggiunto e della volontà di rendere Milano sempre più centro formativo e creativo per l'audiovisivo internazionale, **si svolge interamente in inglese** e annovera tra gli alunni della scorsa edizione, studenti provenienti da **14 Paesi e 4 continenti**.

Inserito nell'offerta dell'**Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo (Almed)** dell'Università Cattolica di Milano, il Master si tiene ogni due anni ed è incubatore di eccellenze che nel tempo hanno segnato il successo della serialità italiana, con prodotti come ***"Medici – Masters of Florence"*** (prodotto da Rai e HBO), ***"Don Matteo"***, ***"Distretto di polizia"***, ***"Sotto copertura"***, ***"Che Dio ci aiuti"***, ***"Non dirlo al mio capo"***, ***"La Strada di Casa"***, ***"L'Isola di Pietro"***, ***"Un passo dal cielo"***, ***"Maggie e Bianca Fashion Friends"***: produzioni nelle quale hanno lavorato decine di ex studenti del Master.

Story editor, sceneggiatori, ma anche produttori creativi, responsabili di palinsesto, copywriter, showrunner, registi, autori di fumetti e romanzi, sono alcune delle professioni che, dal 2000, il Master forma, quale reale e concreta via per debuttare, con competenza, formazione e know how, in un panorama professionale che sempre più guarda oltre confine.

Caratteristica distintiva del Master le lezioni magistrali e i laboratori creativi tenuti da **sceneggiatori, produttori e storyteller internazionali**. Negli anni hanno dato il loro prezioso contributo nomi come **William Nicholson**, sceneggiatore di successi mondiali come *"Il gladiatore"* e *"Les miserables"*, **Frank Spotnitz**, lo showrunner di *"X-Files"* e della serie evento *"Medici: Masters of Florence"*, **John Truby**, uno dei maggiori story consultant di Hollywood, fondatore del John Truby's Writers Studio, **Randall Wallace**, lo sceneggiatore di capolavori come *"Braveheart"*, *"Pearl Harbor"*, *"La Maschera di Ferro"*.

A formare e ispirare gli allievi del Master sono invitati alcuni dei principali talenti ed operatori del panorama audiovisivo italiano, provenienti dai più importanti network e dalle migliori case di produzione ed editori, tra cui **Rai, Mediaset, Sky Italia, Disney, DeaKids, Lux Vide, Endemol, Cattleya, Taodue, Medusa, Disney** , e molti altri.

Per maggiori informazioni e per inviare la propria candidatura: **htttp://almed.unicatt.it/misp**

Ufficio stampa Università Cattolica
Emanuela Gazzotti emanuela.gazzotti@unicatt.it
02/72342307 – 335/1223934

Ufficio stampa Misp
Simona Bastioni - Mongini Comunicazione sbastioni@monginicomunicazione.com
02/8375427 – 349/5777825