

>> sommario

VS Valore scuola®

Autorizzazione del Tribunale
di Roma n. 17260 del 09.05.1978

Valore Scuola coop. a r.l.
via Leopoldo Serra, 31
00153 Roma

Tel. 06.5813173 – 06.5885355

Fax 06.5813118

www.valorescuola.it

valorescuola@tiscalinet.it

Direttore
Enrico Panini

Direttore responsabile
Ermanno Detti

In redazione
Alberto Alberti, David Baldini,
Omer Bonezzi, Paolo Cardoni,
Loredana Fasciolo, Simonetta Fasoli,
Marilena Menicucci, Paolo Raponi,
Paolo Serreri, Gianfranco Staccioli,
Ivo Vacca, Anna M. Villari

Progetto grafico
Marco Pellitteri, *sense.of.com.*
maapee@tin.it
Impaginazione
Susanna Bernardi

Hanno collaborato a questo numero
G. Bini, F. Borruso, A. R. Burgi,
G. Chiesa, M. Coloriti, M. D'Amato,
E. Fattori, G. Frezza, S. Maretto,
G. Marrone, D. Missaglia, A. Oliverio,
A. Oliverio Ferraris, M. Pellitteri,
E. Pizzochero, P. Politelli, E. Striglia,
P. Striglia, V. Villari

Abbonamento annuale
(comprensivo dell'Edizione iscritti)
euro 67,00 - estero euro 129,00
Per gli iscritti CGIL, le scuole e le RSU eu-
ro 52,00 - Una copia euro 3,00 Versa-
mento su c/cp n. 63611008 o tramite va-
glia postale o assegno bancario, entrambi
non trasferibili, intestati a
Valore Scuola coop. a.r.l.
Periodicamente un numero della rivista
viene spedito in omaggio agli iscritti della
CGIL Scuola.

Stampato in Roma presso la tipografia
CSR, via di Pietralata, 157
Tiratura n. 10 (31.05.2004): 4.500 copie

In base alla normativa vigente è vietata la
riproduzione anche parziale degli articoli
sia in stampa che in fotocopia.

Eventuali riproduzioni dovranno essere
autorizzate dal direttore responsabile

Le illustrazione interne sono tratte da:
Il mondo di Mafalda, Bompiani '94
Dieci anni di televisione in Italia Eri '64

Editoriale

**Spegnere la televisione,
accendere la scuola** 2
Enrico Panini

**Televisione,
potere, informazione**
Quando la notizia è funzionale 6
Giulietto Chiesa

**La nuova frontiera
dell'intelligenza collettiva** 8
Paolo Raponi

**Il digitale terrestre
e gli scenari possibili** 12
Gino Frezza

**Vecchi e nuovi mostri
Rimandiamoli
nella scatola nera** 16
Ermanno Detti

**La rivoluzione
in una scatola**
**E così la vita
cambiò a Mugnano** 19
Marilena Menicucci

**La comunicazione globale
Dalla tv alla rete** 25
Gianna Marrone

Internet e i bambini
*Elisabetta Fattori,
Eleonora e Paolo Striglia* 28

Pedagogia e tv
Il contrasto scuola-educazioni 32
Paolo Cardoni

**Scuola e tv:
ambienti di apprendimento** 35
Dario Missaglia

**Ritmi della vita
e ritmi della tv**
Intervista ad Alberto Oliverio 38
Loredana Fasciolo

Il bisogno di apparire
Al di là del desiderio di piacere 42
Patrizia Politelli
Le maschere della Pivetti 44
Anna Oliverio Ferraris

La voce dei giovani
Io, figlio della "dea" tv 46
Marco Pellitteri

Io, figlia della "dea" tv 54
Virginia Villari

Io, orfana della tv 58
Elisabetta Pizzochero

Confessioni di una mamma 60
Marilena Menicucci

**Comunicazione
e linguaggi**
Intervista a Marina D'Amato 66
Francesca Borruso

Voci televisive 69
Annarita Burgi

**Tv commerciale
e poi ancora tv** 72
Serena Maretto

Disturbi da televisione 75
Anna Oliverio Ferraris

Un popolo di concorrenti 76
Myriam Coloriti

Gli studi sulla Tv
Tra apocalittici e integrati 77
Giorgio Bini

**Il "grande fratello"
vent'anni dopo** 80
David Baldini

Siamo tutti eterodiretti? 87
Loredana Fasciolo

Arte plastica in movimento 89
Marco Pellitteri

Bibliografia 92
*a cura di Giorgio Bini
e Loredana Fasciolo*

Piccola Antologia
**Da "Riforma della scuola"
del 1991** 94
a cura di Ermanno Detti

Copertina di Nicoletta Azzolini

Spegnere la televisione, accendere la scuola

Enrico Panini

Con il numero della rivista che state sfogliando inizia una nuova avventura editoriale, i monografici di "Valore Scuola".

Ovvero, numeri speciali in tutto: densi di materiale dedicato a tematiche che, per il loro rilievo, meritano un approfondimento particolare; che ospitano contributi di quanti rappresentano un punto di vista originale rispetto ai temi affrontati; che affrontano le questioni da più punti di vista ma con uno sguardo forte all'orizzonte nuovo nel quale esse devono inserirsi.

Il lavoro non terminerà, però, con l'allestimento, stampa e diffusione.

Anche in questo vogliamo essere speciali. Infatti, i temi affrontati nei monografici offriranno anche l'occasione per organizzare sedi di discussione e confronto, presentazioni pubbliche in giro per il Paese allo scopo di aprire una discussione che parta dai materiali proposti e dalle piste indicate per andare verso nuove direzioni.

La nostra rivista si è sempre caratterizzata per la grande sete di indagine sui fatti per leggerne i possibili sviluppi nella nuova realtà nella quale siamo immersi, per dare piste di ricerca ad un vasto pubblico di lettori che, per la stragrande maggioranza, lavora nella scuola o intorno alla scuola.

Per alcuni argomenti che giudicheremo come strategici, l'approfondimento e la pubblicazione di saggi e punti di vista di diversa angolazione consentiranno di andare al cuore del problema.

In particolare, gli insegnanti vi troveranno spunti per una seria e

audace riflessione sul loro ruolo educativo in un mondo che vede i giovani assorbiti da modelli di vita che spesso tendono a disgregare le radici di una comunicazione plurale.

MA QUANTA TELEVISIONE GUARDANO I BAMBINI?

Gli Stati Uniti guidano la classifica del consumo televisivo quotidiano:

l'americano medio passa 4 ore al giorno davanti al televisore. I bambini americani dedicano più tempo alla televisione di quanto non ne dedichino a qualsiasi altra occupazione (escluso il sonno).

Alla fine delle scuole superiori ogni ragazza o ragazzo degli Stati Uniti ha guardato la televisione per almeno 15.000 ore, mentre ha frequentato la scuola per 11.000 ore.

Se evidenziamo i dati riguardanti il consumo televisivo di bambini, ragazzi e adolescenti negli Stati Uniti emerge un quadro molto preoccupante.

Tra i 2 e i 5 anni passano 25 ore alla settimana davanti alla Tv che corrispondono a 54 giorni all'anno.

Tra i 6 e gli 11 anni passano 23 ore alla settimana davanti allo schermo pari a 50 giorni in un anno.

Dopo gli 11 anni le ore scendono (!) a 22 settimanali, pari a 48 giorni in un anno.

la
scuola rappresenta,
nel suo funzionamento
e nelle sue relazioni,
esattamente il contrario della
modalità di comunicazione
che impone la
televisione

"L'essenziale è invisibile agli occhi"
da *Il Piccolo Principe* di Antoine de Saint-Exupéry

I DATI RIGUARDANTI IL NOSTRO PAESE

Non sono molto diversi da quelli rilevati negli Stati Uniti.

Secondo un'indagine europea condotta da Eurodata Tv, società a cui aderiscono le società di rilevazione dell'ascolto televisivo nazionali (per l'Italia Agb Italia e Auditel), gli italiani sono al terzo posto come "consumatori" di televisione in Europa, preceduti solo da inglesi e spagnoli.

Ogni italiano guarda la televisione per più di 3 ore al giorno.

Per quanto riguarda il comportamento di bambini e ragazzi, sono interessanti i dati di uno studio condotto da psicologi dell'Università La Sapienza di Roma, tra i bambini di 8-11 anni:

- 1 bambino su 4 va a scuola alla mattina dopo avere già visto un cartone animato;
- 1 bambino su 4 guarda la televisione al pomeriggio prima delle ore 17;
- 1 bambino su 2 guarda la televisione al pomeriggio tra le 17 e le 19,30.

Secondo i dati Auditel, in Italia i bambini e i ragazzi (tra i 4 e i 14 anni) trascorrono ogni giorno circa 2 ore e mezza davanti al televisore.

Il 18,7% dei bambini supera però la media nazionale, arrivando a guardare la televisione per circa 5-6 ore al giorno, e il 3,5% arriva addirittura a 7 ore.

È interessante anche sottolineare che il maggior numero di bambini e ragazzi (sempre tra i 4 e i 14 anni) che guarda la televisione lo fa nella fascia oraria compresa tra le 20 e le 22,30.

Ci sono reti televisivi che modificano la loro programmazione il sabato mattina e la domenica mattina per trasmettere molti cartoni animati in modo da intercettare i bambini e i ragazzi.

Siamo di fronte ad un fenomeno, non è una constatazione nuova, che occupa massicciamente il tempo dei ragazzi e in modo crescente. Le nuove politiche di gestione della televisione la stanno orientando sempre più verso prodotti di intrattenimento; la concentrazione delle testate rende possibili forme di omologazione al mercato e a valori predefiniti su scala planetaria.

**CRESCITA CONTEMPORANEA
SOTTO LO STESSO UNIVERSO SIMBOLICO**

I mass-media, in particolare la televisione, giocano un ruolo importantissimo nel percorso di defi-

nizione dell'identità degli adolescenti che comporta due processi complementari, l'individualizzazione e la socializzazione.

Milioni di giovani fruiscono della televisione, e non solo conoscono gli stessi personaggi che la popolano ma percepiscono il mondo a partire dallo schermo. Almeno un miliardo di bambini è cresciuto dagli anni Ottanta con gli stessi miti, valori, modelli di comportamento.

Indipendentemente dall'impatto che questo fenomeno avrà sulle singole coscienze, impossibile da valutare, il dato politicamente rilevante è che un'intera generazione del mondo, per la prima volta nella storia degli uomini, cresce contemporaneamente conoscendo lo stesso universo simbolico. Ragazzi di tutti i continenti, africani, europei, americani, asiatici e australiani conoscono Mila e Shiro, Beverly Hills, Melrose Place, He-Man... Tuttavia la produzione della *fiction* televisiva di ciascun Paese rimane legata ai valori, alle attese e alle visioni del mondo di cui è composto l'universo culturale di ogni società.

E' un aspetto della globalizzazione che ci porta direttamente al cuore dello scontro in atto su questo tema. E' evidente che questioni quali i contenuti, la gestione, il rispetto delle identità, il controllo democratico diventano ancora più rilevanti in una situazione che ha conosciuto rapide accelerazioni.

Nessun intento luddista, in questa mia convinzione, né alcuna demonizzazione. Semplicemente l'individuazione di una strategia di azione verso un mezzo pervasivo ed invasivo com'è la televisione. Ti segue ovunque, spegne parti del tuo cervello, trasforma il virtuale in reale.

Spegnere la televisione diventa quindi una scelta possibile da percorrere e da proporre. Riprendersi il tempo, il piacere della realtà vera con tutto ciò che essa determina e significa, il gusto della scoperta e della possibilità di "toccare" le cose, di "gustarle". Il piacere di usare tutti i sensi e non solo alcuni in modo particolare, come davanti ad uno schermo.

Gli effetti della televisione sui bambini e sui ragazzi sono sotto gli occhi di tutti i docenti.

In particolare risulta sconvolta la percezione del tempo, come se tutto fluisse nello stesso modo delle immagini sullo schermo della televisione, in un unico e fluente unicum che rende indistinguibili passato e futuro, assorbiti in un presente costante.

La attuali forme di comunicazioni sono caratterizzate dalla continua presa diretta per cui il silen-

zio ed il vuoto, pieno di riflessione e di pensiero, non esistono più. I cellulari, le *mail*, gli sms sono comunicazioni a tutto campo, utilissime sicuramente ma che è necessario governare e non subire. Allo stesso modo si può affermare con uno degli elettrodomestici più diffusi nelle nostre case, la scatola della televisione.

Karl Popper, teorico della società aperta e del liberalismo, in una lunga e provocatoria intervista poco prima della sua morte sul potere assunto nella nostra società dalla televisione, che gli sembrava senza limiti, contraddicendo il suo credo liberale era addirittura arrivato a proporre forme di censura sui programmi che giudicava maggiormente diseducativi.

L'esperienza recentemente condotta nel comune di Caviglia, in provincia di Arezzo, che è consistita nel tenere spente le televisioni per una settimana, ha fatto scoprire relazioni e modi di passare insieme il tempo in relazioni significative completamente dimenticati anche dai meno giovani, che pure le avevano conosciute.

Gli articoli riportati in questo monografico entrano molto bene nei diversi aspetti e pertanto non riprenderò argomenti già trattati ma che supportano abbondantemente le mie affermazioni.

Di fronte a questi fenomeni bisogna accendere la scuola, darle ruolo e rilievo, considerarla come il vero altro modo di comunicare e di stabilire relazioni. La scuola rappresenta, nel suo funzionamento e nelle sue relazioni, esattamente il contrario della modalità di comunicazione che impone la televisione. In particolare la scuola è la sede del dubbio e della ricerca, del confronto come condizione indispensabile per imparare le cose e per crescere.

La scuola è un principalmente un luogo democratico per la funzione che svolge. Anche per questa ragione ricavo l'esigenza che ci sia più scuola pubblica, più investimento nell'istruzione, più cura collettiva per un luogo di relazioni significative, qual è la scuola, che, mentre rischia di essere sempre più marginalizzata da politiche liberiste e dall'individualismo con il quale sono gestite tante forme di informazione e comunicazione, rappresenta l'unica sede in grado di contrapporre un altro punto di vista.

Si pensi solo alla radicale diversità che esiste fra tanta divulgazione che riempie gli schermi, fra il modello nozionistico di tanti quiz a premi e lo studio e la ricerca che la scuola organizza.

ELOGIO DELLA LENTEZZA

In questi mesi è ripresa una riflessione sul tempo e sul suo rapporto con l'istruzione, con il senso stesso della scuola e di una relazione educativa significativa.

Ciò è accaduto in conseguenza di una reazione alla Legge Moratti, laddove essa prevede la trasformazione del tempo pieno e del tempo prolungato in un doposcuola e per quanto riguarda, contemporaneamente, la riduzione dell'orario di funzionamento settimanale (con la previsione di 27 ore settimanali) e la saturazione del tempo scuola così ridotto con ulteriori insegnamenti.

Mi è capitato spesso di citare al riguardo di questo tema del tempo Platone. Infatti, nel *Fedro*, nella metafora dei *Giardini di Adone*, Platone, interrogato sull'essenza dell'insegnare, risponde che questa essenza consiste nella lentezza.

Trovo in questa affermazione una grande modernità che parla anche a noi ed ai nostri giorni. La lentezza, ed il conseguente governo del tempo, è elemento indispensabile per approfondire, riflettere e rielaborare. Rappresenta un forte antidoto allo scorrere continuo e vorticoso delle immagini perché antepone a quel ritmo la lentezza del gesso, della parola, degli occhi che leggono.

Nessun romanticismo, nel tempo lento c'è una istanza democratica irriducibile. La velocità della televisione fornisce informazioni di facile consumo, non aiuta a sedimentare, non si basa sulla ricerca e sul dubbio, la velocità tende a dividere chi ha le informazioni di base per controllarla da chi invece la subisce passivamente; chi ha più fonti di informazione da chi ne ha una sola: la televisione.

Ecco perché la lentezza, il valore pedagogico dell'uso del tempo, rappresentano una risorsa straordinaria per non subire la televisione. Contemporaneamente consente di poter lavorare su un versante che è quello degli strumenti per poter governare una qualità e quantità di informazioni che sempre più arrivano a noi.

L'approdo di queste riflessioni non sono la riproposizione dell'ennesima educazione: ipotesi noiosa e sbagliata. Certo, serve anche insegnare a leggere la comunicazione, a smontare il messaggio, ecc. ma c'è una dimensione complessiva che occorre riprendere in mano.

Ed occorre farlo scegliendo di accendere la scuola pubblica, di investire su di lei.

NELLA SCUOLA PUBBLICA SI ESERCITANO DUE IMPORTANTI DIRITTI

Il primo è il diritto al tempo, ad un tempo significativo per qualità e quantità nella relazione con gli insegnanti, gli adulti e fra ragazzi. Oggi il tempo è scandito dal consumo, fin dalla più tenera età. C'è una espropriazione del tempo e del suo uso che si basa sul fatto che fin da piccoli se ne modificano le basi indirizzandole verso il consumo.

E' nell'esperienza scolastica di tanti la frenesia con la quale spesso è gestita una giornata di un ragazzo o di una ragazza. Orbene, il diritto ad un tempo significativo è un diritto che la scuola deve garantire.

Il secondo è il diritto a prendere la parola. A ben vedere la televisione si ascolta e basta, in famiglia spesso la televisione scandisce le nostre comunicazioni, ad esempio relegandole all'interno di una pausa pubblicitaria o con il fatidico "Aspetta che voglio sentire...".

Prendere la parola significa tante cose, ben evidenti a chi legge queste righe. Soprattutto significa riconoscere importanza e valore all'altro, al confronto, alle idee.

Di fronte alla televisione la scuola deve prendere la parola perché è l'unico soggetto collettivo ed autorevole in grado di indicare valori e scelte, spazi e tempi per un mondo non di persone sole e profondamente divise. ●

... i libri di Vs sull'immagine

Anna Oliverio Ferraris
Insegnare la tv

pp. 96, € 9,81

Ritmi quotidiani, ritmi televisivi.
Apprendere con la tv. Il funzionamento.
Il linguaggio visivo. La pubblicità.
Effetti su comportamenti e opinioni.
I notiziari. L'industria televisiva.
Estetica e contenuti.
La verosimiglianza e la finzione. Fare tv.
Per insegnanti di scuola dell'obbligo.



Paolo Gheri
L'immagine e oltre.
La grammatica del vedere

pp. 152, € 14,46

Percezione visiva.
Grammatica delle immagini.
La comunicazione alfa mediale.
Fotografia, fumetto, cinema, tv.
Per insegnanti di scuola dell'obbligo.



Quando la notizia è funzionale

>> Giulietto Chiesa

Pochi sono coloro che possono vedere nel suo insieme il panorama attuale del pianeta. Ma questo non significa che nessuno veda quel panorama. Coloro che dispongono dell'informazione hanno molte più possibilità di vedere. E non solo il presente, ma anche una parte, spesso non piccola, del futuro. È vero però che l'enorme massa della popolazione, inclusi molti tra coloro che prendono decisioni e hanno potere, non hanno quell'informazione. Perché? Perché viviamo in un sistema della comunicazione, e non solo dell'informazione, che non ci restituisce neanche lontanamente il mondo in cui viviamo, anzi ci offre un mondo totalmente falsato, impedendoci di vedere che cosa accade. Facciamo qualche esempio. Noi italiani abbiamo saputo tutto del delitto di Cogne, della mamma che forse ha ucciso il suo bambino. È stato l'argomento centrale di giornali, telegiornali, trasmissioni di evasione e *talk show*. Insomma, è stato l'evento più commentato, analizzato, discusso dai media nei primi mesi del 2002. E, quindi, dalla gente.

Qual è il peso specifico di questo dato? Influisce sulla "coscienza" collettiva? Non c'è dubbio che influisca pesantemente, in molti sensi. Ma ce n'è uno che balza subito agli occhi: la mamma di Cogne, occupando le prime pagine di tutti i media per un mese intero, ha, in questo incolpevole, oscurato il resto del pianeta. Che è sparito sotto quel lenzuolo funebre, inclusi i bombardieri strategici americani che stavano bombardando le vallate dell'Afghanistan.

LE VERITÀ COMODE

Casi del genere, anche più clamorosi, sono la norma. Prendiamone uno, a riprova che l'intero sistema della comunicazione-informazione è costruito e funziona per prendere tutti noi per i fon-

delli, e menarci dove "loro" desiderano. Tutti i giornali e telegiornali italiani, i più importanti (ma anche i meno importanti), la Repubblica, la Stampa, il Corriere della Sera, Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Tg6 e Tg7 a metà novembre, quando i tagiki arrivarono a Kabul e la "conquistarono", ci hanno raccontato che le donne afgthane si erano "finalmente" tolte il *burka* e gli uomini si erano "finalmente" tagliati la barba. Ora, come è noto, erano notizie false, ma dire questo non basta. Non basta neppure dire che avrebbero dovuto saperlo, coloro che le scrivevano, le pronunciavano e le pubblicavano, che si trattava di notizie false. Anch'io sono un giornalista e anche a me è capitato di sbagliare una notizia, di arrivare tardi su un fatto, di dare un'interpretazione sbagliata, ma succede un giorno e succede a una persona. È possibile che tutti i giornali e tutti i più importanti mezzi di comunicazione di massa ci abbiano raccontato, per caso, per incidente, per incomprensione, per settimane intere, due notizie



completamente false? Non può essere stato un errore. I direttori di tutti i giornali e telegiornali hanno mobilitato i migliori editorialisti per raccontarci queste due balle per settimane intere. Non è un caso. È solo l'esempio più clamoroso che l'intero sistema della comunicazione funziona non in base alla verità, alla correttezza informativa, ma allo scopo di diffondere notizie funzionali a una certa interpretazione della realtà, o di nascondere parti della realtà a vantaggio di altre, più funzionali agli schemi del dominio, più comode da raccontare.

Qualcuno dirà che è sempre stato così. Io invece dico che non è sempre stato così. Quello che sta accadendo oggi in questo campo è molto, molto diverso dal passato. Stiamo vivendo un'epoca storica nuova, siamo di fronte a uno snodo della storia. Non succede spesso. Spesso accade che per lunghi periodi non ci siano grandi cambiamenti strutturali. Noi, invece, siamo proprio nel bel mezzo di un immenso cambiamento strutturale. È essenziale capire questo, in primo luogo. E, in secondo luogo, capire che, di questo mutamento strutturale epocale, la comunicazione e l'informazione sono gli strumenti decisivi, ne sono il perno, la base. Se non esistesse questa base, nemmeno il cambiamento sarebbe stato, e sarebbe, così epocale. Capire tutto ciò è essenziale, perché o siamo in grado di farlo - e potremo difenderci -, o non ne siamo capaci - e saremo sconfitti. Inoltre, poiché questi processi si sviluppano a grande velocità, bisogna, per così dire, capire in fretta.

LA CAPACITÀ DI SCEGLIERE

Il tema della comunicazione, e della democrazia nella comunicazione, è diventato essenziale per qualsiasi battaglia di difesa democratica di questo paese. O saremo capaci di affrontarlo, o perderemo la democrazia. Perché meno informazione significa meno democrazia. Una comunicazione indecente (cioè priva di valore intellettuale, di decenza, di cultura) e manipolata (cioè ingannevole, nelle diverse e variegate forme con cui si può trarre in inganno chi la subisce) priva la popolazione di strumenti intellettuali di difesa. Un paese non può essere considerato democratico se gran parte della popolazione è soggetta a una comunicazione manipolata e a un'informazione sostanzialmente falsa. Il quadro che abbiamo di fronte dice che ci stanno portando via la democrazia, anche se non c'impedi-

ranno di andare a votare. Anzi: noi continueremo ad andare a votare, senza renderci conto (o dimenticando) che l'esercizio democratico è cosa ben diversa dall'esercizio del voto. Quest'ultimo ne è solo una parte, necessaria ma non sufficiente per identificare come democratica una società. Ma è evidente che l'esercizio di voto perde ogni sostanza e diventa una pura procedura formale se chi vota non è più in grado di scegliere, di distinguere tra le varianti, tra i programmi, tra le opzioni possibili. Ed è l'informazione che rende possibile conoscere ciò che importa scegliere.

[...]

IL SISTEMA INFORMATIVO E LA GUERRA ALL'IRAQ

Come si poteva giustificare un attacco all'Iraq? Prima di tutto bisognava fornire all'opinione pubblica internazionale la prova che Saddam Hussein aveva le armi nucleari e le armi biologiche. A questo scopo, è stato istituito in America quello che chiamano l'Ufficio per l'informazione e la disinformazione, quello che in inglese chiamano Department of Strategic Influence. Per la prima volta nella storia degli Stati Uniti, di queste cose si occupa direttamente il Pentagono. Prima, qualcosa del genere esisteva, ma se ne occupava il Dipartimento di Stato. Adesso il Department of Strategic Influence è in mano a Donald Rumsfeld. Esce dal Pentagono una serie di materiali che l'intero sistema mediatico mondiale si occupa immediatamente di diffondere. Si preparano gli animi, come dicono loro. Si (e ci) preparano dicendo molte cose, alcune vere, altre semivere, altre del tutto false. Così sarà molto difficile districarsi fra informazione e disinformazione. Del resto lo sappiamo, la guerra in Vietnam cominciò con una formidabile invenzione: l'accusa ai perfidi vietnamiti di aver attaccato le navi americane nel Golfo del Tonchino. Poi, molto tempo dopo, a guerra conclusa, si scoprì che non c'era stato nessun attacco. Fare un elenco di questi trucchi richiederebbe interi volumi. La cosa stupefacente è che i giornalisti - quelli italiani in primo luogo - ci cascano sempre e non provano neppure a imparare la lezione. ●

(tratto - con l'autorizzazione dell'autore - da Giulietto Chiesa, *La guerra come menzogna*, I sassi nottetempo, Roma, 2003)

La nuova frontiera dell'intelligenza collettiva

>> Paolo Raponi

Un unico evento, per quanto traumatico e straordinario, non ha mai avuto la forza di segnare e modificare da solo il corso della storia. Così come la riforma protestante non avrebbe potuto dispiegare i suoi vasti effetti sociali e politici senza l'invenzione della stampa, la rivoluzione francese e l'illuminismo non potrebbero essere concepiti separati dalla meccanizzazione industriale, e il fallimento dell'esperienza comunista ed il crollo delle ideologie non sarebbero stati così repentini senza l'accelerazione impressa all'economia dall'automazione e dall'informatica. Una combinazione di eventi - in genere un fatto più un'idea più una tecnologia - è il vero motore del cambiamento e dunque della storia. Sembra una verità banale; ma è dalle cose banali che bisogna partire se si vuole giungere non solo a concetti più complessi, ma addirittura ad una rigenerazione del pensiero, ad un modo diverso di concepire il mondo in cui viviamo. Che di questo ci sia oggi bisogno mi pare implicito nella inusitata e per certi versi devastante crisi di identità che ha colto quasi di sorpresa tutti noi membri più o meno consapevoli della nuova società mediatica e globalizzata, di cui faticiamo ad individuare paradigmi e linee guida di ancoraggio culturale, per non parlare delle mètte, dei confini e dei progetti. Neanche la celebre profezia orwelliana del *Big Brother is watching you* sembra adeguata, nella sua minacciosa semplificazione, a rappresentare una prospettiva via via più sfuggente, incerta, perennemente incalzata da innovazioni tecnologiche che annunciano scenari sempre nuovi e spesso conturbanti. Essa anzi, senza togliere nulla al merito di aver incisivamente colto la forte interazione tra le tecniche di comunicazione e le strutture di governo, sembra essere addirittura sovvertita e capovolta dalla realtà effettiva della politica mediatica fondata sul trittico infernale televisione/sondaggi/elezioni.

Tale politica semplicemente rovescia la formula orwelliana del totalitarismo: invece di organizzare la sorveglianza costante degli individui da parte del partito-stato del dittatore, fa sì che gli occhi di tutti si fissino sulle celebrità politiche. Sempre le stesse:

il presidente, i ministri, i giornalisti, i personaggi "mediatici". Si vedono solo loro, si parla solo di loro. Persino Romano Prodi ci avverte del pericolo: "Le nostre democrazie vivono in una situazione di affaticamento sempre più palese. Esse sono in difficoltà nel resistere alle pressioni che derivano dagli interessi organizzati, in difficoltà nell'impedire che i mezzi di informazione da strumenti per il controllo sull'esercizio del potere si trasformino in strumenti per condizionare e dominare la politica e l'intera società, in difficoltà nel rispondere alla domanda di partecipazione di uomini e donne che non trovano i mezzi per far sentire la loro voce e ai quali i soli appuntamenti elettorali non bastano più".

IL DISAGIO DELLA SEMPLIFICAZIONE

Come è stato possibile che la mia identità culturale e politica, maturata nel corso di una vita nutrita di impegno, di appassionate battaglie politiche ed ideali, ma anche di ripensamenti, di travagliate riconversioni, di fughe e rientri, e quindi logicamente intrisa di complessità e di contraddizioni, sia oggi ridotta all'essere a favore di o contro Berlusconi, a favore di o contro Bush? E' mia la colpa di questo impoverimento? E' questo il misero risultato della mia razionalità? Sembra piuttosto un frutto dell'istinto, o forse solo una pre-condizione affannosamente ricercata, un macigno da rimuovere in vista di una nuova ascesa, un alibi per l'attesa, una giustificazione alla temporanea assenza di iniziativa.

Lo *stand by* intellettuale, tuttavia, non ha mai pagato; questo lo so per certo. E allora, qual è la via d'uscita?

Intanto si può dire che in un mondo diviso tra favorevoli e contrari, la vera crisi, almeno da un punto di vista soggettivo, coinvolge soprattutto i secondi: essere a favore o contro, infatti, non è la stessa cosa. C'è chi accetta una logica plebiscitaria e condivide una visione manichea (tutto il male da una parte e tutto il bene dall'altra, con l'ovvio corollario che chi non è con me è contro di me), con ciò vivendo in serenità di spirito ed in comu-

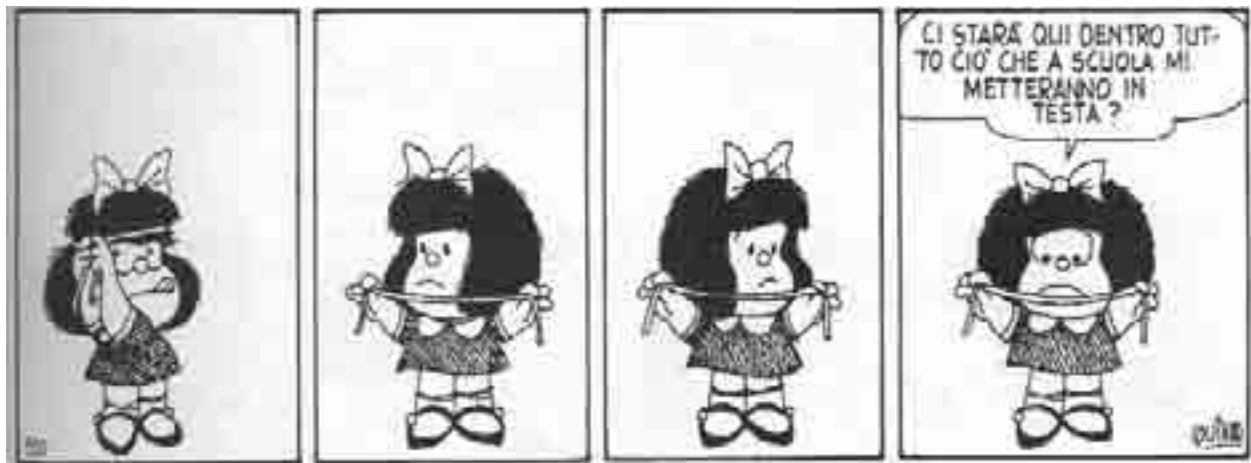
nione di intenti con chi detiene il potere, e chi subisce dibattendosi nel dilemma tra il rimanere imprigionati in uno schema che di dialettico e democratico non ha più nulla, ed in più favorisce il gioco dell'avversario, e l'affrontarlo con armi nuove in una situazione in cui il nemico ha requisito tutti gli arsenali e non si trova un fabbro disposto a forgiarle, ammesso che qualcuno abbia un'idea di come queste nuove armi debbano essere fatte.

In attesa di chiarirci intorno alla natura degli strumenti di lotta, abbiamo tuttavia una certezza: il campo di battaglia non potrà che essere l'universo mediatico, che ha assorbito, monopolizzato e trasformato quasi tutte le funzioni di comunicazione, informazione, formazione, organizzazione e gestione di dati. Per poterlo esplorare in vista di una possibile utilizzazione attiva e democratica, occorre convincersi che il problema della concentrazione e del controllo del potere mediatico sussisterà anche dopo che Berlusconi e Bush saranno usciti di scena, e questa forma di neo-totalitarismo si riproporrà a protezione degli stessi o di altri interessi organizzati, cambiando l'aspetto ma non la sostanza.

I NUOVI SCENARI MEDIATICI

Qualcuno dice che la televisione, così come l'abbiamo conosciuta e usata nell'ultimo mezzo secolo, cioè nella sua versione analogica, è già quasi un ferrovicchio, il residuo di una tecnologia che ha i giorni contati, e che il cablaggio del pianeta con il digitale terrestre ci restituirà un mezzo di ricezione dei messaggi audiovisivi altamente versatile e interattivo. Lasciando da parte i particolari tecnici in cui non sono particolarmente versato, l'impressione è che si sia avviato un processo di convergenza di tutti i media classici, telefono, stampa, radio,

televisione, computer con i suoi sottoprodotti cosiddetti "intelligenti", ipertesti, sistemi esperti, mondi virtuali, verso un unico grande mezzo di ricezione/trasmmissione a diffusione di massa. Altri, più prudenti nel valutare le resistenze che gli interessi costituiti nei diversi settori opporranno a tale processo, prospettano invece una costante proliferazione di molte tecnologie nuove e specializzate (videogiochi palmari, teledrin, personal computer, computer in rete, telefoni cellulari, vecchie tv analogiche e nuove tv digitali, ecc.), una vera e propria esplosione multimediale i cui vertici tecnologici potrebbero essere: quello che George Gilder ha chiamato il "teleputer", ossia un computer capace di rimpiazzare e svolgere le funzioni di telefono, radio, televisione e *pc*, ed il "computer in rete", con ciò intendendo apparecchiature più semplici e amichevoli inserite in reti supportate da potenti "server" multimediali, che trasferirebbero gran parte del *software* e delle altre risorse (linguaggi di programmazione, archivi, motori di ricerca, sistemi esperti) in precedenza contenute sia nei personal computer che in *workstation* autonomi. Comunque le cose stiano per andare, siamo alla vigilia di una nuova ondata di tecnologia digitale, e di una moltiplicazione di accessi e di "canali", che ci investirà stimolando ulteriormente consumi individuali e collettivi, ad esempio con l'offerta dei servizi più disparati basata sulla convergenza digitale dell'Isdn (già oggetto di battute umoristiche quali "Incredible Services we Don't Need", gli incredibili servizi di cui non abbiamo bisogno). Ma rimetterà soprattutto in discussione concetti che sembravano ormai stabili ed acquisiti, come "società dell'informazione" e "società della conoscenza", cioè la possibilità e la necessità di *sapere le cose*, il *sapere individuale* diffuso per tutti, per il quale in molti, in Europa e nel mondo, ci stiamo nobilmente



battendo fin dall'introduzione delle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in quanto fondamento dello sviluppo umano, sociale ed economico. Su ciò torneremo.

Ora è opportuno riflettere sul rischio di un nuovo feticismo, secondo il quale l'ampliamento delle possibilità tecnologiche avrà come conseguenza "naturale" l'allargamento delle possibilità di scelta, e quindi maggiori spazi di libertà e di democrazia. Il problema di capire chi comanda le risorse culturali e materiali della comunicazione è un problema antico. Non è vecchio quanto il mondo, ma risale almeno al tempo in cui la comunicazione, con l'invenzione della scrittura, è andata oltre l'interazione a tu per tu ed ha superato le doti naturali della parola e della mimica, diventando fondamentale per la definizione dell'ordine sociale. La distinzione tra scribi e operai, come tutti sanno, segna la nascita delle burocrazie e delle oligarchie del sapere.

L'iniqua distribuzione del potere comunicativo è la questione essenziale, e non dobbiamo lasciarci distrarre, cioè cadere nella trappola di pensare che un aumento del numero di canali televisivi risolverà il problema del rapporto tra produttori e consumatori di cultura, o tra culture diverse, quanto meno nelle società caratterizzate dalla divisione del lavoro e da disparità consolidate in termini di ricchezza e di status. Altrettanto irrealistico è ritenere che Internet possa aiutare a risolvere la crisi della democrazia e i profondi problemi, pratici ma anche filosofici, connessi alla definizione ed alla creazione di un ordine politico-democratico attuabile. E' pur vero che, nelle recenti e tragiche vicende spagnole, il governo Aznar è stato messo nell'angolo e sbugiardato proprio da Internet, ed infine costretto ad ammettere quel che voleva tenere in ombra fino a dopo le elezioni, cioè la responsabilità del terrorismo islamico negli attentati di Madrid, e la sua propria nella partecipazione alla guerra in Iraq. Contemporaneamente alle dichiarazioni ufficiali di ministri in carica, che attribuivano gli attentati all'Eta, viaggiavano infatti in Rete notizie ed indizi filtrati dai servizi segreti e da fonti del ministero degli interni che andavano in tutt'altra direzione. *Internet è un mezzo strutturalmente anti-autoritario, perché realizza una comunicazione orizzontale, il contrario di quella verticale e gerarchica necessaria ai regimi per orchestrare il consenso.* Ma qui dobbiamo arrestarci, quanto al riconoscimento delle sue autonome potenzialità, e concentrarci

piuttosto su come possiamo garantire una più ampia diffusione delle competenze e delle opportunità culturali e politiche necessarie per una partecipazione piena ed equa alla vita sociale. Senza uno sforzo di questo tipo, anche la società dell'informazione sarà segnata dagli stessi problemi di ineguaglianza, ingiustizia, inefficienza che caratterizzano la società industriale che essa è chiamata a rimpiazzare.

L'ECONOMIA DELL'UMANO

La "società dell'informazione" può rivelarsi un inganno anche dal punto di vista dell'attività economica. Non certo per quanto riguarda la crescita della produzione e della ricchezza, pilotata e stimolata come non mai dal trattamento automatico dell'informazione, ma in relazione al ruolo che potrà giocare il fattore umano. Come hanno scoperto ben presto a loro spese operai e quadri, le macchine a controllo digitale sottraggono lavoro, e fin qui ci siamo, ma altresì ambiente e contesto relazionale, quindi motivazioni ed interesse, elementi ai quali la psicotecnica, cioè la psicologia applicata alle trasformazioni delle organizzazioni industriali, attribuisce la funzione massima di stimolo alla produttività. Non c'è niente che si possa automatizzare meglio e più velocemente della trasmissione e del trattamento dell'informazione, ma quando tutta l'agricoltura, tutta l'industria e tutte le operazioni sui messaggi saranno meccanizzate, resterà l'irriducibile, cioè il fattore umano, o meglio la sua capacità di creare l'ambito relazionale, quel che gli antropologi chiamano la "produzione del legame sociale". Non è forse vero che gli industriali, a cominciare dal loro nuovo presidente Luca di Montezemolo, parlano sempre più spesso della necessità di "fare squadra", puntando sull'elemento della cooperazione forse addirittura più che sull'innovazione tecnologica? L'economia verterà, e verte già ora, su ciò che non si potrà mai automatizzare completamente, e non mi riferisco ad un'economia delle conoscenze, ma ad un'economia dell'umano in generale che includa l'economia della conoscenza come uno dei suoi sottoinsiemi.

La trasformazione continua delle tecniche, dei mercati ed in genere dell'ambiente economico, costringe i collettivi, i gruppi organizzati nel lavoro, ad abbandonare modalità organizzative rigide e

gerarchiche, li spinge a sviluppare le capacità di iniziativa e di cooperazione attiva nei propri membri. Gli industriali producono oggetti materiali, ma passano gran parte del loro tempo ad ascoltare i propri clienti, a negoziare con loro, a informarli con la pubblicità, a rinnovare le loro competenze. Poliziotti e carabinieri devono prevenire e reprimere i crimini, ma anche spesso improvvisarsi assistenti sociali, animatori socioculturali, psicologi. E non è forse vero che negli ospedali l'elemento relazionale ha un'importanza sempre crescente? Si guarisce meglio in ospedali umanizzati, in cui i malati vengono considerati come persone. Si curano più efficacemente i pazienti introducendoli alla dietetica, all'igiene, al riconoscimento dei sintomi, all'autonomia sanitaria in generale.

Ma se oggi, come tutti concordano nell'affermare, la ricchezza delle nazioni è garantita dalla capacità di ricerca, di innovazione, di apprendimento continuo e di cooperazione pratica ed etica degli individui e dei gruppi, meglio se di interi popoli, è logico e necessario concludere che *coloro che coltivano l'intelligenza degli uomini sono all'origine di ogni prosperità*. Chi forgia le armi, a volte maldestramente e alla cieca, sono gli oscuri personaggi che producono le condizioni della ricchezza, lontano dalle luci della ribalta, fuori dallo spettacolo mediatico, personaggi il cui lavoro è al contempo il più duro, il più necessario e il peggio retribuito. Sono il proletariato dei tempi moderni: la schiera degli insegnanti, istitutori, professori, maestri di ogni tipo, animatori, assistenti sociali. E accanto a loro la massa degli ausiliari e dei volontari: le associazioni umanitarie, gli organismi non governativi, i soccorritori di miseria.

LO SPAZIO DEL SAPERE COLLETTIVO

Nessuno sa tutto, ognuno sa qualcosa, la totalità del sapere risiede nell'umanità. Non esiste una riserva di sapere trascendente, e il sapere non è niente di diverso da quello che la gente sa. Se si parte da questo assioma, da un'intelligenza e una conoscenza distribuite ovunque, è decisamente più facile concentrarsi sull'insegnamento dei saperi durevoli, e pensare alla società della conoscenza non come somma di saperi individuali, ma come cooperazione e interazione di saperi collettivi. Quasi senza che ce ne accorgessimo si è creato, e reso agibile per tutti, un nuovo spazio

antropologico, oserei dire un nuovo orizzonte di civiltà, lo spazio del sapere; che non è un luogo fisico, come il territorio, o come il più vasto circuito in cui avviene lo scambio delle merci, ma che potrebbe occupare l'intera dimensione dell'universo mediatico, ciò che chiamiamo il cyberspazio. Ormai è diventato impossibile riservare la conoscenza a caste di specialisti; è l'insieme della collettività umana che deve imparare e inventare per vivere meglio. Ma se la quantità dei messaggi in circolazione non è mai stata così imponente, difettiamo degli strumenti istituzionali, tecnici e concettuali, per filtrare le informazioni, per orientarci, per fare raffronti. E' qui che lo spazio del sapere cessa di essere un'idea, o una pura constatazione, per diventare un progetto.

A questo punto del ragionamento ci accorgiamo di avere un'idea (l'intelligenza collettiva), una tecnologia (l'universo mediatico o più precisamente il cyberspazio), mentre manca ancora il fatto. Proletari di tutto il mondo unitevi. L'antico appello del 1848 può andare ancora bene. Il fatto potrà essere l'unione dei nuovi proletari, gli oscuri personaggi che creano le condizioni della ricchezza, in vista della costituzione di collettivi intelligenti, capaci di reinventare il legame sociale in funzione non della prossimità fisica o politica, della religione o della professione, ma dell'insegnamento reciproco.

Il lavoro dell'associazione Proteo Fare Sapere, la rete delle sue relazioni, i forum, le opportunità di partecipazione che offre a chiunque desideri essere incluso nello scambio delle idee, delle esperienze e delle conoscenze vanno proprio in questa direzione.

Forse percorrendo questa strada sarà possibile lasciarsi alle spalle la società dello spettacolo per inaugurare un'era post-mediatica, nella quale le tecniche di comunicazione serviranno a filtrare i flussi di conoscenze, a navigare nel sapere e a pensare insieme piuttosto che limitarsi a trasportare masse di informazioni.

Una celebre battuta di Groucho Marx recitava così: "Chi dice che la televisione fa male alla cultura? Ogni volta che qualcuno l'accende io vado in un'altra stanza a leggere un libro". Se alla lettura oggi accompagniamo la nostra presenza nel cyberspazio, nello spazio del sapere collettivo e condiviso, questo è quel che potrebbe e dovrebbe accadere a tutti noi quando qualcuno accende un televisore. Utopia? Forse, ma molte utopie hanno determinato sommovimenti di tale portata da cambiare il mondo. ●

Il digitale terrestre e gli scenari possibili

>> Gino Frezza

Il termine *digitale* ormai si pone al centro di ogni riflessione sui media. Esso indica una serie complessa di innovazioni, principalmente tecnologiche, che investono in particolare la produzione e la diffusione degli audiovisivi: dal cinema alla televisione a internet. Dopo la musica (dagli anni Settanta) e poi il cinema (ormai dal 1977 a oggi) - media fortemente investiti dal mutamento delle tecnologie informatiche, appunto dette *digitali*, che ne hanno riformulato per intero non solo le procedure creative ma anche il campo stesso dell'esperienza percettiva da tali media innescata in miliardi di utenti in tutto il mondo - adesso, dunque, è il momento della televisione.

Occorre però essere precisi. La fase attuale dell'innovazione riguarda principalmente le tv "generaliste analogiche", che dovranno trasformarsi in "tv digitali terrestri" (ovvero *dtv*, acronimo di *digital terrestrial television*). Per la precisione, bisogna dunque ricordare che, non solo nel nostro paese (l'Italia) ma in ambito internazionale, la tv in realtà dai primi anni Novanta s'era già fortemente *digitalizzata*, attraverso l'importante settore delle tv satellitari. Queste da un lato hanno fortemente "tematizzata" l'offerta e la domanda di programmi televisivi, dimostrando che si può fare una televisione rivolta a pubblici settoriali, qualificati dall'essere in cerca di prodotti specifici, "di nicchia"; dall'altro hanno però ristretto la loro stessa capacità operativa dedicandosi esclusivamente alla modalità della tv a pagamento, collegata poi troppo rigidamente a "contenuti" ritenuti di largo consumo, che le aziende di comunicazione preventivavano forieri di larghi profitti: soprattutto il calcio e il cinema.

Quel che ne è risultato, alla fine di un decennio di tv satellitare digitale, è che i consumi di "nicchia" sopravvivono se curati, e se il pubblico riceve costantemente un'offerta di qualità: i larghi profitti vanno conquistati da parte delle aziende televisive in un rapporto corretto, tendenzialmente rispettoso, verso gli utenti. Il mercato televisivo resta, dunque, complesso e la lezione appresa da coloro che hanno vissuto la strada delle tv satellitari - costituenti soggetti imprenditoriali peraltro pre-

senti nello scenario delle dialettiche e dei negoziati d'interesse per l'avvio della fase del "digitale terrestre" - dovrà essere tenuta in conto per sperimentare le soluzioni meglio adatte a quest'ultima nuova tecnologia.

Da pochissimi anni sulla scena europea si programmano condizioni generali, di legge e di mercato, si sperimenta e si innesta, nei singoli sistemi televisivi nazionali, la "tv digitale terrestre". In questi ultimi mesi tale tecnologia sta investendo il nostro sistema televisivo e, come accade nell'ambito dell'intera dimensione europea (in Francia, Spagna, Germania, Inghilterra ecc.), ciò avviene non sullo sfondo di una misura particolare del sistema televisivo, bensì sul panorama generale della sua prospettiva futura.

I SISTEMI TELEVISIVI. UN PROBLEMA POLITICO

Il "digitale terrestre" costituisce, forse, l'unica carta in mano oggi ai sistemi televisivi cosiddetti "generalisti" per riformulare per intero se stessi, facendosi sia competitivi verso le tv tematiche satellitari sia verso quei potenti "nuovi media" scaturiti dalle comunicazioni *on line*. Tutto questo, come si vede, evidenzia la qualità del problema, che è specialmente politico, comunicativo e culturale, delineato nel nostro paese da tale innovazione. Mentre infatti la *dtv* comporta un innalzamento della qualità tecnica dei segnali e una proliferazione dei canali televisivi - cambiamento da ritenere significativo *al minimo* delle opportunità consentite da tale tecnologia - essa potrà divenire una autentica occasione di sviluppo soltanto se riuscirà a cambiare l'intero volto della televisione per come gli utenti l'hanno conosciuta nei suoi primi cinquant'anni di storia; e ciò soprattutto se, fra i suoi obiettivi, consentirà il rilancio e il potenziamento *qualitativo* dei "contenuti" e dei "generi" - diretta, informazione, spettacolo, *fiction* ecc. - che finora (nonostante nell'ultimo decennio vi sia stato un vistoso peggioramento dell'offerta di programmi da parte dei

network) hanno sempre restituito alla tv il valore di un medium assolutamente centrale, insostituibile per la società contemporanea.

LA LEGGE GASPARRI E LE POSIZIONI DOMINANTI

La pubblicità (televisiva e murale) sul "digitale terrestre" promette l'avvio di una splendida fase di rinnovamento dei consumi dei programmi televisivi e annuncia il miraggio dell'interattività. Bisogna crederle o è meglio restare diffidenti? Con quali costi e conseguenze il singolo utente vivrà il processo di consumare - invece che quella attuale, analogica - la tv digitale terrestre? Questioni assai problematiche, specie nel quadro della trasformazione italiana, pesantemente condizionata sia dal duopolio Rai-Mediaset, sia da come il futuro dell'etere nazionale sarà "regolato" dalla recente legge Gasparri sull'assetto delle comunicazioni. Per un verso, l'occasione dell'avvio della tv digitale terrestre preannuncia la possibilità - tutta da verificare - di assicurare un maggiore pluralismo nell'offerta di televisione; ma tale condizione già si prefigura nella sua forte incertezza, poiché la legge Gasparri non impedisce che si rinnovino posizioni privilegiate o di predominio che rilancino, in Italia, coalizioni di interesse a svantaggio del pluralismo. In sintesi, il modello italiano al momento prospettato per la *dtb* non separa la funzione dell'operatore di rete che detiene la concessione delle frequenze da quella di "fornitore di contenuti". Pesantemente, cioè, si rischia col "digitale terrestre" di limitare di agire sui nuovi canali digitali unicamente a quegli operatori che possono fin d'ora gestire le frequenze e, insieme, imporre le proprie offerte di contenuti, rendendo dunque sfavorevole l'entrata di nuovi soggetti imprenditoriali, perfino nel solo ruolo di editore di "programmi", di "generi" o "format" televisivi. Il pluralismo si dispone, con questi pre-

supposti, quasi al livello di una chimera vagheggiata ma assai lontana dal verificarsi in pratica.

Per l'altro verso, in gioco è la questione - decisamente fondamentale - di quali potranno essere i contenuti della tv digitale terrestre. Da un lato, questa significherà lo spegnimento progressivo dei programmi analogici (data paventata per questo *switch off* il 2006, ma già adesso si vede come la situazione comporterà quasi inevitabilmente un allungamento dei tempi) ovvero che tutta l'attuale offerta dei canali analogici, pubblici e privati, passi sulle frequenze digitali. Ciò corrisponde per l'utente al fatto di ricevere un segnale più chiaro, forte, preciso, decisamente migliore che nel passato, delle reti tv che già ben conosce (nazionali e locali). Ma vuol dire anche ricevere potenzialmente molti altri canali in più, dei quali alcuni, non pochi, dovrebbero essere interattivi. Ci si pone la domanda: come il computer? E con quali pratiche modalità d'uso?

NON SOLO TECNICA E TECNOLOGIA

La *dtb* prospetta teoricamente una tv del futuro in grado di realizzare una straordinaria convergenza mediale, di tipo non soltanto tecnologico (con ricadute che le scienze sociali e dei *media* non dovrebbero sottovalutare: la maggiore potenza del segnale audio e video significa ad esempio sia qualità digitale, superiore, della ricezione dei suoni, delle voci e delle musiche, sia immagini con una più alta definizione della qualità visiva; ci si avvicina ad una tendenziale olograficità del video, e quindi ad una consistente qualità immersiva del rapporto fra utenti e immagini/suoni, come un *dolby surround* misto ad un effetto speciale televisivo, quasi tridimensionale, reso "domestico", normale, quotidiano, nel consumo delle famiglie e dei singoli). L'innovazione potrebbe - secondo noi, dovrebbe - essere soprattutto culturale. In gioco, con il digitale terrestre televisivo è una trasformazione minimale o massimale del sistema



comunicativo generale. Ciò dipenderà da come si vorrà e si potrà non soltanto immaginare ma, specialmente, tentare e sperimentare una televisione che sappia far convergere al proprio interno, valorizzando ogni specifica e diversa funzione, gli altri *media*. Ad esempio: il cinema digitale, la radio, la vecchia tv, ma anche il computer e la rete, la telefonia mobile, ecc. L'innovazione tecnologica, con il digitale terrestre televisivo, si prospetta ancora una volta, e quasi immediatamente, dal lato di una negoziazione complessa, di tipo socio-culturale, oltre che politica e legislativa, verso una innovazione complessiva del nodo fra media e società. Potranno - e forse dovranno - esserci sia cambiamenti della sfera percettiva sensoriale e conoscitiva da parte degli utenti (il digitale, dunque, visto come risorsa per far avanzare la cultura individuale e collettiva non solo per la maggiore definizione dei prodotti audiovisivi ma nel rapporto fra i media vecchi e nuovi) sia mutamenti degli attrezzi comunicativi, adattati fra loro ad un livello di complessa interconnessione e di scambievole, reciproca, integrazione di compiti, di mercati, di azioni comunicative.

imposti? La pubblicità, a sua volta, come e cosa chiederà alla nuova tecnologia, per superare una crisi che l'attanaglia dalla fine degli anni Ottanta?

Tutto questo in teoria. Ma in pratica? La realtà che si configura oggi davanti a coloro che ne hanno la responsabilità politica, oppure a quelli che ne comprendono le dinamiche formative, entro cui si agitano forze e interessi corposi, talora non sempre dicibili, o infine a coloro che attendono di usufruire nel modo giusto di una nuova risorsa di comunicazione, purtroppo è ben altra. Infatti, nell'innesto in alcuni paesi europei della nuova tecnologia televisiva, è addirittura a rischio che possa permanere nel futuro una tv dai contenuti universali, in chiaro, non a pagamento (al di fuori del canone), che non sia minoritaria e non svalorizzata rispetto a quelle a pagamento. O, ancora, si fa avanti la preoccupazione che con l'avvio della *dtb* paradossalmente aumenti il *digital divide* - la separazione e la disuguaglianza - fra coloro che sono già addestrati e pronti ad usare i nuovi *media* e coloro che invece hanno tuttora difficoltà di accesso alle ordinarie risorse della società dell'informazione.

GLI ACCESSI SELETTIVI

Quando poi si dice che con la *dtb* i canali analogici si spegneranno definitivamente a favore di quelli digitali, viene quasi spontaneo interrogarsi: i canali e i programmi attualmente “generalisti”, i vecchi e i nuovi generi della tv (dalla *fiction* seriale, al *talk show*, al *reality*, alle *news* e all'informazione ecc.) riprodurranno se stessi senza alcuna variazione? o dovranno rivedere il posizionamento e la forma comunicativa con cui si sono finora

PRIMO: IL PLURALISMO

Il terreno sul quale la *dtb* potrà configurare un nuovo, migliore futuro per l'utente televisivo italiano ed europeo, risulta segnato da dinamiche controverse, talora alternative, oltre che a processi di dialettica politica (fortunamente non ancora risolti per intero, per quanto costretti e imbrigliati) entro i quali ci si dovrà impegnare, con netta scelta di campo. Diverse battaglie politiche e culturali dovranno essere intraprese affinché con



questa innovazione aumenti la democrazia della comunicazione, s'innalzi la qualità dei prodotti e dei programmi, e affinché i mercati della televisione possano divenire non solo tendenzialmente, bensì effettivamente, plurali e pluralisti. Che ci si riesca nessuno lo può dire oggi, ma è indubbio che si tratta di una frontiera sulla quale occorre già da adesso dispiegare forze, intelligenze, saperi nuovi, capaci d'intendere e d'interpretare la novità in rapporto al passato. Una tale novità potrà scaturire dal saper praticare e vivere il confine fra una televisione universale e una televisione in grado di rispondere all'esigenza delle vecchie e nuove generazioni di riconoscersi nella qualità dei programmi e dei contenuti articolati e diffusi da tutti i *media*, in stretta relazione con i bisogni, le emergenze, le necessità della vita vissuta, individuale e collettiva.

ESSERE INTERATTIVI

Da tale punto di vista, come va pensata una tv del futuro? Sarà davvero possibile pervenire ad un uso interattivo del televisore, e per fare cosa? Attualmente, le ipotesi che circolano prevedono servizi interattivi per grosse funzioni a valore sociale: servizi cioè che consentano di operare da casa per risolvere incombenze di genere finanziario, postale, di collegamento con i portali delle istituzioni, ecc. Anche se si facesse chiarezza sull'effettivo avvio di tali servizi con le strumentazioni disponibili - i *decoder* diffusi attualmente nei negozi consentono una interattività scarsa e dubbia, anche perché prevedono collegamenti a linee con un costo a carico dell'utente, esattamente come per l'accesso a Internet - davvero si crede che l'interattività si racchiuda a questo? O non, piuttosto, sarebbe il caso di valorizzare l'esperienza di chi consuma e progetta nuove modalità e forme di comunicazione su Internet (da quelli per l'economia e gli affari, a quelli per il divertimento, ai prodotti di culto e di consumo generazionale ecc.), secondo un'idea più forte, adeguata e stringente, dell'interattività, sensibile a dare legittimità, slancio, opportunità a quei soggetti cresciuti socialmente, culturalmente, grazie alla rete stessa? È, insomma, la frontiera fra una interattività a pieno titolo, dove la comunicazione si realizza nello scambio paritario e nella possibilità di intervenire molecolarmente (facendo proliferare i contenuti e

le soggettività che attraversano il territorio televisivo); e una interattività invece subordinata, imbrigliata da forme che condizionano la libertà e la conoscenza stessa del *medium*.

Se questo è un primo, decisivo problema (che i progettisti della tv digitale terrestre dovranno considerare affinché la tv interattiva abbia un significato non minimale e nemmeno episodico, di corto respiro), un'altra questione riguarda piuttosto l'identità medesima del *medium* televisivo nell'incombenza di trasformazioni tanto radicali. Il rapporto tra vecchia e nuova tv, specialmente in Italia, potrebbe e dovrebbe essere rigenerativo, se con la *dtv* fossero posti in gioco tutti quei livelli e tutte quelle azioni in grado di liberare la tv generalista dalla compressione, dall'arbitraria limitazione delle sue grandi potenzialità di cui oggi palesemente soffre.

UN PATRIMONIO NON SOLO ECONOMICO

Si potrà credere e lavorare per una tale direzione del cambiamento? Se il dubbio è lecito e il disincanto aiuta a individuare le sostanze dei conflitti in atto fra vecchio e nuovo, tuttavia qualcosa si può dire. Ad esempio, riprendendo l'idea di tv come *medium* in grado di inscrivere la complessità delle culture sociali (in qualche modo, in forme germinali, tutto ciò accadde nell'avvio del sistema misto televisivo nel nostro paese, fra il 1977 e il 1980, prima della svolta berlusconiana), pensandola non come repertorio archeologico ma come opzione ancora irrealizzata, un passato irredento da rilanciare e far rivivere nel nuovo scenario. O, ancora - ma vale qui da ultimo, schematico esempio - guardando alla produttiva e straordinaria miniera degli archivi mediatici (non solo della tv, ma del cinema, della letteratura, della fotografia, dei fumetti, delle arti visive ecc.) come a una risorsa che la *dtv* potrebbe finalmente, programmaticamente, rendere accessibile e quotidianamente utilizzabile. Se questi archivi - oggi quasi rinchiusi nel ghetto di teche gestite unidirezionalmente o da risorsa privata - fossero restituiti dalla *dtv* al ruolo di grandi archivi della memoria pubblica, al di fuori di logiche del profitto e dello scambio soltanto e puramente economico, la nuova televisione avrebbe davanti a sé il senso di una decisiva, egregia, opera di cultura tecnologico-mediata al servizio delle nuove generazioni. ●

Rimandiamoli nella scatola nera

>> Ermanno Detti

fin dai primi tempi della tv, quando Mike Bongiorno conduceva “Lascia o raddoppia?”, si avvertì che il mondo televisivo era un altro mondo, quello della notorietà, delle agiatezze, del moderno, del nuovo. Che poi quel mondo fosse irreale e assurdo, fatto di strani pasticci, un po’ plastificato come la faccia falsamente ingenua di Mike Bongiorno, che diceva candidamente solo quello che andava detto, non importava. Perché c’era un particolare, con “Lascia e raddoppia” era possibile sognare di realizzare alcune aspirazioni e chimere di tutti gli italiani, perfino la famosa Fiat 600. Erano le chimere più semplici ma più diffuse del dopoguerra. Semplici perché, come quelle dei fotoromanzi tipo “Sogno” o “Grand Hotel” - a differenza delle grandi utopie prescritte con tanta precisione nei nostri principi costituzionali - quelle chimere si potevano anche realizzare, o meglio sognare di realizzare.

Per partecipare a “Lascia o raddoppia?” bastava essere un po’ simpatici e avere qualche piccola conoscenza (sennò si capiva che le porte della tv non si sarebbero mai aperte) ed essere un po’ fortunati e un po’ abili. Se si possedevano queste qualità, nemmeno impossibili, poteva anche succedere di tornare a casa con gli agognati gettoni d’oro o con la Seicento.

Da tutto questo si intuiva anche dell’altro. Che il faticoso lavoro quotidiano, il risparmio, l’operosità, l’ingegno industrioso, cose che ci avevano insegnato i nostri padri, non erano tanto importanti per possedere i mezzi (il denaro) necessari e per realizzare le proprie aspirazioni; improvvisamente

apparivano utili altri elementi più effimeri, basati su una superficiale e, per dir così, allegra concezione della vita.

Capire questo fu un colpo terribile, un colpo assestato ai valori della nostra tradizione, un capovolgimento totale dei principi della nostra povera e semplice economia agricola e operaia che confidava tutto sul lavoro. “L’Italia è una Repubblica fondata sul lavoro” avevano scritto i padri costituenti con convinzione, e tutti ci avevano creduto. Ma ora che accadeva? Cose mai sentite, si potevano ricavare soldi, notorietà e agiatezze semplicemente partecipando a una trasmissione in tv! Bastava conoscere qualcuno, possedere qualche nozione, essere simpatici e scanzonati, avere fortuna e...

Certo, poi si capiva che certe cose, fattibili, si potevano solo sognare. Mica tutti avrebbero potuto partecipare ai quiz e arricchirsi. Se tutti diventavano ricchi... Per cui ci si convinse che quello era un mondo a sé nel quale non era facile entrare. Nel frattempo gli effetti della notorietà venivano evidenziati tutti senza pudori. Mike Bongiorno passava molto tempo a chiedere ai concorrenti che effetto aveva fatto la loro notorietà, se la gente li aveva riconosciuti per strada o sulla spiaggia o in montagna. Di più, chiedeva che fine avesse fatto questo o quell’appello lanciato in tv. E si scopriva che qualsiasi cosa il concorrente avesse chiesto si era quasi magicamente realizzato: posti di lavoro offerti in gran quantità, milioni piovuti per far studiare un pastorello sardo, offerte per un cieco che aveva bisogno di un’operazione urgente, agevolazioni di



qualsiasi tipo. Che significato aveva tutto questo? Che la scatola tv era una scatola magica, bastava passarci dentro e le cose più difficili diventavano improvvisamente facili e reali.

Ma il fatto stesso che passare in tv non era alla portata di tutti, faceva pensare alla tv come a una sorta di limbo inaccessibile. Certo era possibile, ma per quanti? Per chi? Si pensava che quello fosse un nuovo Hollywood, e si finiva con una scrollata di spalle. “Quello è un mondo così” si diceva. Era vero. Era diverso, più reale, ma si capiva che somigliava a quello di Bonaventura o di Nembo Kid (così si chiamava in Italia Superman) e che importanza poteva avere?

ELETTORI COME ACQUIRENTI DI DETERSIVI

A distanza di cinquant'anni abbiamo capito che le cose stavano come noi le avevamo intuite, ma allo stesso tempo erano più complicate. Chi se lo immaginava che tramite quella scatola una persona, anche mediocre, potesse diventare dal nulla ricchissima al punto da prendere il potere e comandarci tutti? Che ci fosse chi, tramite quella scatola, con un po' di furbizia, potesse convincere gli elettori ad eleggerlo Capo di un Governo?

Certo, la potenza della tv si era compresa. Già con Carosello. Un prodotto pubblicizzato tramite Carosello lo trovavamo bello esposto immediatamente in tutti i negozi e venduto a tonnellate. Certo che era venduto, tutti compravano quell'oggetto che, nel loro immaginario, non veniva dalla fabbrica ma direttamente dalla tv. Sia che quel prodotto fosse stato una brillantina che mai avrebbe salvato un solo capello, sia che fosse stato un dentifricio che mai avrebbe potuto sbiancare i denti, sia che fosse stato un detersivo che avesse ucciso la natura con i suoi fosfati, quel prodotto sarebbe divenuto “di massa” (espressione all'epoca perfino sconosciuta) e avrebbe trovato nel mercato consensi senza precedenti. Milioni e milioni di denaro passando qualche minuto in tv! Come le persone che ci

lavoravano, con la differenza che quelle dovevano essere ricchissime dato che ci stavano sempre. Era naturale!

Tuttavia ancora non eravamo del tutto convinti. Anche le aziende che potevano pubblicizzare su Carosello erano poche e poi che l'economia tirasse faceva piacere. Il boom economico era una di quelle chimere e ci piaceva esserci dentro. Ci si sforzò allora di fare una qualche timida analisi della pubblicità. Sui *Persuasori occulti* si disse tutto il male possibile, il messaggio pubblicitario venne smontato, studiato. Ma che fare? In fondo gli spot pubblicitari erano perfino divertenti!

Insomma riusciva difficile pensare che una persona potesse fare la pubblicità a se stessa come un detersivo. E che individui “di massa” fossero disponibili a comprarlo..., pardon a farsi comprare e conferire poteri così ampi.

Avremmo dovuto pensarci, però. Negli Stati Uniti Reagan, attore e cow boy, era stato improvvisamente eletto Presidente. “Gente strana gli americani”, dicevamo “Guarda chi vanno a eleggere”. E poi strani ci siamo trovati ad essere anche noi.

COS'È SUCCESSO?

Per la verità nella storia della tv c'è uno snodo importante. Con la diffusione delle tv private della metà degli anni Settanta, dovuta a una legge sotto il governo Craxi, pensata ad hoc, le cose si complicarono. L'avvento delle tv commerciali fece capire alcune cose, ma allo stesso tempo confuse le idee. Giunse poi il computer che ci distolse l'attenzione dalla tv. Insomma per alcuni anni sulla tv non ci capimmo più molto. La Casa editrice Valore Scuola

per la verità pubblicò interessanti libri sulla tv, e furono molti che se ne interessarono. Quei libri diedero origine e anche a un dibattito tra gli insegnanti. Ma certo sono pochi quelli che può raggiungere un libro, quanti di più ne raggiunge un mezzo come la televisione!

Così quando, quasi di improvvi-



so, ci trovammo alla Presidenza del Consiglio un uomo della tv rimanemmo disorientati. Un uomo capace di promettere tutto (ve lo ricordate il milione di posti di lavoro?) e di essere creduto perché se l'ha detto in tv!

Quando a scuola si studiavano i sofisti si pensava che ormai simili cose appartenessero a una cultura che stava nei libri di testo, quindi sepolta, finita, una cultura appartenente alla polis, quindi esistente in una piccola città. Insomma una cultura da villaggio davvero non globale. Chi immaginava che perfino i dati Istat diventassero un'opinione?

POVERI INTELLETTUALI, POVERE RAGAZZE

La potenza della tv cominciarono a capirla alcuni studiosi negli anni Sessanta. Però non fino in fondo. Mc Luhan e Umberto Eco, tanto per citare nomi prestigiosi, con le loro analisi scientifiche si preoccupavano almeno a quell'epoca di capire i meccanismi e la potenza del *medium*. Ma le forze politiche erano distratte, pensavano se mai a come inserirsi nel nuovo sistema, non a prendere i provvedimenti necessari a un rapporto democratico. O almeno a pensarci.

Nel 1991 un numero monografico di "Riforma della Scuola" cercò di fare il punto sulla tv. E lo fece, con nomi di prestigio. Parlarono di tv, in quel numero, gli stessi addetti ai lavori: Lilli Gruber, Andrea Barbato, Sergio Zavoli e tanti altri (in appendice a questo numero proponiamo una breve antologia dei quegli studi). Ma quelle colonne di piombo restarono colonne di piombo. "Riforma della scuola" all'epoca era una rivista di molto prestigio, stampata allora a cura del Pci. Qualcuno avrebbe dovuto leggerla. Invece no, le forze politiche non la lessero, anzi solo qualche anno dopo chiusero la rivista!

Ottimisti irriducibili gli intellettuali. Quel numero di "Riforma" non fu mai letto, preso in considerazione. Poveri intellettuali. In quelle analisi avevano detto cose giuste, altre forse erano discutibili, ma tutte erano interessanti. Ce n'è una che venne sostenuta con forza, che quello della tv è un mondo parallelo. Ci eravamo andati vicini, ci avevamo azzeccato, anche se poi l'esperienza ci ha insegnato che quello della tv sarà pure un mondo parallelo, ma un mondo parallelo contraddittorio, tant'è vero che ogni tanto si incontra con l'altro. E allora di regola sono dolori.

Pensate ad esempio se incontrate Bruno Vespa per strada, fuori dalla scatola tv, come restate sorpresi (parecchio tempo fa incontrai un celebre giornalista televisivo nel cesso di un'autostrada e mi sembrava impossibile che quello fosse lì per fare i suoi bisogni). Ma no, mettiamo che incontrate una velina (si chiamano così). Vi viene subito da dire: "E questa che ci fa qui, fuori dalla scatola tv?". E vi viene anche la voglia di rispedirla nella scatola, perché con le labbra finte e i seni pieni di sostanze estranee, messe apposta per apparire bella in tv, ora che l'avete qui nemmeno vi eccita più. Nella scatola invece sì che vi eccita, perché è un modello. Povere ragazze, si trasformano in mostri per apparire più belle. E finiscono per non essere più nemmeno eccitanti!

I MOSTRI

Tutto questo avviene per il semplice motivo che la tv genera mostri con le labbra finte e i cervelli anche. Fin quando restano lì nella scatola non danno fastidio. Ma siccome sono mostri e possono esserci mostri buoni o cattivi, quando escono le persone normali debbono stare attente, esaminarli con cura. Non sono mica buoni sicuramente se provengono dalla tv.

Fare attenzione dunque, è la prima regola.

Lo sappiamo già, ci sarà qualcuno che dirà che non sono tutti mostri. Va bene, va bene, come volete. Secondo chi scrive sono tutti mostri, anche se non lo erano ci sono diventati a furia di restare lì a fare i virtuali.

La mia proposta è semplice semplice: rispedire quei personaggi-mostro nella scatola della tv, dove, buoni o cattivi, ci stanno bene. Prima di tutto: non lasciamoli uscire, e se sono usciti ricollochiamoli nel loro posto giusto, dove anche se fanno soldi a palate solo con un po' di furbizia pazienza. Sono mostri! Se non vengono fuori dalla scatola tv, non vengono nemmeno a dar fastidio alla gente che lavora. Allora, come all'epoca di Mike Bongiorno, della tv supporteremo un po' di tutto, anche qualche notizia falsa.

Purché non siano notizie di guerra. Che quelle vorremmo prima di tutto non sentirle e se proprio non se ne può fare a meno vorremmo che fossero almeno vere.

Diamine, tra realtà e fantasia esistono differenze. O non più? ●

E così la vita cambiò a Mugnano

>> Marilena Menicucci

Il cambiamento arrivò alla metà degli anni Cinquanta, a Mugnano, un paese umbro facile da descrivere: una badia benedettina del nono secolo e l'attiguo castello. Fino ad allora i paesani erano rimasti ubbidienti alle attività, ai tempi e alle modalità, stabiliti dalla regola dell'*Ora et labora*, a sua volta rispettosa dei cicli naturali. Bastava guardare l'altezza del sole, per capire cosa facessero e dove fossero i mugnanesi: in casa a mangiare o a dormire, oppure in bottega a lavorare la creta, il legno e il ferro. Ad eccezione del Monumento ai caduti nelle due guerre mondiali, del palazzo di San Martino, del tabacchificio, dell'essiccatoio, della scuola elementare, della sede dei Carabinieri e della casa, che ospitava il medico condotto, la delegazione comunale e la farmacia, il resto aveva mantenuto l'impronta, voluta dai monaci, che avevano trasformato l'informe ed insalubre palude in una terra, tutta coltivata e molto abitata, fino alla *macchia* sui pendii delle colline, disegnate intorno alla pianura in un cerchio, diventato perfetto. Così rigogliosa e generosa era quella campagna, che i pochi benedettini si sentirono incapaci di gestire l'abbondanza e passarono la loro badia in *commenda* all'Ordine di Malta fin dal millequattrocento. Se la campagna circostante era stata rivoluzionata, il paese si era irrigidito nella sua identità, concentrata in pochi artigiani e in ancor meno piccoli

proprietari terrieri, preoccupati di difendere le differenti gerarchie paesane dal resto, estraneo, contadino e cafone.

D'inverno il paese sembrava disabitato, nessuno sulle strade, le donne in casa davanti al focolare a cucinare, cucire, sferruzzare, insieme ai più piccoli e ai più vecchi; gli uomini e i ragazzini nelle botteghe di cocciaio, falegname e fabbro. Con la bella stagione le attività maschili e femminili si spostavano sugli orti e sulla porzione di strada antistante l'abitazione, mentre i bambini, abituati a seguire il lavoro dei grandi fin dalla più tenera età, talvolta si sfrenavano nei giochi all'aperto. L'estate, dopo cena, le famiglie portavano le sedie davanti alla porta di casa e, mentre i vecchi sommovano detti, proverbi, ricordi e pettegolezzi in una litania simile ad un canto profetico, i giovani passeggiavano per le vie del paese, i maschi divisi dalle femmine, in gruppetti che si confondevano nel punto più buio della via, dove l'asfalto finiva nella strada bianca, l'aria cambiava odore e le lucciole insieme ai grilli si davano un gran da fare, per avvertire la compagnia paesana di aver superato il limite, essendo passati all'altro mondo dell'aperta campagna.

Solo le feste religiose e le fiere interrompevano il ritmo quotidiano, consolidatosi nei secoli, ma anche questi momenti rafforzavano il legame e la continuità fra le attività umane e i tempi della natura. Le fiere cadevano in coincidenza della semina,



della mietitura, della trebbiatura e della vendemmia e le feste, tanto profane che religiose, esprimevano con ritualità diverse il sentire della gente di fronte alla terra, privata del calore solare d'inverno, ricca di gemme e di germogli in primavera, feconda di grano maturo d'estate, copiosa di grappoli e di semi in autunno. In queste occasioni eccezionali di festa il paese apriva le sue strade a tutti, anche ai contadini della campagna circostante e ai commercianti, provenienti dalla città o da altre località lontane; ciascuno si permetteva libertà, prodigalità, esagerazioni, trasgressioni e allegrie, impensabili nella quotidianità; una sorprendente euforia animava lo spirito d'ogni individuo e diventava il clima generale del paese e della sua gente, confortata da una comune fiducia nella natura e nelle sue leggi, che avevano previsto un destino comunque utile alla vita per ciascuna delle sue creature, dall'ultimo bimbo nato alla più vecchia mucca, in attesa di compravendita insieme a tante sorelle, ai buoi, ai vitelli, ai maiali e a tutti gli animali da cortile.

Con la bella stagione, come il cielo brulicava di uccelli e d'insetti, così le strade di Mugnano si animavano di un continuo via vai di carri agricoli, trainati da buoi di razza chianina, che spesso lasciavano delle gigantesche cacche sul selciato, mentre il contadino ritto sul carro commentava con solenni bestemmie o, peggio, facendo roteare la corda del frustino, che, ricadendo, sfiorava la pelle sudata del povero animale, che continuava il suo lento, ritmato e faticoso procedere. Intorno ai carri correavano i bimbi, che, facendo a gara con le rondini per il frastuono, non si capiva se stessero dalla parte del contadino o dell'animale.

Passavano rare automobili, forse per sbaglio o perché costrette da un assoluto misterioso dovere, ma il fatto diventava un evento, di cui i paesani discutevano a lungo, arricchendo le informazioni di particolari veri o immaginati; il postale invece passava ogni mattina e portava tutti gli operai e i pochissimi studenti, diretti a Perugia, partendo da Chiusi e da Città della Pieve. Alcuni privilegiati andavano in lambretta.

LA SVOLTA DEGLI ANNI CINQUANTA

Ma alla metà degli anni Cinquanta cambiò quest'ordine sociale, che i libri chiamano civiltà contadina e il cambiamento arrivò senza bagno di san-

gue, senza spari, senza barricate, senza resistenza e senza accorgersi...insieme alla televisione.

Con l'arrivo della televisione si frantumò quello speciale equilibrio fra natura e umanità, per costruire il quale era stata necessaria prima una rivoluzione nel neolitico e poi il progetto di un santo come Benedetto da Norcia, in fede del quale alcuni monaci avevano trasformato una palude in terra fertile e in un paese. La secolare civiltà contadina si apriva all'ignoto davanti ad un grande e ingombrante scatolone; da spento l'oggetto non possedeva nessuna caratteristica particolare che lo rendesse più attraente dei prodotti artigianali locali, di gran lunga più elaborati e raffinati nella forma, tanto che non si sapeva come e dove sistemarlo, perché la sua presenza alterava l'ordine delle poche cose indispensabili, che arredavano una casa, seguendo regole d'armonia e d'equilibrio, proprie della sopravvivenza. Bastava, però, accendere quell'estraneo oggetto, per ottenere l'attenzione di tutti davanti ad immagini e a suoni, che portavano il mondo intero fra le mura del piccolo paese. La televisione, in fondo, era una semplice cosa di nessuna utilità, niente in confronto alle macchine, di cui favoleggiavano tanto i paesani che i contadini, capaci di elevare a dismisura i quintali di grano prodotti all'anno, eppure, quando le Acli ne comprarono una per gli iscritti, gli amici e gli altri, molte abitudini cambiarono.

La televisione venne installata nella zona alta della parete di un ambiente, che poco prima era stato una stalla e, benché il proprietario avesse ripulito la stanza e passato una mano di calce e di tinta bianca, gli odori di bestia, di letame e di fieno prevalevano sugli altri e informavano di sé le trasmissioni serali. Si aprivano le porte dell'ex stalla qualche ora prima dello spettacolo, per dare la possibilità di prenotare le sedie con qualche indumento personale a chi lo volesse e, stranamente, erano le nonne le più accanite. Non tutte ovviamente, ma quelle più illuminate, convinte della bontà del progresso. Queste, prima di andare in chiesa per il rosario, stendevano un lungo scialle e prenotavano sulla fila migliore tante sedie quanti nipoti avessero, perché, se erano tolleranti riguardo alla preghiera, diventavano imperative verso la irripetibile bontà istruttiva di Lascia o raddoppia?, ché figli e nipoti, secondo loro, non dovevano perdere. Alla fine del rosario andavano a cena e poi tornavano, per assistere allo spettacolo televisivo, che guardavano con una particolare emozione, partecipando

attivamente ed esprimendo il proprio parere ad alta voce. I nipoti non sempre venivano e quando lo facevano preferivano rimanere accanto ai compagni di gioco, i più grandi in fondo, vicino alla porta, per sentirsi liberi di entrare e di uscire a piacere e i più piccoli in prima fila.

TUTTO IL PAESE DAVANTI ALLA TV

I cambiamenti di posto o le assenze provocavano rimproveri da parte di chi si era sistemato in fondo, vedendo le sedie occupate sul davanti, ma all'inizio dello spettacolo ognuno si spostava sulle sedie vuote e le prenotazioni non avevano più valore, così una nonna si poteva ritrovare come vicina qualche paesana, con cui non aveva mai scambiato una parola o che mai avrebbe invitato a casa sua, considerandola inferiore per condizione sociale. Tanta mescolanza di gente per sesso, età, istruzione e stato sociale in genere non si era mai vista nel paese, nemmeno alle processioni religiose, dove i paesani, pur sentendosi più liberi, rispettavano la tradizione nella disposizione: gli uomini e i ragazzini davanti, le donne sposate e le ragazze dietro, il prete e gli iscritti all'associazione cattolica e alle altre congregazioni nel mezzo.

Gli uomini, invece, guardando la televisione rimanevano dietro, spesso appoggiati sulle ante del grosso portone di legno e venivano chiamati in aiuto ogni volta che si alterava il video o l'audio; allora l'avanzare dell'individuo veniva seguito con lo sguardo dall'inizio, dal suo spostarsi dall'ultima fila fino al raggiungimento dell'apparecchio, dopo che i bimbi si erano alzati, per facilitare il passaggio. Qualcuno aveva già sistemato la sedia più alta sotto il televisore, la quale rimaneva sempre in prima fila, perché costituiva il gradino necessario per raggiungerlo. Al silenzio seguiva il brusio, rotti da qualche solitaria voce maschile che da dietro gridava: - Guarda la presa! "Dagli una botta!" "Basta spegnere e poi riaccendere!". Sicuramente qualche nonna aggiungeva fra sé una silenziosa giaculatoria al santo preferito, perché venisse in aiuto. Di solito il guasto veniva aggiustato dopo pochi minuti, l'uomo tornava in fondo, guardato come un eroe e, al riapparire dell'immagine, il silenzio veniva rotto da un coro di Ohhh, unanime e prolungato, pari a un identico sentimento, dove sorpresa e soddisfazione aggiungevano lo stesso alto livello. Tranne i bambini, moltissimi tra gli spettatori avevano vissuto fino a

pochi anni prima in case senza luce né acqua e guardavano quindi la televisione con occhi doppiamente meravigliati: per lo strumento in sé e per i miracoli possibili con la corrente elettrica!

Quando scoppiò l'estate, essendo impossibile rimanere dentro quell'ambiente per il caldo e per la puzza di stalla, che sembrava riprendersi una forma di rivincita sull'odore umano, pur forte, gli organizzatori pensarono di spostare all'aperto le sedie e la stessa televisione, che venne sistemata sopra un trespolo piuttosto alto in uno spazio vicino, chiamato *ortino*, con le identiche modalità ormai consolidate durante i mesi freddi trascorsi all'interno. L'atmosfera era comunque diversa, perché lo spazio aperto permetteva la visione ad un numero maggiore di persone e la complicità del buio, insieme a quella della luna, delle stelle, del vento profumato e di tutti gli altri elementi, che la natura inventa d'estate in campagna, favoriva vicinanze e sistemazioni strategiche. Sulle prime file trovavano sempre posto le nonne e i nipotini, mentre ragazze e ragazzi si sedevano solo sulla parte più buia dell'ortino, dove i bambini e gli altri non si azzardavano a chiedere il posto, temendo di non trovare la sedia o per altri motivi non detti, né scritti, comunque conosciuti e riconosciuti da tutti.

INGRESSO IN SALA TV: 10 LIRE

La visione gratuita durò poco e si dovette pagare per assistere ai programmi televisivi, quando il gelataio del paese, che vendeva anche alcuni generi alimentari, cambiò negozio, spostandosi da quello piccolo sulla piazza principale ad un altro più vasto alla Fratente, una delle porte del castello, di fronte al tabacchificio, con la novità di un apparecchio televisivo ultimo tipo. Quel luogo diventò meta di una specie di pellegrinaggio, non ci fu paesano che si privò dell'emozione d'entrare in quello spaccio con la scusa del biglietto della lotteria o di un etto di spaghetti, involtati con carta azzurra, pur di sbirciare in direzione della prima vera sala tv del paese, con le sedie nuove non in legno o in ferro, come voleva la tradizione degli artigiani locali, ma in fili di plastica, multicolori e intrecciati tra loro, che davano una sensazione di morbidezza al primo contatto, nel sedersi.

Secondo le abitudini del paese, alle donne era vietato andare al bar, frequentato solo da uomini, comunque giudicati male, come ubriaconi, giocatori, fumatori e persone dipendenti da qualche vizio,

nemico del lavoro e della famiglia. Non avendo altro, dopocena qualcuno cedeva e andava a giocare a briscola o a scopa, cercando di non bere, consumando un caffè, comperando caramelle Rossana o Cinzia da riportare a casa al più presto, ma dopo il trasferimento alla Fratente gli uomini cominciarono a rimanere al bar, nella prima sala tv, più a lungo, fino alla fine dello spettacolo serale, lasciando soli a casa moglie, prole e vecchi genitori.

La crisi della famiglia mugnanese venne e fu affrontata così.

Le donne prima della tv entravano raramente nello spaccio, perché non c'erano i soldi per fare una ulteriore spesa; si cucinava e si mangiava solo quello che si produceva in casa e nell'orto, se proprietari, oppure, se poveri e disoccupati, si ricorreva ai prodotti della campagna, a volte sottratti di nascosto. Dopo l'arrivo della tv, le donne del paese, che per una coincidenza storica da casalinghe erano diventate operaie presso il tabacchificio, dirimpettaio allo spaccio, cominciarono ad entrare, per comprare mortadella o sgombrò ad etti, da riportare a casa per la cena e, contando sul proprio salario, potevano regalare ai figli le dieci lire necessarie, per guardare la TV nuova, durante il pomeriggio di domenica. Per la prima volta, dopo secoli, a Mugnano tutti i bambini del paese, anche i più piccoli, venivano accolti e raccolti in un unico ambiente, dove si ritrovavano per divertimento e dove insieme assistevano ad uno spettacolo adatto a loro: i cartoni animati. Anche a scuola e in parrocchia si ritrovavano, ma in quei luoghi dovevano seguire norme molto rigide e ubbidire a doveri imposti da maestre autoritarie con il righello pronto per le botte e dal prete, che preferiva esagerare in rimproveri, minacce e *nucchini*, piuttosto che dare esempi di mansuetudine, tenerezza e amore.

IL TEMPO DEI BAMBINI:

CARTONI ANIMATI E GOMMA AMERICANA

La presenza degli adulti per le ultime generazioni di quel paese aveva significato da sempre ubbidienza, col rischio di punizioni verbali e corporali; il divertimento e il gioco non erano previsti nell'educazione di allora, anche se i bambini prendevano come gioco tante commissioni o i piccoli lavoretti, che li tenevano occupati insieme ai genitori e ai nonni, in casa, in bottega e nei campi. Con la prima sala tv, invece, gli adulti riconobbero un tempo del divertimento per i loro figli, da trascorrere fuori della famiglia, in compagnia degli altri bambini, al di là delle forti divisioni sociali esistenti. Se la figlia di un cocciaio non poteva sposare il figlio dello stradino e se i figli della maestra non potevano nemmeno entrare da soli dentro il castello, abitato dai più poveri, davanti alla tv scomparvero quelle rigidissime separazioni e tutti i bambini del paese, la domenica pomeriggio, potevano godere insieme e della morbidezza delle sedie e dello stesso programma televisivo. Rimaneva un se, uguale per tutti: bisognava possedere almeno dieci lire per la consumazione! Cambiarono le abitudini anche in questo senso e i bambini, abituati a festeggiare con il cono di gelato artigianale, preferirono l'esile quadratino di gomma americana, avvolta in due carte, una uguale in tutti gli esemplari, che i più gettavano via, ma la seconda più interna riproduceva vari personaggi dei cartoni animati. Questa era da



collezionare e diventava anche un motivo di scambio, quando capitavano i doppioni. Una volta a casa, i bimbi avevano qualcosa tutta loro, completamente estranea all'esperienza adulta, un materiale su cui sognare in attesa della prossima domenica, una figurina con cui immaginare storie, avventure e situazioni varie da confrontare con i cartoni animati del seguente pomeriggio di festa, un personaggio con cui identificarsi, da difendere negli incontri e negli scontri con i compagni di scuola e di strada. La gomma americana aveva un altro vantaggio: se il profumo e il piacevole gusto passavano alle prime masticate, la materia, invece, non si consumava e rimaneva in bocca, seguendo la volontà del bambino, che poteva tenerla nascosta, dentro o fuori di lui, per lungo tempo. In un'epoca di ristrettezze, quando alcuni mangiavano insipidi pezzi di torta bianca invece che gialla, perché la mamma non aveva le uova e gli altri ingredienti necessari per fare i dolci, poter tenere in bocca qualcosa a lungo, senza temere la fine, costituiva l'invenzione perfetta. C'era di più. Soffiando con la lingua piegata, con quel minuscolo pezzetto di gomma, si potevano ottenere delle palle anche giganti, che nel rompersi producevano uno scoppio e la domenica pomeriggio, nella sala TV dello spaccio, il divertimento era doppio, perché la visione dei cartoni animati era accompagnata da notevoli scoppi e da continue risate. Rimanevano le differenze, perché alcuni bambini privilegiati, potendo comperare più quadratini di gomma, baravano,

perché dicevano di essere i più bravi a fare le palle giganti, mentre la grandezza dipendeva dalla quantità, non dalla loro bravura.

UN TELEVISORE IN OGNI CASA

Per gli spettacoli serali, le mamme si organizzarono diversamente. Con il passare dei mesi, la TV venne comperata anche da alcune famiglie private, pochissime, le stesse che cambiarono il *mettitutto* di legno, fabbricato dai falegnami locali, con la cucina di formica colorata, detta alla svedese, dove si diceva che il televisore potesse trovare la sistemazione migliore. Mentre gli uomini continuavano a preferire il bar, le mogli risposero in modo rivoluzionario, uscendo per la prima volta anch'esse, da sole, senza il marito, per vedere lo spettacolo serale a casa degli amici più fortunati, che avevano potuto permettersi l'acquisto del televisore. E anche d'inverno sulle strade di Mugnano di solito deserte di sera, si potevano distinguere fra le nebbie fitte alcune frettolose figure femminili, infagottate dentro mantelle e scialli; di solito la mamma portava con sé i figli, esaltati e meravigliati di poter attraversare i borghi proibiti, stretti alla mano materna, un poco impauriti dal buio e dal freddo, intensi d'inverno in quel paese umbro. A casa rimanevano i vecchi, che si raccomandavano al Signore, brontolando contro le novità, ché dividevano la famiglia e ché soprattutto lasciavano soli i più vecchi con la loro paura di morire. Gli sposta-

menti, però, durarono poche stagioni e giorno dopo giorno il televisore entrò dentro le singole case, per amore della pace familiare, per sedare gelosie e invidie e su consiglio di amici e parenti, i quali si stufarono di avere



ospiti tutte le sere, costretti a cambiare orari dei pasti, rimettendoci in libertà a casa propria. Si chiuse la ex stalla, sull'*ortino* crebbero erbe alte e la prima vera sala tv del paese rimase vuota, tanto che Noino e sua moglie, i proprietari, ormai vecchi, decisero di ritirarsi a vita privata e di guardare da soli la tv nella loro casa del paese nuovo.

IL MONDO ENTRÒ NEL PAESE

Ormai il cambiamento era avvenuto, il mondo era entrato a Mugnano e il paese non si sentì più il mondo, bensì una sua piccolissima parte; le secolari tradizioni, che resistono ancor oggi, persero l'alone di assolutezza e le figure rappresentative locali, gli artigiani, il prete, la maestra, il farmacista, il dottore, "il sindaco" e il maresciallo dovettero fare i conti con le informazioni e i messaggi televisivi; per farsi ubbidire, quindi, non dicevano solo *devi fare questo e quello, così*, ma aggiungevano *come ho visto alla televisione*.

Il dubbio entrò nelle coscienze e mise in moto le intelligenze verso una soluzione alternativa a quella stabilita dalla tradizione. I contadini invasero il paese, affollando la piazza principale durante frequenti comizi, organizzati dal Pci e dal Psi, poi abbandonarono le campagne e cambiarono stato sociale, paese e patria. Gli artigiani chiusero le botteghe e divennero commercianti ambulanti di oggetti prodotti industrialmente con materiali diversi da quelli locali, guadagnandoci in termini economici, ma come paesani in città soffrirono i pregiudizi, che essi stessi avevano pensato nei confronti dei bifolchi contadini.

Il prete perse il suo potere e soffrì per la sua chiesa meno frequentata, ma i pochi presenti assistevano con più attenzione e qualcuno si commoveva, rispondendo alla messa in italiano, mentre per secoli i paesani erano stati costretti al silenzio, ascoltando un latino incomprensibile, che alcuni pronunciavano storpiandolo, vergognandosi della propria ignoranza, come se fosse un peccato. I genitori cominciarono a progettare per i figli un lavoro diverso da quello dei padri e a vedere nella scuola di città una possibilità di superamento e di miglioramento sociale; aumentò così il numero degli studenti aspiranti all'esame d'ammissione alla scuola media, frequentando la quale ci si sentiva fra gli arrivati della società; aumentò anche il numero degli autobus, mentre il postale continua-

va la sua solita corsa. I vecchi, gli ammalati, gli handicappati e gli "stupidi" del paese non si sentirono più abbandonati e isolati e non si incontrarono più a bighellonare per le strade, additati e presi in giro dai benpensanti, anzi i più, analfabeti, impararono a leggere e a scrivere, guardando la televisione. I giovani vestirono e si pettinarono alla moda, non quella stabilita dalla sarta e dalla parrucchiera del paese, ma imitando i ragazzi del varietà nazionale, le presentatrici, gli attori di Carosello e i giovani del mondo, visti al telegiornale; se si parlava in dialetto, diventò più facile esprimersi in italiano e per alcuni la televisione fu di stimolo nell'apprendimento delle lingue straniere, lontane ma non così tanto, da quando alcuni paesani erano arrivati persino in Svezia, tornando per le ferie con le mogli, originarie di quel paese. La badia benedettina perse la sua centralità, i granai si svuotarono, come le scuderie e le cantine, scese il silenzio nella casa del guardiano, il fattore fu trasferito, il piccolo giardino s'intristì nell'abbandono, senza i colori dei fiori stagionali preferiti dalla fattressa, anche la cuccia del cane rimase vuota, come se il tempo volesse cancellare l'anima del passato di quel paese, oppure per liberare quella sapiente architettura dalle contingenze di una civiltà, finita con l'abbandono delle campagne da parte dei contadini, rendendo gli spazi vuoti, disponibili e aperti a civiltà future, in linea con la creatività di quell'anima originaria.

La televisione traghettò Mugnano, come tantissimi altri paesi dell'Italia, dalla civiltà contadina ad un'altra, definita industriale sui libri, eppure non così catalogabile in quei luoghi, ancor oggi, in epoca postindustriale, legati ai valori della terra. Se i mugnanesi e molti altri italiani non sono più contadini né solamente artigiani, se sono impiegati e tanto altro ancora, certo tutti sono cittadini "televisivi", gente che la televisione rende meno soli e isolati, aperti alle novità, disponibili, critici e solidali con il mondo intero. Omologati? Speriamo di no, speriamo che la televisione li aiuti a superare i limiti geografici e psicologici, andando oltre la televisione stessa, quando l'oggetto tradisce la sua modernità, diventando scadente, inutile e dannosa immagine, lontana dal futuro, ripetizione, fissazione, aria fritta e palude.

Speriamo che, come i monaci benedettini, i paesani odierni sappiano canalizzare il paese verso una cultura, che sappia dare un futuro al paese, magari con l'aiuto della tv. ●

Addio, piccolo schermo

>> Gianna Marrone

Cinquant'anni, mezzo secolo, dieci lustri: è l'età della nostra tv, quella italiana per intenderci. Per pochi all'inizio, perché il "mezzo", cioè quel mobile un po' ingombrante, con un piccolo schermo, che iniziò in poco tempo a porsi in concorrenza con il grande schermo, quello del cinema, aveva dei costi non accessibili a tutti. Il periodo è però favorevole, il nostro paese cammina velocemente verso un boom economico che preluderà ad un consumismo industriale in cui l'elettrodomestico comincerà ad occupare spazi sempre più ridondanti, comincerà a sostituirsi ai compiti della casalinga fino ad imbottigiarla, un bel giorno, intorno agli anni Ottanta, davanti all'elettrodomestico imbonitore che, propinando *telenovelas*, riempirà i tempi lasciati vuoti dalla lavatrice, dalla lavastoviglie, dal folletto, dal vaporetto.

Finiti i tempi di Carosello, di Rintintin, di Furia Cavallo del West, del lunedì dedicato ad un film di alcuni anni prima ma scelto con cura, dello sceneggiato domenicale di qualità, del giovedì del quiz, del telegiornale che informava sugli avvenimenti del giorno prima, come il quotidiano, anzi meno veloce, poiché a quei tempi il quotidiano usciva anche il pomeriggio e, se necessario, anche in edizione straordinaria.

UNA FINESTRA SUL MONDO

Quel televisore pieno di manopole per sistemare l'immagine, il colore, il volume, con uno schermo abbombato, simile alle vecchie radio che dominavano un angolo del salotto buono, che trasmetteva trasmissioni che riunivano famiglie e amici per seguire "Lascia o Raddoppia?", "Cime tempestose" e "La Cittadella", Angelo Lombardi l'amico degli animali o, non plus ultra di quella vecchia tv del passato, "Non è mai troppo tardi", che divenne un grande programma di alfabetizza-

zione, quel televisore, dicevo, non è null'altro che un nostalgico ricordo di quando la televisione sapeva svolgere un grande ruolo culturale, insegnava l'italiano agli italiani, senza intaccare i loro dialetti ma abituandoli a comunicare, a capirsi, a sentirsi un unico popolo con una lingua comune. Oggi anche questo aspetto va scomparendo, il piccolo schermo (tra l'altro neanche più tanto piccolo) ci propina personaggi che parlano in dialetti non sempre comprensibili, presentatrici straniere che non si capisce bene se non conoscono la nostra lingua o la stravolgono per sembrare spiritose, e gli spazi della cultura si sono proporzionalmente ridotti in un palinsesto ormai a tempo pieno (24 ore su 24) contro le cinque/sei ore giornaliere del canale unico degli anni Cinquanta.

I festeggiamenti che all'inizio di questo 2004 hanno allietato il compleanno della tv hanno ben evidenziato questo passato glorioso, trascurando però di esaminare le ombre che hanno comunque accompagnato l'evoluzione non sempre brillante di questi cinquant'anni di storia.

LA GUERRA DELL'ETERE

Una evoluzione che si può commentare in due capitoli di 25 pagine ciascuno. Il primo, simile a quei racconti che preparano i loro intrecci senza fretta, abituando il lettore a districarsi tra personaggi, avvenimenti e nuove avventure, ha aperto una nuova finestra sul mondo, presentando realtà anche molto lontane e molto diverse da quelle di un qualsiasi piccolo quartiere di periferia.

Ha fatto incontrare culture diverse, ha fatto un nuovo passo oltre il telegrafo, il telefono, la radio: ha mostrato le immagini di quelle voci sconosciute, inviando alle masse nuovi messaggi più vivi di quelli della fotografia e più reali di quelli del cinema. Lo spettacolo che entrava in casa, cambiando le abitudini delle famiglie, offrendo informazioni,



diffondendo cultura. Poi arriva il secondo capitolo, dagli intrecci si passa agli intrighi, concorrenza ed *audience* avviano una corsa senza tempo, senza spazio e, spesso, anche senza regole per conquistare l'attenzione e la preferenza del telespettatore, ma un telespettatore entrato nell'anonimato, non più attore interessato come era ai tempi di "Non è mai troppo tardi".

Non si lavora più per lui, ma per conquistare uno spazio dominante nell'etere, per sgominare facilmente piccole nascenti reti non ancora consapevoli del fatto che "la cultura non paga". Siamo verso la fine degli anni Settanta, anni di contestazioni, di cambiamenti, di tecnologie che avanzano, di trasformismi accelerati, che scatenano polemiche, timori talvolta completamente infondati, come quello che il libro potesse essere soppiantato dalla televisione e dalle altre diavolerie informatiche che cominciavano ad affacciarsi nei luoghi di lavoro ancora piene di complicati marchingegni, come il Commodore degli anni Ottanta.

IL FASCINO DEL FRUTTO PROIBITO

La televisione si trova completamente coinvolta all'interno di critiche e statistiche allarmistiche, che snocciolavano cifre da lasciare allibiti: bambini che passavano 10, 12 ore al giorno abbandonati davanti al teleschermo, ridefinito per l'occasione baby sitter televisiva, che scatenavano all'esterno manifestazioni di violenza provocate dai cartoni animati e costringevano i genitori ad acquistare giocattoli presentati a ritmo pressante nei bombardamenti pubblicitari. Critiche e statistiche che continuavano però a dimenticare un aspetto fonamen-

tale del rapporto tra bambini e tv, cioè la capacità di educare all'uso della televisione, che è parte integrante dell'educazione nel suo complesso e che ciascuna famiglia ha il dovere di offrire ai propri figli per avviarli a vivere le successive stagioni della loro vita. Proprio in quegli anni Ottanta François Mariet scriveva che "opporre televisione e scuola significa equivocare su un problema culturale"(1), e si potrebbe aggiungere che la scuola, in particolare, temendo la concorrenza della tv, ha contribuito per lungo tempo a metterla su un piedistallo, poiché anche se non lo avrebbe mai ammesso si rendeva conto della grande quantità di informazioni e di possibilità di svago che era in grado di offrire sia ai bambini che alle loro famiglie, ma attaccandola e dicendone tutto il male possibile non faceva altro che incuriosire gli alunni e creare inutili sensi di colpa nei genitori, contribuendo alla fin fine solo a spingere entrambi a guardarla di più per cercare di scoprire dove fosse il "male".

Il solito annoso problema del frutto proibito che accende curiosità ed interesse svolgendo il miglior ruolo pubblicitario che possa esistere.

Ma ogni fenomeno, dopo aver toccato le alte vette del successo, comincia a non suscitare più scalpore, curiosità, posizioni contrastanti; si potrebbe affermare, con molta semplicità, o paradossalmente, che nel momento in cui conquista un posto nella quotidianità comincia anche a perdere la spettacolarità e si avvia ad entrare nella norma.

LO SVILUPPO DEI MEDIA

La televisione, come ogni *medium* della comunicazione, ha attraversato tutte queste fasi ed ora si trova nel momento dell'interesse smorzato, appiat-

tito e, almeno momentaneamente, messo da parte, per lasciar spazi ad altri media più attraenti e dinamici, come ad esempio la “rete”.

Si tratta di un processo naturale che ogni *medium*, ogni linguaggio ha dovuto attraversare per entrare a far parte dei canali e dei mezzi attraverso cui l'uomo attiva le sue potenzialità comunicative, mezzi che hanno risposto ai bisogni che si andavano raffinando, richiedendo prestazioni sempre più complesse ma anche più immediate. L'esempio più concreto di questo processo è offerto dalla evoluzione attraversata dalla scrittura che, da ideografica, si è trasformata in sillabica e, successivamente, in alfabetica, rendendo la trasmissione del pensiero più semplice da codificare e decodificare.

Ciascun *medium* continua comunque a conservare una sua nicchia, al cui interno prosegue l'elaborazione di quel processo evolutivo che gli permetterà di non uscire mai completamente di scena. Se il telefono decine di anni fa si presentava come un congegno ingombrante, attaccato ad una parete, provvisto di una specie di cornetta per ascoltare e di una manovella che permetteva di attivare un contatto con una centralina, oggi va assumendo proporzioni sempre più ridotte, è diventato portatile e permette anche una comunicazione visiva. Ma non è che uno dei molteplici esempi della trasformazione subita dai nostri mezzi di globalizzazione, una trasformazione tecnologica che tende a perfezionare il “mezzo” per renderlo più commerciabile e utilizzabile da masse sempre più estese, ma si tratta appunto di un “mezzo”, che trasmette, che fa da intermediario, che è e rimane comunque “non colpevole” se la qualità dei contenuti, cioè del “messaggio”, non mantiene alti livelli.

LA VENDETTA DEL CINEMA

Il periodo di appiattimento e di stasi che sta attraversando la televisione, soprattutto nel nostro paese e in questo momento storico, non è da imputare interamente all'attrazione che sta esercitando la “rete” sui giovani e sui meno giovani. Infatti quella televisione presentata in apertura non esiste più, gli attuali palinsesti si muovono più su una consistenza commercial-pubblicitaria che su l'esponenziale offerta di programmi di qualità. L'audience e l'ideologia di partito, sempre più massicciamente presenti, anzi incombenti, nelle immagini

e nei messaggi che ci impone il piccolo schermo, fanno ormai la pariglia con le vicissitudini attraversate dalla carta stampata nel ventennio. Non ci possiamo quindi meravigliare se diventano sempre più numerosi i commenti che definiscono la Tv dei nostri giorni noiosa, ripetitiva, poco interessante, in poche parole “tutta uguale”. Un solo messaggio per tante reti, per tanti palinsesti, per tante ore, per tanti giorni, per tanti mesi. E speriamo vivamente che l'ultima frase di questo commento non diventi “per tanti anni”. La Tv di oggi ha veramente bisogno di un grande e intenso rinnovamento se vuole riconquistare le masse, poiché le alternative comunque non mancano. Ci sono il cinema ed il teatro, che hanno riconquistato grandi spazi nell'interesse del pubblico, ci sono i libri, le riviste i quotidiani che affollano librerie ed edicole attirando sguardi curiosi e sempre più interessati, e poi c'è la rete, ancora giovane, ma ricca di potenzialità. “Navigare” è diventata anche una moda, è il fenomeno di oggi, sul quale è molto interessante indagare, ricercare, scoprire cosa offre e quali insidie può nascondere, a chi vuole soprattutto rivolgersi e chi veramente ha imparato a decodificare questo nuovo linguaggio, non poi così semplice e lineare come potrebbe sembrare a prima vista.

Indagare è quindi d'obbligo ed una recente indagine, intrapresa in un Laboratorio sui linguaggi multimediali nel Corso di Laurea in Scienze dell'educazione, ha fatto emergere una debolezza sia qualitativa che quantitativa sulla presenza nella rete di siti dedicati ai bambini. L'indagine è ancora in corso, ma assegnare un bollino, blu o verde che sia, ai siti che si stanno esaminando, comincia ad apparire sempre più arduo. Questa indagine non ha però lo scopo di condannare, anzi si prefigge proprio di sollecitare una maggiore attenzione ad un aspetto trascurato e di farlo con l'intento di offrire qualità attraverso un impegno culturale ed educativo che si dimostri molto accurato. ●

NOTE

(1) François Mariet, *Lasciateli guardare la tv*, Anicia, Roma 1992, pag. 8. L'edizione originale francese *Laissez-les regarder la Télé* è stata pubblicata nel 1989.

Il ragno e l'orco

>> Elisabetta Fattori, Eleonora e Paolo Striglia

accanto alla televisione, in questi ultimi anni, si è consolidata un'altra presenza mass mediale, Internet. Negli anni Ottanta troviamo scuole di pensiero garantiste e sostenitrici dell'accesso ad Internet da parte delle masse in un'ottica di promozione della libertà umana, dell'*empowerment* individuale e della cooperazione internazionale. Dall'altra, Internet viene visto come "inquinante per lo spirito" e foriero di una concentrazione del potere nelle mani di una oligarchia di sapienti tecnologi.

Le società degli anni '80 non sono ancora esperte al fenomeno Internet tant'è che nella Convenzione Onu sui Diritti dell'Infanzia del 1989, che pone attenzione al ruolo dei media esercitato sui minori e al diritto all'informazione, senza tralasciare di considerare che tale diritto deve contemplare il rispetto di altri diritti come quello della privacy e della dignità del bambino, ancora non si trova alcun riferimento ad Internet. Nel 1991, in una pubblicazione del Massachusetts Institute of Technology (Mit) *Technology 2001: The future of Computing and Communications*, non viene fatto alcun riferimento ad Internet e al *Cyberspace*. Nel corso degli anni '90 la Commissione Europea ha pubblicato alcuni rapporti sulla protezione dei minori ed è, nel 1997, con una Comunicazione sui contenuti dannosi e illegali di Internet che si pone il problema di promuovere efficacemente un utilizzo sicuro da parte dei minori di questo strumento tanto attraente. Successivamente all'ampio dibattito sviluppatosi, sono state stilate "Raccomandazioni", sotto forma di inviti rivolti alle aziende televisive e ai *providers* della rete, per l'adozione di meccanismi di controllo e protezione da parte degli adulti, come codici di accessi personali, filtri e *software* di protezione specifici.

Il 25 gennaio del 1999 il Consiglio ed il Parlamento Europeo adottano l'"Action Plan on Promoting Safe Use of the Internet".

Nuovi concetti sono emersi dal lavoro della commissione Europea "Protection of minors - Meeting of scientific experts" (Brussels, 10 settembre 2003).

Per proteggere i minori si deve analizzare la strut-

tura del nuovo mezzo di comunicazione con un duplice scopo: individuare ed applicare dei sistemi di controllo e migliorare le modalità di utilizzo.

IN RETE SENZA RETE

Per raggiungere questi obiettivi è necessario avviare un'attività formativa focalizzata sulla conoscenza del linguaggio del nuovo *media*, rivolta agli adulti con particolare coinvolgimento dei genitori.

Con le competenze adeguate le famiglie potrebbero prevenire situazioni di pericolo per i minori.

Un genitore che abbia acquisito una profonda conoscenza della struttura e dei contenuti del *media* potrebbe guidare il minore nella scoperta dei lati positivi e delle potenzialità dello stesso.

Nei primi mesi del 2004 si è concluso, dopo 4 anni di lavoro, il "Progetto speciale ricerca per la tutela dei minori" da parte della Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Il Progetto, basandosi sulle attività di ricerca riguardo il rapporto tra minori e mezzi di comunicazione, aveva come obiettivo la creazione di un patrimonio di conoscenze multidisciplinari utilizzabile nelle future attività dell'Autorità stessa per l'espletamento dei compiti istituzionali di vigilanza e prevenzione.

Il materiale scientifico prodotto durante lo sviluppo del Progetto è consultabile nel sito web www.agcom/progettiminori.

Il Comitato tecnico scientifico ha approfondito lo studio degli aspetti legati alla qualità e alla prevenzione dei singoli *media* e delle loro interrelazioni (es. programmi televisivi diffusi tramite Internet), ed in particolare ha proposto un "media education" verso i minori.

Quindi affinché gli adulti, dalla famiglia alle istituzioni, possano educare i minori ai *media*, hanno prospettato per genitori e tutori un opportuno processo formativo.

Inoltre, per affrontare la tematica della divulgazione della conoscenza, si ritiene indispensabile,

contemporaneamente, fare in modo che si sviluppi un dialogo costruttivo tra i giovani e gli adulti in modo che i minori possano confrontarsi con il mondo, sempre più competitivo ed innovativo, di questi ultimi.

LIBERI DI NAVIGARE

La forte omologazione del sistema televisivo, dovuta alla presenza di pochi produttori indipendenti ed alla scarsa sperimentazione da una parte e lo sviluppo di nuove tecnologie dall'altra, stanno spostando l'interesse degli utenti verso il nuovo mondo *web*.

Tuttavia, tale mutamento, per quanto importante, non sarà mai totale. La televisione non sarà soppiantata dalle nuove tecnologie e continuerà con ogni probabilità a costituire l'emittente privilegiata anche di domani.

Naturalmente dipenderà solo da noi, dal nostro grado di libertà e di capacità di governare il nuovo mezzo comunicativo, se Internet aumenterà o diminuirà la nostra autonomia, se ci darà più conoscenze e miglior cultura, oppure ci coinvolgerà in una spirale di appiattimento verso il basso. Per esprimere il concetto di partecipazione al processo di cambiamento si potrebbe traslare il concetto di *business* affermato da Murdoch: "non so dove andremo a finire, ma so che dobbiamo esserci".

La diversificazione dei media sviluppa un'intensa attività cognitiva; dal semplice utilizzo della televisione infatti si passa alla necessità di sapere come funziona un *pc* e tutto il resto del contesto per attivarlo ed usarlo.

Internet rappresenta un nuovo modo di comunicare e di interagire con il pubblico. Anche se il primato informativo della televisione rimane indiscusso, sono sempre più le persone che si avvicinano ad Internet e tra queste anche i bambini. In questa ottica, il sito www.melevisione.rai.it rappresenta il passaggio della trasmissione, dedicata ai minori, dallo schermo televisivo al *web*.

Il sito ripropone i contenuti delle puntate del programma "La Melevisione" di Rai Tre, dalle fiabe, ai giochi, alle iniziative per i bambini. E' stato creato un sito navigabile, semplice nei contenuti, ma al tempo stesso da "scoprire" per stimolare e soddisfare la curiosità dei bambini.

NUOVE E VECCHIE DISEGUAGLIANZE

Nel suo libro *Pragmatica della Comunicazione umana* (1967) Paul Watzlawick teorizza il processo comunicativo come uno scambio tra un emittente ed un ricevente. In quest'ottica, l'utente televisivo può essere immaginato sempre come un "ricevente" che a volte può anche correre il rischio di subire un potere ipnotico trovandosi proiettato da un'immagine ad un'altra senza riuscire a riflettere su ciò che sta guardando. Internet d'altro canto, vede l'utente come partecipe del *media* poiché è potenzialmente emittente e ricevente in un ambiente qualitativamente diversificato, continuamente esplorabile e soggettivamente modificabile, attraverso interventi e contributi condivisibili con altri utenti.

In questo campo, nonostante la globalizzazione dei media, l'accesso dei bambini alle nuove tecnologie è ancora molto diseguale. Nonostante la crescita esponenziale degli utenti Internet anche in Italia, questo non potrà che aumentare il divario tra i bambini culturalmente, e non solo, ricchi e quelli poveri. Questi ultimi saranno sempre più emarginati.

In questo senso Internet "divide" e ne fanno le spese soprattutto i bambini. Quello che possiamo definire il divario tra "rich information" e "poor information" e che sembra dar luogo ad una nuova povertà, non è generato unicamente dal fatto che una classe sociale possiede un *pc* e l'accesso alla rete ed un'altra no. In realtà questo divario è molto precedente all'avvento delle nuove tecnologie, quali il *web*. Risulta evidente che le persone che normalmente leggono libri e giornali ed utilizzano comunemente il *teletext*, il videoregistratore ed il lettore Dvd, hanno maggiore capacità nell'affrontare le problematiche di



computer ed Internet. Purtroppo dobbiamo tener conto del fatto che un numero di italiani vicino ai 15 milioni o sono privi di un titolo di studio o hanno soltanto quello della scuola elementare.

Questo determina che chi era colto nella società della tv lo sarà anche nella società della Rete.

Nel 2002 i bambini cosiddetti *on line* erano circa 13 milioni. Di questi, 4 milioni avevano meno di 12 anni e 9 milioni si ponevano tra i 12 e i 17 anni. Il Regno Unito, con i suoi circa 4 milioni e mezzo di minori ad utilizzare Internet, si distingueva dal resto dei paesi europei.

Per quanto riguarda l'Italia, secondo un rapporto del Centro Studi, Segreteria Tecnica Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie nel 3° trimestre 2003, i giovani sotto i 18 anni che fanno uso della rete sono stati 1,7 milioni di cui:

- 548 mila con meno di 12 anni e viene messo in luce un incremento negli accessi alla rete da parte dei più piccoli;

- 1,2 milioni con più di 12 anni e viene messo in luce che questa fascia di utenza spende più tempo in Rete.

Anche il tempo medio trascorso nella navigazione in rete, per la fascia di età 12-18 anni, aumenta di circa 3 ore tra la fine del 2002 e la fine del 2003 (8 ore - 11 ore).

Le statistiche, relative alla distribuzione geografica dei piccoli e giovani utenti, segnalano una maggiore diffusione al Nord Italia rispetto al Sud, mentre negli ultimi anni si va assottigliando il divario attribuibile alla differenza di genere che vedeva i maschi sopravanzare le femmine. Non possiamo dire analogamente per la popolazione adulta, dove l'utilizzo di Internet resta più diffuso tra gli uomini che tra le donne. E' stata rilevata anche una relazione di tipo positivo tra l'inclinazione all'uso di Internet ed il titolo di studio dei genitori. D'altro canto i giovani navigatori sorprendono con la loro abilità gli stessi adulti, spesso più impacciati.

A questo proposito, può tornare utile qualche riflessione sulle mappe cognitive per la rappresentazione della realtà che negli adulti di oggi, fanno ancora riferimento a modelli percettivi-sensoriali legati prevalentemente al mondo materiale. Diversamente l'ambiente virtuale di Internet, pur creando situazioni unificanti, pone l'utente di fronte a sistemi di rappresentazione della realtà, simbolici e metaforici. In questo contesto l'astrazione diventa il ponte di collegamento tra il mondo virtuale sperimentabile e percepito cognitivamente in Internet

ed il mondo vissuto e percepito nel quotidiano.

Ecco, in un ragazzo in età evolutiva, la strutturazione della mappa cognitiva di rappresentazione della realtà è appunto in evoluzione e ciò consente una maggiore agilità mentale verso la padronanza di un modello diverso di rappresentazione come Internet.

SCUOLA E INFORMATION TECHNOLOGY (IT): LE NUOVE SFIDE EDUCATIVE

A partire dalla seconda metà degli anni '90, in base al Programma di Sviluppo delle Tecnologie Didattiche, molte scuole si sono dotate di *personal computer* e strumentazioni connesse. Spesso tali attrezzature contengono pacchetti software preinstallati che comprendono programmi di videoscrittura, fogli di calcolo, strumenti per la posta elettronica etc. Il corpo insegnante è stato inserito in appositi percorsi formativi per l'acquisizione delle competenze di base necessarie sia all'utilizzo diretto dei calcolatori sia all'alfabetizzazione informatica degli allievi.

Ebbene, il *Rapporto 2004* dell'Osservatorio sull'Editoria Digitale dell'Aie (Associazione Italiana Editori) contiene i risultati di un'indagine dello Iard che traccia un profilo deludente sulla diffusione dello strumento elettronico a scuola. L'indagine ha riguardato sia gli studenti sia il corpo insegnante. Per il campione degli studenti i risultati sono stati ottenuti attraverso la somministrazione di un questionario a 418 studenti di terza media di 8 scuole nella provincia di Milano e a 319 madri degli stessi allievi. Nel caso degli insegnanti, si è trattato di un campione di 1.565 insegnanti su tutto il territorio nazionale, selezionati per grado scolastico, tipo di scuola e di materia insegnata. Dalle risposte fornite dagli studenti emerge che solo 1 su 5 ha appreso l'uso del computer a scuola e che il tempo di utilizzo è decisamente maggiore a casa che in aula. Tra gli insegnanti, all'inizio del 2003 l'84% dichiarava di saper utilizzare il computer, il 73% di utilizzare Internet e che tuttavia non erano soliti applicare queste capacità nella pratica didattica. A distanza di un anno, risulta che solo il 37% degli insegnanti utilizzano la rete e il *pc* per preparare le lezioni e solo 1 su 5 utilizza internet a lezione.

Corre in ogni modo l'obbligo di precisare che questi dati fanno emergere un'altra realtà, di tipo pratico-organizzativo, legata piuttosto a modalità

obsolete ed inadeguate legate alla fruizione dei sussidi educativi di ultima generazione. In altre parole, gli insegnanti lamentano la scarsa praticità di accesso agli strumenti informatici che restano spesso confinati in laboratori piuttosto che essere immediatamente disponibili in aula.

Possiamo quindi dire che la scuola è in ritardo sul piano della formazione informatica sia nella scuola dell'obbligo sia nella scuola secondaria e questo crea una faglia profonda tra realtà formativa e realtà lavorativa. La prima si dibatte ancora nelle strette attuative delle varie circolari del Piano Nazionale di Formazione sulle Competenze Informatiche e Tecnologiche del Personale della Scuola, il secondo continua a scandire, con richieste di competenze informatiche sempre più specialistiche, i profili professionali più interessanti e meglio retribuiti. Per dirla con una metafora di tipo euro-peistico, due realtà a diverse velocità.

ETICA DI INTERNET

I dibattiti in corso a livello istituzionale, in particolare nelle Commissioni dell'Unione Europea, hanno evidenziato la difficoltà di imporre vincoli e paletti ad un sistema che per sua natura si pone come un immenso serbatoio di ricerca e scambio di informazioni senza confini. La facilità con cui ogni genere di informazione circola in Internet, costituisce, oltre ai possibili pericoli, un potente fattore di sviluppo sociale, educativo e culturale. La difficoltà maggiore è quella di conciliare la tutela degli utenti con il diritto fondamentale all'informazione, senza oltretutto limitare le potenzialità di sviluppo economico connesse ad Internet. Recentemente in Italia è stato sottoscritto, dai Ministri Gasparri e Stanca con le Associazioni di settore, il Codice di Autoregolamentazione - Internet e Minori - ed è stato istituito un Comitato di Garanzia che avrà il compito di vigilare sull'applicazione delle direttive prescritte. Il Codice di Autoregolamentazione si prefigge di essere uno strumento di prevenzione dei rischi derivanti da un uso illecito o dannoso delle nuove tecnologie, con particolare attenzione alle categorie più deboli e più svantaggiate. Il Ministro Stanca ha così posto in evidenza la novità procedurale di questa iniziativa: "viene superato il tradizionale concetto di autoregolamentazione, rimasto in passato lettera morta, per introdurre la co-regolamentazione, in cui l'industria si impegna a darsi regole e ad adottarle, mentre un

organismo di controllo pubblico vigila sul rispetto delle stesse regole in una sorta di autoregolamentazione regolata". Il Codice di Autoregolamentazione italiano ha suscitato interesse anche in altri paesi. L'auspicio è che all'interesse faccia seguito l'adozione da parte dei Governi e delle organizzazioni di chiare ed incisive azioni volte in particolare a favorire un uso consapevole di Internet in un'ottica di armonizzazione e comune sensibilità a livello europeo e internazionale. D'altro canto, le legislazioni nazionali e sovra-nazionali non possono infatti essere la sola risposta alle famiglie ed agli educatori, preoccupati per l'incontrollabile dilagare del fenomeno Internet. Occorre soprattutto impegnarsi per creare le condizioni per genitori ed insegnanti di acquisire le necessarie capacità di interagire proficuamente con i bambini e di esercitare un'azione di controllo che, senza diffondere la cultura del sospetto nei confronti dei nuovi *media*, consenta ai più piccoli di avvicinarsi a questo affascinante strumento con serenità, imparando dagli adulti il giusto approccio mentale.

I POTENZIALI PERCORSI A RISCHIO...

La ricerca su "I minori ed i percorsi a rischio durante la navigazione in rete", realizzata dal Laboratorio AlfaMediale di Analisi dei Linguaggi Audiovisivi, diretto dalla Prof. Gianna Marrone (docente dell'Università Roma Tre), è riuscita ad individuare, ad analizzare ed a commentare gli indicatori di rischio presenti nella rete, tramite i dati raccolti sul modello di griglia di analisi e lettura critica, messo a punto dal gruppo di lavoro. Una preliminare verifica sulle *home page* di alcuni tra i principali motori di ricerca italiani ed internazionali, ha evidenziato potenziali percorsi a rischio per la presenza di *banner* o di *link* diretti a siti pericolosi o non adatti ai bambini, oltre ad una non sempre puntuale corrispondenza tra la denominazione di categoria ed il suo contenuto. La successiva verifica quantitativa sulla presenza nella rete di siti per bambini, ha mostrato come questa tipologia di siti non sia particolarmente diffusa. Qualitativamente, dai siti presi a campione, è emersa un'apprezzabile sensibilità verso l'adozione di accorgimenti per la tutela dei minori ed una media capacità di realizzare percorsi accattivanti e divertenti.

.....
continua a pagina 37

Il terzo tra tanti scomodi

>> Paolo Cardoni

ha mai avuto la tv un senso per la scuola? Mentre è piuttosto facile dire quale ruolo ha avuto per l'educazione, non lo è altrettanto per la scuola. Del resto, scuola e educazione, si sa, non coincidono affatto, anzi spesso si trovano in contrasto e comunque rimandano a due ambiti ben diversi: quello dell'istruzione formalizzata, la prima; quello dell'intero universo in cui si dipana il percorso formativo degli individui, la seconda. Su questa influiscono direttamente le forme della società, della cultura diffusa, delle cose; su quella questi influssi si verificano - oh, se si verificano! - ma solo in modo indiretto, mediato, differito. E' inutile argomentare qui questa differenza. Ma per la questione specifica che ci siamo posti si può dire che mai la scuola è stata tanto in contrasto con l'educazione diffusa come da quando la tv ha fatto il suo trionfale ingresso nel mondo della comunicazione. La crisi della "forma scuola" ha assunto le caratteristiche che oggi sono conclamate, proprio a partire da quel momento. Che in Italia ha una data precisa, essendo iniziate le trasmissioni nel non lontanissimo 1954.

TV E ALFABETIZZAZIONE

Quando iniziarono le trasmissioni della tv l'Italia era un paese diverso da oggi: il 12,9% della popolazione con più di sei anni era analfabeta, il 46,3% era senza titolo di studio, il 30,6% aveva solo la licenza elementare. Soltanto il 5,9 aveva una licenza media, il 3,3 aveva un diploma di scuola superiore e l'1% la laurea (ISTAT 1951). La capacità di leggere un quotidiano era limitata a una percentuale irrisoria della popolazione. E la scuola era, per bambini e ragazzi, il primo e più importante luogo di socializzazione, formazione e istruzione. Famiglia, parrocchia e strada erano gli altri.

Quarant'anni dopo (ISTAT 1991) gli analfabeti dichiarati sono il 2,4%, gli italiani privi di titolo il

7,7%, quelli con solo la licenza elementare il 32,2%; e mentre la licenza media è il titolo massimo per il 32,6%, il 20,8% ha un diploma di scuola superiore e il 4,3% una laurea. Le percentuali ci parlano di una situazione ancora grave dal punto di vista culturale e sociolinguistico. Né la diffusione di periodici e quotidiani è al livello degli altri paesi europei. Ma un cambiamento profondo si è verificato e la linea di tendenza è decisamente positiva. In mezzo, appunto, quattro decenni di trasmissioni tv ininterrotte. Si può dire che è cresciuta, accanto a scuola, famiglia e parrocchia, un'altra entità (o agenzia) formativa, altrettanto presente, ma più accattivante, più facile.

Sarebbe privo di senso pensare che il cambiamento sia merito della tv. Altri sono i passaggi decisivi di questo percorso; dalla crescita economica e del benessere diffuso al lento processo di riforma della scuola: nel '62 la scuola media unica, nel '68 la scuola materna, nel '74 i decreti delegati, nel '79 la riforma dei programmi della media, nell'85 quella dei programmi dell'elementare e l'ampliamento del tempo scuola.

Ma la tv accompagna questo percorso della società italiana con la sua presenza costante, ne diventa uno specchio che ne rimanda e ne amplifica la portata. E sul piano del costume e degli usi linguistici è senz'altro uno specchio potente, in grado di esercitare un ruolo attivo nella trasformazione, accelerandola molto più di quanto non possa fare il cambiamento dell'istituzione parallela, la scuola. Che infatti comincia a subirla, alzando via via delle barricate per contenerne l'invasione. Il ruolo che l'insegnante aveva come educatore, un ruolo incontrastato in una società a cultura scarsamente diffusa com'era l'Italia degli anni 50 e 60, viene messo in discussione anche a causa del confronto continuo con altre figure che assumono il ruolo di educatori, sia pure a distanza: gli annunciatori e le annunciatrici della tv, gli attori, i personaggi della pubblicità, gli eroi della *fiction*, i pre-

sentatori, i divulgatori e gli affabulatori che lo schermo propina a piene mani, soprattutto a partire dalla metà degli anni Settanta in avanti. La tv del consumo, dei privati modifica anche i comportamenti dei bambini e dei ragazzi: altro che Carosello e Topo Gigio; con Drive in e la tv spazzatura la pubblicità si fa spettacolo e lo spettacolo si fa pubblicità. Si pongono problemi che la scuola non può ignorare, a meno di restare fuori dalla realtà.

I NUOVI LINGUAGGI

Alla fine degli anni '70 la Tv entra nei programmi scolastici, sia pure in modo limitato. In quelli del '79 per la scuola media si invitavano gli insegnanti di italiano ad avvalersi di "messaggi di diverso tipo inerenti alla reale esperienza dell'alunno, da quelli della vita quotidiana a quelli dei mezzi di comunicazione sociale", come venivano chiamati con qualche pudore; nonché, in modo più esplicito, "a far esporre quanto ascoltato o letto o visto in trasmissioni televisive" (Italiano, III - Indicazioni programmatiche); e gli insegnanti di educazione artistica venivano sollecitati ad assumere come "oggetto di studio...gli aspetti visivi dei "mass media" - qui tra virgolette - : pubblicità, fumetti, rotocalchi, cinema, televisione". Nei programmi dell'85 per la scuola elementare la presenza dei "mass media viene assunta direttamente come una delle basi su cui si sviluppa l'esperienza linguistica iniziale del "fanciullo": di essa - si legge - "l'insegnante dovrà attentamente rendersi conto" e su di essa "dovrà impostare l'azione didattica" (Lingua italiana). In modo più esplicito ancora, nella parte dedicata all'educazione all'immagine, si individua un obiettivo specifico, cui collegare attività opportune, nel "conoscere la produzione televisiva per avviare una lettura selettiva dei programmi e una prima conoscenza delle peculiarità tecniche e comunicative del mezzo televisivo".

Si tratta di inviti pedagogicamente importanti, di cui però non tutti tengono conto allo stesso modo. Diffidenze non mancano. Non è mai stato chiaro se e quanto, ad esempio, la Tv abbia limitato la diffusione della lettura: ma in quei programmi si legge: "tenendo conto della diffusa disaffezione dei fanciulli di oggi per il leggere - assorbiti come sono dalle immagini televisive e filmiche - l'insegnante avrà cura di accendere interessi idonei...a far emergere il bisogno e il piacere della lettura" (Lingua it.

- Indicazioni metodologiche. *La lettura*). Quasi che il "bisogno" di leggere possa nascere altrimenti che dalla "realtà" nella quale si è immersi.

IL BAMBINO MULTIMEDIALE

Un po' alla volta, soprattutto nel corso degli anni 90, si ha l'impressione che si vada consumando una vera e propria frattura tra scuola e tv. E in effetti i modelli culturali proposti da scuola e tv si divaricano e le possibilità di rinforzo reciproco si riducono. La tv diventa una specie di nemico, o una testa di turco... Darà fiato a questo risentimento di una parte della società il famoso libretto di K. Popper, *Cattiva maestra televisione*, Donzelli, Milano 1994.

Per la verità, però, esiste anche un altro filone di pensiero, che parte dalla constatazione che i dati non sono poi così cattivi: in genere i ragazzi che vanno meglio a scuola non sono *quelli che non vedono la tv*, anzi: una congrua "esposizione" al mezzo, che sa essere pieno di sollecitazioni, è positivamente collegata al raggiungimento di risultati scolasticamente buoni. Per gli altri - quelli che guardano troppa tv - si pone il problema di affidare alla scuola - come in genere accade... - un compito di educazione in più. Come abituare i ragazzi a usare in modo consapevole la tv, selezionando i programmi ecc.? Rende molto bene il senso di questa direzione di ricerca il libretto di un sociologo studioso di media, che proponeva una vera e propria "dieta equilibrata".

Secondo Enrico Menduni (*Educare alla multimedialità. La scuola di fronte alla televisione e ai media*, Giunti, Firenze 2000) bisogna partire dal riconoscimento della specificità della tv rispetto agli altri media "pieni" (giornali, cinema, radio): essa è infatti un *medium* conversazionale, amichevole, che si rivolge direttamente a chi lo guarda. Non solo. Il televisore è ormai entrato sempre più "profondamente" nelle case, mutando abitudini e rapporti familiari: "Non c'è più il potere del capofamiglia e ognuno vede quel che vuole in salotto, in cucina o in camera sua" (p. 16). Questa presenza - migliaia di ore di tv assorbite in età prescolare - influisce sull'educazione dei bambini e sui loro rapporti con gli adulti. Un bambino su due, senza differenze sostanziali tra nord e sud, ottiene la tv in camera sua, come "concessione" che si "si colloca alla fine delle scuole elementari", e che apre la strada ad altri media; poi vengono, infatti, hi-fi,

radio e videoregistratore, e più recentemente, *pc* e PlayStation. Questa “dotazione mediale” personale e domestica - dice l’A. - fa del bambino il titolare di un vero e proprio laboratorio multimediale autonomo, in cui pochi riescono a mettere le mani. Ma è la Tv che fornisce una vera forma di “socializzazione non alfabetica”, che precede quella alfabetica della scuola: “la potenza delle immagini in movimento non ha bisogno né di padri né di maestri”, nega la trasmissione verbale del sapere, prescinde dal libro, svaluta la figura stessa dell’insegnante come “educatore autorizzato” a trasmettere i valori. I genitori, del resto, non hanno modelli forti da proporre. E così, “la comunicazione dei bambini si emancipa progressivamente e attinge sempre più alla Tv e al gruppo dei pari”.

INSEGNARE LA TV

Quanto fosse calzante questa analisi - rinforzata da studi e osservazioni condotte dagli psicologi (cfr. A. Oliverio Ferraris, *Insegnare la Tv*, Valore Scuola, Roma 1994) è ormai sotto gli occhi di tutti. Che cosa significhi in termini di lingua, di comportamenti, di cultura, che cosa avvenga nel tempo che i bambini passano nel loro “laboratorio multimediale” è però ancora poco chiaro. Da qui, forse, quel senso di “alterità”, di estraneità, che l’adulto percepisce quando entra in una classe, e che riguarda tutti gli insegnanti, quelli delle superiori, come quelli della scuola di base.

Gli insegnanti colgono e misurano più di altri il mutamento che la cultura televisiva ha già prodotto. Ma spesso rinunciano ad affrontarlo. Anche perché sono privi degli strumenti necessari.

E' possibile “usare” la tv per fare scuola? Menduni suggeriva di costruire una sorta di “dieta equilibrata” del consumo televisivo, ma avvertiva che per farlo la si sarebbe dovuta conoscere meglio. La tv infatti non è un contenitore ma ha una sua forma culturale, che ha modificato altre forme culturali, come la scrittura e la narrazione; la tv è svago; è un oggetto domestico; non uccide la conversazione, anzi, “è una formidabile fabbrica di discorsi” (*op.cit.*, p. 22), che andrebbero semmai ripresi e continuati. E per la verità non pochi insegnanti hanno utilizzato per la scuola trasmissioni tv registrate (si pensi alla divulgazione storica o scientifica) o hanno provato a usarla come “testo” su cui condurre analisi, esercitazioni, trascrizioni ecc. Ma è sufficiente?

Oggi la situazione sembra essere prossima a una nuova svolta. Cominciano a diminuire le persone che seguono la tv e quelle che leggono i quotidiani; ed è aumentata la variabilità dei comportamenti: parliamo pur sempre del medium più diffuso (93% nel 2000, erano 96% nel 95), ma aumentano i fruitori di radio e settimanali, in genere associati a una necessità di approfondimento; aumentano le famiglie che dispongono di antenna satellitare (dal 2,3% al 12, 2%); e mentre cala la qualità dei programmi, diminuiscono quelli che vedono la Tv di sera e aumentano quelli che la vedono di mattina o a pranzo; e l'uso delle nuove tecnologie aumenta soprattutto fra i più giovani ed è in genere correlato ai titoli di studio più elevati e alla lettura di libri oltre che all'ascolto della radio; anche se chi usa il Pc non è detto che fruisca meno della Tv; la cosa influisce solo sul tempo: non si ha, cioè, un effetto sostitutivo ma solo integrativo (ISTAT, *Rapporto annuale la situazione nel paese*, 2001).

IRROMPE LA RETE

Che ci dicono questi dati? Poco o niente: le statistiche sono utilizzabili solo per certi ragionamenti di tendenza. Tuttavia si può concordare con chi sostiene che “La forza propulsiva della tv sembra esaurita e con essa la funzione di unificazione linguistica e nazionale” (Menduni, *op.cit.*, p. 43). Non c’è più un centro che propone modelli, ma una rete, sia di televisioni che di siti più o meno interrelati. E le prospettive di integrazione ancora più stretta fra *pc*, telefono e Tv cambierà ancora i tempi di vita, il vocabolario, i comportamenti delle generazioni più giovani.

La domanda che ci siamo posti all'inizio, a ben vedere, è dunque inadeguata: chiedersi come usare la tv oggi a scuola o quale rapporto debba esserci oggi tra tv e scuola non basta.

Urge, piuttosto, un nuovo adeguamento della scuola, che stava appena “abituandosi” a confrontarsi con la tv e ad usarla e già si trova di fronte a una soglia più avanzata. Il problema di prospettiva ora è quale cultura produrrà “la rete”? Qui si apre il nuovo fronte di conoscenza. La cultura di almeno un ragazzo su tre è già fatta dai videogiochi, formidabile palestra di virtualità, e dalla indeterminatezza dell’immensa quantità di informazioni rese accessibili dalla navigazione. Possibile continuare a ignorare questa realtà? ●

L'immagine e la parola

>> Dario Missaglia

Confesso di aver avuto qualche esitazione ad approfondire il tema indicato dalla redazione. Forse perché il tema non è nuovo, almeno a prima vista, e molto è stato detto. Forse perché il rischio di un facile moralismo in materia è dietro l'angolo. Forse perché ogni riflessione appare inutile: la tv è imbattibile.

UN ESPERIMENTO INTERESSANTE

Ho infine ceduto all'invito grazie all'ennesima provocazione giunta da un paesino dell'entroterra toscano: Cavriglia. Qualcuno ricorderà quando il vivacissimo sindaco chiamò in quella borgata nientemeno che Sergio Cofferati per conferirgli la cittadinanza onoraria. Ricordo una giornata bellissima, densa di emozioni e la personalità davvero sorprendente di questo "primo cittadino", infaticabile nelle sue invenzioni. Ebbene in questi giorni il Sindaco ha promosso un singolare esperimento: una settimana senza tv per un gruppo numeroso di bambini, mobilitando scuola, genitori, borgata ed esperti, per un programma di vita, e di gioco, alternativo: giochi di gruppo, passeggiate, conversazioni, manipolazione e costruzione di oggetti vari, ecc.

Con quale risultato? I bambini intervistati alla fine del "digiuno", hanno manifestato molta contentezza per quella settimana così diversa, così intensa. E trovo molto significativo che anche gli adulti abbiano

manifestato la stessa contentezza. Quanto all'esito, nessuna sorpresa. Intervistati per capire se i bambini fossero disponibili a ripetere l'esperimento, rinunciando a un'altra settimana di televisione, due gemelli hanno così risposto: "Sì, mi piacerebbe", ha esclamato l'uno con convinzione; "No" ha detto senza incertezze l'altro, a conferma che la diversità ci colpisce nel profondo.

Probabilmente proprio in tal senso il nostro sindaco ha raggiunto l'obiettivo: è velleitario ogni luddismo antitelesivo, ma una settimana all'anno diversa, senza tv, farà sicuramente bene a tutti.

Una grande lezione di saggezza, una esperienza su cui riflettere.

LA TV NON È IL DEMONIO...

In fondo siamo nella civiltà multimediale e una riflessione sulla questione educativa appare inevitabile. Molti ricorderanno i primi studi intorno agli anni '70, in cui iniziava a prendere forma una



grande preoccupazione per quei bambini sempre più esposti al piccolo schermo; e se ne ricorderanno anche coloro che criticavano questa deriva antimoderna e piccolo borghese. Tullio De Mauro ricordava a tanti saccenti che la tv stava svolgendo una grande funzione di unificazione nazionale della lingua e il maestro Manzi, con la nota trasmissione “Non è mai troppo tardi”, concorreva a modo suo ad erodere quel grande serbatoio dell’analfabetismo, eredità di una fase ancora recente della nostra storia.

Oggi, diversamente da quegli anni, i bambini nascono e crescono con la tv; e sono già bambini diversi per altre importanti ragioni: figli del baby-boom, di un mondo pieno di nonni e avaro di nipotini, figli soprattutto di famiglie sempre più diverse, insicure, incerte.

E infatti le facili previsioni degli anni '70 sono state smentite. Gli insegnanti di allora, ragionando sul calo demografico prossimo venturo, si preoccupavano del futuro dei posti di lavoro ma erano ottimisti sui loro futuri alunni: bambini più svegli, più disposti all'apprendimento. Ed invece i fatti hanno smentito le previsioni: è vero, i maestri colgono nei bambini di oggi abilità precoci di tipo cognitivo ma contemporaneamente avvertono, in forma inedita, problemi seri per il loro sviluppo, affettivo, psicologico, che finiscono per incidere molto nei processi di apprendimento.

Ed infatti i processi di selezione scolastica, formale e sostanziale, sono ancora allarmanti e ci dicono che l'eccesso di informazioni prodotto da televisione e computer, crea nei ragazzi un rumore indistinto che non diventa automaticamente conoscenza. Insomma si consumano informazioni ma non si produce apprendimento.

... MA PRESENTA QUALCHE PERICOLO

Ma le critiche non si sono fermate qui. In anni più recenti, ai primi anni '90, hanno destato clamore le pagine di K. Popper sulla “TV cattiva maestra”. Lui, il teorico della società aperta e del pensiero liberale, scrive in quelle pagine giudizi severissimi sulla televisione: invoca addirittura la legittimità della censura e chiede, in modo perentorio, una patente per chiunque operi nel campo della comunicazione.

In quelle pagine Popper aveva ancora una volta colto lucidamente i segni di un processo che stava

rapidamente travolgendo il mondo dei *media* e della stessa tv. La vecchia e pigra televisione di stato, ora moralista ora così palesemente “conso-ciativa”, stava cedendo il passo al primato del mercato. La tv è diventata uno degli affari più importanti dal punto di vista finanziario e la sua funzione di riproduzione del consenso le conferisce un rilievo politico immenso. La tv come mercato. E poiché la competizione è la regola del mercato, è il suo valore più profondo, la ricerca dell'*audience* è diventata l'ossessione dei produttori e dei proprietari. I telespettatori sono oramai “clienti” ai quali bisogna saper offrire il prodotto che chiedono, che desiderano. Non è per nulla sorprendente che questa “cultura” si sia poi estesa anche alla scuola con l'obiettivo di radicare una forma di pensiero capace di legittimare le disuguaglianze, il primato del cliente-studente, del genitore-cliente, del presidente manager, ecc.

DEMITIZZARE LO STRUMENTO

Si può certo affermare che siamo riusciti a contrastare questa deriva della scuola pubblica ma sono mancati i soggetti, la cultura e la determinazione per una offensiva di pari intensità sul versante della battaglia per i mezzi di comunicazione, a partire dalla tv.

Eppure ce ne sarebbero state tutte le ragioni, comprese quelle politiche, divenute esplosive dopo l'andata al potere di un uomo televisivo e proprietario oggi di tutte le televisioni. Ma anche sul piano educativo, non sono mancate denunce molto forti. J. Condry, esperto statunitense della comunicazione, ha denunciato i 25 atti di violenza l'ora cui sono sottoposti i bambini, contro i 5 dei programmi per gli adulti; esiste insomma un incredibile tasso di aggressività che si riversa sui nostri piccoli. Che fare?

Insegnare a “vedere” la tv, affermava Condry, guidare i bambini ad interpretare i codici utilizzati dal mezzo televisivo. E uno dei modi migliori per raggiungere questo obiettivo è, sempre secondo il ricercatore, “fare” televisione con i bambini, demitizzare il mezzo magico, far comprendere attraverso l'esperienza che la tv è un prodotto degli uomini. E' lo stesso pensiero con cui Freinet, praticando la tipografia a scuola con i suoi bambini, demitizzava il libro come altro-da-sé, come Verità assoluta che si pone come tale di fronte a chi lo legge.

UN LUOGO PER LA MEDIAZIONE

La scuola insomma torna al centro dell'impegno non per spegnere la tv ma ridurne il potenziale negativo e valorizzarne quello positivo. Neil Postmann, il teorico della visione termostatica della scuola ovvero di una scuola capace di mediare il processo cambiamento/conservazione, affermava che scuola e tv sono due curricula, due ambienti di apprendimento.

Del resto anch'egli calcolava che tra i 5 e i 18 anni, sono ben 15.000 le ore di tv mediamente viste: un buon 30% in più delle ore di scuola. Per questo ora alla scuola tocca un compito molto delicato. Il curriculum televisivo schiaccia la realtà nel presente, minaccia di inibire la razionalizzazione e la concettualizzazione; è centrato sull'immagine, l'interesse, l'emozione; è autoritario e discontinuo.

Occorre allora pensare a un curriculum scolastico in cui al centro ci siano le persone e non le prestazioni (una competitività insomma "regolata"). Un curriculum centrato sulla parola, sulla ragione, sulla sensibilità, il futuro, in cui ci sia posto per l'esperienza del

silenzio, della riflessione, della lettura. E sono molti gli spunti metodologici che egli consiglia ai docenti: praticare la conversazione e le sue regole, le interviste, progettare laboratori (di fotografia, di ceramica, di informatica), produrre ipertesti, giochi creativi. Ascoltare e produrre suoni, musica.

Una scuola insomma che supera il rapporto individuale "mezzo-cliente" e ricostruisce le ragioni e le passioni di uno stare insieme. Anche, nel caso, di fronte alla tv, al videogioco, al computer. E' nel contrasto dell'individualismo che avanza che il cuore della questione emerge in tutto il suo spessore culturale, pedagogico, politico.

Perché l'individualismo trascina con sé la solitudine con tutto il suo carico di insicurezza e di vuoto. E del resto proprio i bambini e i giovani in mille forme chiedono al mondo adulto di ritrovare un ruolo, una responsabilità. Chiedono di ricostruire e di partecipare al "fare" comunità nelle classi, nelle scuole, nel rapporto tra scuola e territorio.

Se è così, come si è dimostrato a Caviglia, si può anche spegnere per un po' la televisione. Tutti insieme, però. ●

Il ragno e l'orco – Elisabetta Fattori, Eleonora e Paolo Striglia da pagina 31

In alcuni siti, però, i contenuti educativi, spesso di tipo essenzialmente nozionistico, peccano di scarsa originalità a discapito di percorsi di apprendimento stimolanti. I dati raccolti sui rischi più ricorrenti per i minori che navigano in internet, hanno spinto il gruppo di lavoro a continuare la ricerca per realizzare un'analisi dei siti dedicati ai bambini più mirata ed approfondita, con l'intento di contribuire a sviluppare il pieno potenziale ludico/educativo della rete, tramite un sempre più sicuro e consapevole uso di internet.

... E I PERICOLI PER I BAMBINI

La Rete si sta sviluppando con una velocità sorprendente migliorando e privilegiando la rapidità con cui si fa viaggiare la comunicazione, quasi in tempo reale. Tutto questo rende la rete estremamente attraente per la ricerca scientifica, l'attività

delle aziende, delle scuole, dei servizi all'associazionismo. Purtroppo di pari passo alla crescita di queste potenzialità positive, crescono i rischi nell'accesso ad Internet, soprattutto per i bambini. Il primo ed il più grave è quello di poter accedere, senza volerlo, ai siti di pedofili o comunque a siti finalizzati allo sfruttamento dei minori anche da un punto di vista commerciale.

Il fatto che Internet sia a tutt'ora privo di una regolamentazione forte e chiara, non può non comportare dei gravi e seri pericoli per i soggetti più vulnerabili quali appunto sono i bambini. Benché esistano in alcuni provider delle "help lines" ed un sistema di "software filtering" che tentano di arginare l'accesso a questi siti, la loro efficacia ed il loro utilizzo sono ancora parziali e frammentari. Sono molte le organizzazioni che spingono il loro impegno nella tutela dei minori affinché si adottino misure efficaci per proteggere i bambini da questi rischi. ●

Credo ai miei occhi

>> Loredana Fasciolo

Come veniamo catturati dalle immagini trasmesse in televisione e come i messaggi debbano essere sempre più forti per poter mantenere viva la nostra attenzione. Ce lo spiega il noto psico-biologo Alberto Oliverio a cui abbiamo rivolto queste domande

Una volta si diceva “La lettura allarga la mente”. Si può dire la stessa cosa della TV?

La televisione può trasmettere informazioni o divertire attraverso programmi basati su vari aspetti dell'immaginario. In entrambi i casi può “allargare la mente” ma la lettura resta qualcosa di diverso perché si basa su tempi più adatti alla mente infantile, meno convulsi e - soprattutto - tempi stabiliti da chi è attore (o lettore) e non fruitore (o spettatore). Inoltre esiste una forte differenza tra immaginario e immaginazione: il primo è una specie di viaggio organizzato, l'immaginazione è, invece, un percorso che va costruito, passo dopo passo, e che mobilita risorse cognitive. L'immaginario, pur con tutto il suo fascino, è prevalentemente passivo, l'immaginazione implica un'attività creativa della mente, si basa sul pensiero simbolico, sulla capacità di saper creare un'immagine di qualcosa, sul saper “far finta che”, come avviene in molti giochi infantili.

Nella lettura è la vista il senso più utilizzato, nella radio l'udito. Per seguire la televisione più sensi devono essere “svegli” contemporaneamente (oltre a vista e udito, Mc Luhan aggiunge addirittura il “tatto”). La tv è qualcosa che ci coinvolge molto di più, pretende attenzione. Eppure - è ormai accertato - che la Tv rende passivi, ipnotizza... Come si spiega che i sensi si “addormentino”?

L'aspetto più critico della televisione è che essa si basa essenzialmente su stimoli visivi e sonori ed

enfattizza soprattutto le immagini: diverse ricerche hanno dimostrato che quando uno o due sensi sono sovrastimolati e gli altri non ricevono stimoli si verifica una situazione paradossale in cui il sistema nervoso reagisce come se fosse sovraccarico. In una situazione di sovraccarico il cervello diviene iperattivo o alcune sue aree - non collegate alla visione e all'attenzione di immagini che cambiano con una frequenza quasi ossessiva - vengono “spente” (smettono cioè di essere attive).

Un secondo aspetto riguarda le caratteristiche percettive della televisione e il suo vero e proprio potere “ipnotico”. Siamo catturati dalla televisione in quanto le immagini sul teleschermo raffigurano una realtà molto più ampia e molto più a fuoco di quella che caratterizza la realtà vera. In una scena naturale la nostra attenzione si fissa su alcuni particolari, per poi passare ad altri in base a un processo di scansione che mette a fuoco una parte per volta: in televisione tutto è a fuoco, concentrato in un piccolo schermo e sono solamente l'operatore e il regista che, di volta in volta, evidenziano dettagli che non rispondono alla nostra curiosità ma che implicano un'attenzione dettata da altri. Accanto a questo primo aspetto della “ipnosi” televisiva bisogna considerarne un secondo, legato alle specifiche caratteristiche visive dei segnali inviati dal televisore: nel teleschermo il meccanismo elettronico che genera le immagini produce dei contorni “sfarfallanti”, in continuo anche se minimo movimento. La nostra mente non percepisce a livello conscio il movimento dei contorni delle immagini televisive (nella realtà i contorni delle immagini sono stabili) ma il nostro occhio nota questa particolarità e tende a fissarvisi, proprio in quanto la visione umana tende a concentrarsi di più sugli oggetti in movimento che su quelli statici: come conseguenza di questa “attrazione” dei contorni si verifica una disfunzione della fissazione delle immagini, si ha cioè una “fissazione defocalizzata” che fa sì

che la nostra mente sia meno attenta, vada incontro a blande forme di sogni a occhi aperti o di piccole allucinazioni, a una specie di stato di *trance* in cui cadono i bambini ma anche gli adulti che, non di rado, finiscono per addormentarsi di fronte al televisore.

Contro il bombardamento di informazioni, di notizie al quale siamo quotidianamente sottoposti dai mezzi di comunicazione di massa, quali altri meccanismi di difesa vengono messi in funzione oltre la selezione? L'indifferenza? Una sorta di autoanestesia?

Indubbiamente la desensibilizzazione è l'aspetto più saliente: gli stimoli monotoni o ripetitivi perdono man mano la loro capacità di "bucare" la nostra attenzione, tanto che in televisione o al cinema per far passare in modo più efficiente la pubblicità viene aumentato il livello dell'audio. Lo stesso vale per le immagini che suscitano emozione: è necessario dare messaggi sempre più "forti" ma dopo un po' si verifica una sorta di assuefazione, il che certamente non è positivo in quanto un bambino si abitua al fatto che si può danneggiare, picchiare, far sanguinare, soffrire e uccidere qualcuno. In altre parole, si verifica una progressiva desensibilizzazione nei confronti della violenza. Lo stesso vale per i messaggi a sfondo sessuale e per tutti quei particolari visivi che inizialmente suscitano emozione ma, man mano, vengono sempre più metabolizzati e ignorati.

Così come il corpo deve adeguarsi ai cambiamenti ambientali, anche il cervello, per apprendere, deve riorganizzarsi davanti alle nuove modalità di conoscenza dei mass media. La televisione e le nuove tecnologie audiovisive

cambiano le mappe cognitive e le rappresentazioni mentali? In che modo accade?

Una delle caratteristiche della nostra mente è di essere "estesa", non soltanto in quanto il linguaggio le consente di estrinsecare il suo pensiero ma anche perché sfrutta le più diverse tecnologie, da quelle essenziali come un block notes a quelle più complesse come un computer, tutte in grado di amplificarne le capacità. Le tecnologie, prodotte grazie alla creatività della mente, agiscono a loro volta sul cervello, plasmandolo, dandogli nuove strutture e funzioni come ormai indicano numerosi studi nell'ambito delle neuroscienze. Questo processo di modellamento riguarda soprattutto la mente infantile in quanto il cervello di un bambino è molto plastico e si adegua all'ambiente in cui si sviluppa. Ma è anche vero che se l'ambiente in cui sono immersi i bambini è caratterizzato da esperienze prevalentemente visive e virtuali, basate su una logica e tempi diversi rispetto a quelli che caratterizzano il linguaggio e la lettura, il processo di strutturazione mentale può risentirne. Insomma, c'è un'età in cui è essenziale potenziare la formazione linguistica, sia in quanto si sviluppano i centri del linguaggio, sia in quanto il linguaggio dà forma alla mente.

La televisione ha il potere di far sembrare falso ciò che è reale (la guerra per esempio) e rendere reale ciò che è finzione (i sentimenti nei talk show,



le storie nei reality show...). Come è possibile che avvenga questa confusione?

Questa confusione avviene anche nell'adulto, e per motivi diversi: la guerra appare lontana, mediata dall'obiettivo che la mette a fuoco più che nella realtà. La guerra televisiva impressiona in quanto se non è spettacolare difficilmente viene mostrata: tutti ricordiamo le immagini della prima Guerra del Golfo, con i traccianti e le luci delle esplosioni sopra Baghdad; difficilmente vengono mostrate immagini meno clamorose ma più vere e aderenti alle sofferenze, all'emozione, alla paura. Un bambino, invece, può essere fortemente turbato dalla violenza delle immagini e presta loro maggior credito, qualsiasi sia l'immagine, quelle che provengono dal fronte bellico come quelle che provengono dalla guerra rappresentata in un film: il nostro cervello è prevalentemente visivo, crediamo a ciò che vediamo, e un bambino, che ancora non possiede grandi capacità di analisi ed ha una mente concreta, ritiene che ciò che è rappresentato visivamente esista davvero. Nella lettura, invece, la mente deve prestare immagini alle parole, i tempi sono lenti, tutto va rielaborato.

Cosa cambia nell'interazione tra attività cognitiva ed emotiva? La percezione delle immagini prevale sempre sulle parole?

Senza dubbio, proprio in quanto, come abbiamo appena detto, il nostro cervello, e in particolare quello infantile, è estremamente sensibile alle immagini. Di ciò era ben consapevole Sant'Ignazio di Loyola che nei suoi esercizi spirituali proponeva di visualizzare le scene di sofferenza dei dannati nell'Inferno, ben sapendo che un'immagine ha il potere di cento parole, soprattutto sui più semplici. Anche molti dipinti a carattere sacro avevano questa funzione: colpire con le loro immagini, fornendo esempi che coinvolgessero l'osservatore.

Come viene modificata la percezione del tempo e dello spazio con i ritmi veloci della televisione, con l'arrivo di notizie in tempo reale?

Un aspetto importante del rapporto con la televisione riguarda il fatto che il cervello di un bambino che trascorre ore di fronte al televisore non è sol-

tanto un cervello "ingombro" di stimoli visivi, ma anche catturato da un rapidissimo alternarsi di messaggi che induce una sorta di selezione naturale a favore degli stimoli meno complessi: se il messaggio è troppo lungo, e quindi richiede uno sforzo di attenzione superiore, se è meno stimolante in termini di novità, esso verrà più facilmente scartato. Questa modalità di trasmissione dell'informazione attraverso brevi *flash* induce la mente infantile ad adeguarsi a una realtà fatta di messaggi brevi ed episodici e a scartare quelle procedure mentali e quelle realtà che richiedono una progettualità più a lungo termine.

Che cambiamenti ha subito la memoria a causa della gran mole di stimoli, di notizie di ogni tipo che ci giungono da ogni parte, che si sovrappongono, che si contraddicono...? Di alcune notizie, pur importanti, non riusciamo a seguire gli sviluppi, non se ne sa più nulla...le dimentichiamo?! Riusciamo a mantenere una continuità col passato?

In molti casi si può verificare una confusione in quanto siamo talmente bombardati da informazioni, documenti visivi, simulazioni, realtà virtuali che è spesso difficile individuare l'origine di un'informazione o stabilire se essa sia veritiera o credibile. Per come è fatta la nostra mente, le immagini "false" hanno simile dignità e capacità di sopravvivenza rispetto a quelle che derivano dai "veri" documenti storici, dai filmati che rispecchiano la realtà, sia pure in modo parziale. Il caso dei film western, forse i più ricorrenti tra i film a carattere "storico" sulla "frontiera" americana, ha indicato come gli stereotipi a favore dei coloni, e a sfavore degli indiani "cattivi" abbiano coronato l'immaginario collettivo e contribuito a fornire una versione "storica" dell'espansione dei coloni che solo di recente è stata intaccata da altri film hollywoodiani a favore di un indiano mite e spodestato dai bianchi. Poiché le immagini visive, associate alla musica, hanno una forte carica realistica e sono in grado di influenzare la nostra mente, il proliferare di un immaginario cinematografico e televisivo che si rivolge a numerosi aspetti della storia, innova, in qualche modo, la competizione tra vero e falso, tra realtà e rappresentazione immaginaria. Questa nuova situazione dipende, come si è detto, dalle caratteristiche della nostra mente, dalla sua capacità di lasciarsi influenzare e contaminare, dal fatto che quello della memo-

ria è un campo di battaglia in cui non è detto che si affermi ciò che è vero ma ciò che riteniamo che sia veritiero o plausibile.

Si conoscono delle patologie provocate da internet e dall'uso della play station, ecc. Quali sono i problemi causati da un'esposizione continua e prolungata alla tv? In particolar modo quali sono quelle che riguardano bambini e adolescenti? E quali possono essere le conseguenze di una tv sempre accesa come sottofondo (che "scorre come l'acqua in cucina" O. Welles) come accade in molte case?

Abbiamo visto come le immagini osservate al televisore abbiano un impatto maggiore e siano più stabili e invasive di quelle che ci siamo formati autonomamente, rappresentandoci idealmente la realtà. Ad esempio, una ricerca effettuata su un gruppo di bambini che avevano prima letto un libro di avventure e poi visto lo stesso tema rappresentato in televisione, ha indicato che le immagini dei personaggi e delle scene della storia che i bambini si erano creati da soli erano state spazzate via stabilmente da quelle fornite dalla televisione. Un'altra indicazione sulla capacità della televisione di imporre delle immagini "prefabbricate" e di spiazzare la capacità immaginativa dei bambini deriva da quelle ricerche che indicano che spesso i bambini cresciuti nell'era della televisione non sono in grado di visualizzare le scene descritte nei brani dei libri che vengono loro letti ad alta voce dai maestri o dai genitori, cosicché la loro attenzione svanisce e divengono irrequieti. In alcune esperienze didattiche i maestri hanno perciò dovuto sviluppare nei bambini delle capacità di visualizzazione, in modo da indurli a lavorare di fantasia... Altre conseguenze riguardano le difficoltà di attenzione, la passività e la tendenza all'obesità in mancanza di giochi e attività all'aria aperta.

Uno degli effetti più deleteri è quello provocato dalla pubblicità che, con i suoi messaggi e stimoli subliminali, penetra direttamente nell'inconscio eludendo la coscienza. Come e quanto vengono condizionati i comportamenti da essa?

I condizionamenti della pubblicità si verificano in modi diversi. In primo luogo c'è un condizionamento di tipo inconscio, basato sull'associazione di

immagini "attraenti" o significative con prodotti "neutri": ad esempio richiami sessuali utilizzati per vendere merci diverse; a un livello superiore, il messaggio può far ritenere che chi compra quel prodotto diventerà come il *testimonial* dello spot, bello, attraente, simpatico ecc. E' indicativo il caso dei film di Hollywood degli anni Trenta del Novecento attraverso i quali il pubblico femminile, che fino ad allora fumava poco, venne indotto a fumare attraverso le immagini di *star* fatali con la sigaretta tra le dita. In secondo luogo c'è l'induzione di una moda, sempre attraverso l'uso di personaggi attraenti o accattivanti, nell'ambito di programmi adatti: come nelle riviste vengono pubblicizzati articoli adatti al lettore specifico (oggetti di lusso nelle riviste con un *target* elevato, per uomini nelle riviste di culturismo o basate sul sesso ecc.), così in televisione ci sono programmi fatti per vendere articoli a quella *tranche* di spettatori: articoli per bambini nei programmi per bambini, per adolescenti in quelli per adolescenti, per casalinghe in quelli per casalinghe ecc. Vengono inoltre diffuse mode (vestiario, orologi, tatuaggi, motociclette) attraverso gli articoli usati da alcuni personaggi. Inoltre, i pubblicitari sanno bene che i bambini orientano le scelte degli adulti e quindi chiederanno ai genitori di comprare *quella* automobile, *quei* biscottini, *quei* formaggini ecc.

Le notizie terribili inframmezzate dalla pubblicità come vengono vissute-interpretate? La pubblicità fa sì che si prenda poco seriamente ciò che abbiamo appena visto? Ha un effetto rassicurante e calmante?

La pubblicità può diventare, per alcuni, l'isola felice in un mare di notizie negative o stressanti: gli spot divertono, fanno leva sull'immaginario, suggeriscono evasioni, si basano su richiami sessuali ecc. La pubblicità, inoltre, sembra fatta apposta per spezzare il filo di un discorso quando, in un dibattito, si raggiunge il punto critico: la voce che ingiunge "pubblicità!" o "consigli per gli acquisti!" spezza il filo logico o riduce la tensione: il dare la pubblicità, inoltre, non sancisce soltanto il potere del conduttore sui partecipanti a un *talk show* ma rappresenta anche una pausa introdotta in modo sapiente, una pausa che distende e che spesso induce a percepire lo *spot* come una parentesi rilassante nei problemi della vita... ●

Al di là del desiderio di piacere

>> Patrizia Politelli

1' apparire è ciò che rende umano gli esseri umani.

Anche gli animali nel corteggiamento mettono in opera arti di seduzione, ma con quello che hanno a disposizione.

Solo gli esseri umani *si adornano*.

Cercano, inventano, mettono insieme, creano.

Si fanno *belli*.

BELLO È CIVILE

In un memorabile passo della *Critica del Giudizio* Kant scrive: "Per se stesso un uomo relegato in un'isola deserta non ornerebbe né la sua capanna, né la sua persona, non cercherebbe dei fiori e tanto meno ne coltiverebbe per adornarsene; soltanto nella società egli comincerà a pensare di non essere semplicemente un uomo, ma un uomo distinto dalla sua specie (ciò che è il principio dell'inciviltamento)"

Dunque siamo esseri sociali perché vogliamo apparire, perché vogliamo distinguerci dagli altri.

È nella relazione con gli altri, in comunicazione ed in distinzione, che costruiamo la nostra identità, il nostro essere nel mondo.

Ed a fondamento della relazione c'è il piacere, la condivisione del piacere.

Continua Kant: "perché così è giudicato colui che è disposto e capace di comunicare agli altri il proprio piacere, e che non è soddisfatto da un oggetto, se non ne può condividere con gli altri il piacere. Inoltre, ognuno aspetta ed esige dagli altri che si abbia in vista questa comunicazione universale, quasi come se fosse un patto originario dettato dall'umanità stessa".

Ed il piacere è, dunque, anche a fondamento della comunicazione.

Vogliamo comunicare agli altri ciò che ci aggrada: senza la possibilità di essere comunicato un piacere perde senso, noi perdiamo senso.

Ancora Kant: "e così certamente in principio ebbero importanza nella società e furono oggetto di un grande interesse delle cose che sono semplicemente attraenti, come i colori per dipingere la persona (...), i fiori, le conchiglie, le penne d'uccelli di bei colori, e col tempo poi anche le belle forme (...), che per se stesse non danno alcuna soddisfazione, cioè alcun piacere di godimento; finché la civiltà, pervenuta al suo massimo grado, ha fatto di ciò quasi l'essenziale delle tendenze raffinate, e non ha apprezzato se non quelle sensazioni le quali possono essere universalmente comunicate; di guisa che, ora, se anche uno ritrae da un oggetto un piacere insignificante e che non ha per lui un interesse notevole, *all'idea della comunicabilità universale* del piacere stesso, ne vede quasi cresciuto il valore infinitamente".

Ciò che di per sé è semplicemente attraente diventa fonte di piacere in presenza della possibilità di comunicazione.

È questa che trasforma ciò con cui veniamo in contatto, ciò che sentiamo, in qualche cosa di davvero importante: è questa, appunto, che dà il senso.

I fiori sono fiori, ma è solo quando possiamo mostrarli a qualcuno con cui condividere le nostre emozioni che quei fiori diventano altro, diventano speciali, diventano *belli*.

LA SPETTACOLARIZZAZIONE DEL QUOTIDIANO

Se l'apparire ha questa funzione di fondare il vivere sociale, di rendere socialmente piacevoli le relazioni umane, di renderci questo mondo pieno di senso ed abitabile, perché ci inquieta questa corsa all'apparire? Questo bisogno di essere in mostra, continuamente?

La televisione sembra essere il luogo che crea ed al tempo stesso soddisfa questo bisogno.

Cinque minuti di apparizione in tv ormai non si

negano più a nessuno, come aveva ben intuito Andy Warhol, ma poi se ne vuole di più, sempre di più. Si crea una dipendenza, come se, non stando più sul piccolo schermo, perdessimo la capacità di esistere.

È il tempo di apparizione che fa il vip ed è la sua assenza che lo cancella come tale.

Così come la spettacolarizzazione di tutto, che tende ad esagerare l'importanza di qualunque evento, anche il più insignificante, e moltiplica i toni di sensazionalità, eccezionalità, straordinarietà ed urgenza, rende insopportabile la banalità del quotidiano.

“La televisione, che pretende di essere uno strumento di registrazione, diviene uno strumento di creazione della realtà. Si va sempre più verso degli universi in cui il mondo sociale e politico è descritto dalla televisione. La televisione diviene l'arbitro dell'accesso all'esistenza sociale e politica”, scrive il sociologo Bourdieu.

I TEMPI DELLA TV NON SONO I NOSTRI

La televisione esercita una forma particolarmente perniciosa di violenza simbolica, che “si esercita con la complicità tacita di quelli che la subiscono ed anche, spesso, di quelli che la esercitano nella misura in cui gli uni e gli altri sono inconsapevoli di esercitarla e di subirla”.

Tutti inconsapevoli: attori e spettatori, manipolatori e manipolati, vittime di un meccanismo che non controllano, che genera ed induce una visione del mondo prodotto non da categorie storiche e meditate, ma dalle esigenze commerciali, e dunque alla dittatura dell'auditel, che tutto rende omogeneo eliminando le differenze ed i diversi punti di vista.

La televisione offre immagini, corpi e parole.

Il mondo delle immagini è dominato dalle parole, dice ancora Bourdieu, e le parole creano fantasmi, convincono della loro esistenza, creano realtà, impongono una visione del mondo.

Ma la parola che manca in televisione è la parola argomentativa, quella che chiede più dei sette secondi consigliati negli Stati Uniti per gli inter-



venti nei dibattiti politici.

Il pensiero ha bisogno di altri tempi, diversi da quelli dell'urgenza.

Così come la matematica e le arti.

La pressione commerciale sta trasformando le condizioni stesse della produzione culturale, mettendo in discussione la possibilità stessa di esistenza delle discipline che, per definizione, sono lontane dai modi e dai tempi televisivi.

Nel mondo dell'*evidenza totale*, in cui tutto è esposto e tutto è detto, rischiamo di essere privati proprio della nostra *umanità* e di ritrovarci con una comunicazione apparente, pensieri senza senso e corpi senza nome. ●

NOTE

1. Kant, *Critica del Giudizio*, Laterza, Bari, 1982, p. 154
2. *ibid.* pp. 154-5
3. Pierre Bourdieu, *Sur la television*, Liber- Raisons D'agir, Paris, 1996, p. 21 (traduzione di chi scrive)
4. *ibid.* p.16

Le maschere della Pivetti

>> Anna Oliverio Ferraris

Irene Pivetti è stata, come tutti noi sappiamo, presidente della Camera dei Deputati nel primo governo Berlusconi, ha ricoperto cioè per una legislatura la terza carica dello Stato. Era giovanissima, grintosa, decisa e apparentemente molto consapevole del ruolo che le era stato affidato per volere della Lega, il suo partito di allora. Per svariati anni la Pivetti si presentò al Paese come una cattolica lefevriana: intransigente, rigorosa, estremamente moralista, strenua sostenitrice della castità prima del matrimonio, ostile alla fecondazione artificiale, fustigatrice di costumi e linguaggi che non fossero più che morigerati. Insomma il suo personaggio di allora era quello di una indomita Giovanna d'Arco, pia e rispettosa dei dettami più tradizionali della Chiesa. Ultimamente invece, dopo essere passata attraverso una serie di esperienze televisive, la si è vista in Bisturi, conduttrice, insieme al travestito Platinette, di un programma di chirurgia estetica (liposuzione, seni e natiche finte, labbra gonfiate...) dove i valori un tempo sostenuti dalla casta "Giovanna" vi apparivano completamente sovvertiti, anzi, irrisi. Quel programma metteva infatti al centro dell'interesse collettivo il corpo, dimenticando completamente lo spirito, e, tra gli ammiccamenti e le battute volgari di Platinette, suggeriva anche che l'aspirazione preminente di ognuno deve essere il possesso di un fisico perfetto, giovane, dalle forme sexy e dalle misure oggi di moda. Con la scusa di mettere il pubblico al corrente di "tutto" - dalla visita medica all'intervento operatorio - venivano anche mostrate pazienti svestite e manipolazioni di vario genere; il tutto in barba alle regole della *privacy*. Insomma, l'ex Presidente della Camera (che in trasmissione veniva rispettosamente chiamata "presidente") ha abbandonato gli abiti della pulzella di Orleans per indossare quelli di Amanda Lear e condurre un programma ambiguo e dai toni cruenti.

TRASFORMISMO MEDIATICO

Questo della Pivetti è soltanto uno dei tanti casi di trasformismo mediatico. E' però un caso

emblematico e come tale andrebbe analizzato e discusso nelle scuole affinché i ragazzi possano comprendere come sia possibile indossare indifferente una maschera o l'altra, entrare e uscire con disinvoltura da ruoli diversi e opposti, mostrando ogni volta un'aderenza totale al personaggio. Questa attitudine è apprezzata negli attori, perché fa parte del loro mestiere, ma lo è assai meno nelle persone che si muovono al di fuori dei palcoscenici per il semplice motivo che ci si aspetta una corrispondenza tra i ruoli che si assumono e il proprio sé autentico. In un famoso saggio dal titolo *La cultura del narcisismo lo storico* Christopher Lasch spiegava come nella società dello spettacolo abbondino le personalità narcisiste il cui obiettivo non è quello di realizzare qualcosa, perseguire dei fini condivisi, lavorare per il bene comune, coltivare se stessi o stare insieme agli altri per il piacere della loro compagnia, ma porre il proprio Io al centro dell'attenzione collettiva, riuscire ad avere gli occhi degli altri posati su di sé, ricercare riconoscimenti e approvazione. Chi è dominato da questa esigenza si sente vincitore quando può vedere riflessa nel suo pubblico la propria immagine, in caso contrario viene colto da un senso di vuoto e di sconforto che può portarlo in breve tempo alla depressione.

IL NARCISISMO

In realtà, un po' narcisisti lo siamo tutti. Lo siamo soprattutto nell'infanzia, quando le attenzioni che gli altri ci prestano e i loro incoraggiamenti sono indispensabili per la costruzione del nostro Io, per porre delle solide basi alla nostra personalità. E' nel rapporto con gli altri significativi che acquisiamo una identità individuale, di gruppo, sociale e familiare. Con le loro valutazioni, conferme, disconferme o rifiuti, ignorandoci, notandoci o apprezzandoci, prendendosi gioco di noi o incoraggiandoci, gli altri continuano ad avere un ruolo rilevante anche nelle età successive, tant'è che la maggior parte di noi ci tiene ad

avere una buona reputazione, ad essere apprezzati dalle persone del proprio ambiente, ad essere trattati con rispetto dagli sconosciuti.

Ora, la società dello spettacolo e dell'immagine amplifica questa possibilità quando consente di essere visti, nello stesso momento, da milioni di persone: chi riesce a salire sul palcoscenico mediatico si rende immediatamente conto che il rapporto io-altri si modifica drasticamente dal punto di vista quantitativo e qualitativo. Comparire in televisione conferisce notorietà. Gli "altri" che ci conoscono (sia pure in maniera del tutto superficiale) e riconoscono, aumentano enormemente e ciò rappresenta un notevole obiettivo specialmente per coloro che hanno bisogno, per esistere, di sentire gli occhi del pubblico su di sé. In più, lo schermo televisivo ha il potere di trasfigurare le persone che vi compaiono, di dotarle di un valore aggiunto spendibile nel mondo reale.

L'EFFETTO VETRINA

Il fatto stesso di comparire all'interno di una cornice (quella del televisore), di essere ripresi e di godere dei primi piani, appare al pubblico come una forma di valorizzazione, al di là di quanto una persona può fare o dire quando si trova di fronte alla telecamera. Il *medium* televisione ha infatti questo potere, catapultare le persone che vi compaiono in una sorta di ipermondo che le valorizza per il solo fatto di comparire.

Esiste un "effetto vetrina" in base al quale chi compare spesso in tv acquista autorevolezza anche in ambiti in cui ha scarsa competenza: vedendolo e rivedendolo, il pubblico si convince che sia una persona speciale, che possieda dei meriti, "altrimenti non sarebbe in tv".

Si spiegano in questo modo fenomeni mediatici come il Grande Fratello e simili, dove i partecipanti al *reality show*, diventano interessanti, oggetto di conversazione, modelli di riferimento per il solo fatto di essere portati all'attenzione di tutti. E si spiega anche perché i politici siano molto spesso in televisione, aspirino ad averne il controllo, si litighino sui minuti dedicati agli uni e agli altri. Irene Pivetti mostra di conoscere bene il potere del mezzo quando afferma: "Oggi la tv è interessante almeno quanto il potere che esercita la politica.

Ha spostato più voti Mike Bongiorno di tutti i

telegiornali mediaset" (*Sette*, "Corriere della Sera", n.15, 2004).

RENDERSI NOTI

Se fuori controllo, questo potere del *medium* dell'immagine e dei personaggi che vi compaiono può manipolare il pubblico in molti modi diversi, evidenti e subdoli. Un caso emblematico fu quello del dottor Di Bella, presentato da alcuni guru della tv come scienziato di grande valore in opposizione all'*establishment* della medicina italiana, quando in realtà il dottore proponeva una cura che, nei casi migliori, poteva avere soltanto l'effetto di un placebo.

La confusione dei piani è frequente in tv grazie proprio al fascino che esercita la multimedialità, ossia quell'insieme di immagini, sonoro, movimento, primi piani e sigle che ha l'effetto di suscitare emozioni e coinvolgimento negli spettatori. Può quindi accadere, senza che ciò susciti delle proteste, che a parlare di Garibaldi non sia lo studioso che ha approfondito, in decenni di studio e di ricerche, questa importante figura della storia patria, ma l'attore noto e affascinante, che ha interpretato l'eroe dei due mondi in una *fiction* televisiva. Analogamente, molti personaggi dello spettacolo vengono promossi al ruolo di opinionisti in programmi di approfondimento che affrontano temi diversi, con tutto ciò che questo tipo di partecipazione comporta dal punto di vista della notorietà e delle ricadute economiche, senza che il pubblico più fedele e referenziale avverta l'incongruità della situazione. C'è quindi anche un discorso di potere reale, oltre che di rafforzamento dell'identità individuale, da prendere in considerazione. Per tornare al programma Bisturi, ad esempio, il chirurgo estetico che vi compariva, sempre sorridente e accattivante, ha acquisito una notorietà enorme in un tempo rapidissimo: notorietà che sicuramente ha fatto lievitare il numero dei suoi pazienti, delle sue entrate economiche e anche del suo prestigio professionale. E' noto d'altro canto come persone del tutto sconosciute siano diventate personaggi di successo frequentando il *talk-show* di Costanzo.

Che la tv sia un irrinunciabile amplificatore per chi oggi ricerca la notorietà, il successo e il potere lo sa, ovviamente, anche il nostro primo ministro, Silvio Berlusconi, che si sposta dai canali di Mediaset a quelli della Rai con la naturalezza, la sicurezza e la disinvoltura di chi si sente a casa propria. ●

Il sistema cannibale

>> Marco Pellitteri

In occasione di questo numero monografico di "VS" interamente dedicato alla televisione, mi è stato chiesto di scrivere un intervento in qualità, non tanto e non solo come giovane studioso dei media, quanto come giovane *tout court* che ha vissuto sulla propria pelle di bambino e di ragazzo, come testimone inizialmente inconsapevole, i cambiamenti radicali nella storia recente della tv e dei mezzi di comunicazione in generale. Ermanno Detti mi ha fornito, come amichevole "sfida", solo l'evocativo occhiello da destinare a quest'articolo, chiedendomi di armonizzare, se possibile, alcune testimonianze personali con altre argomentazioni, analitiche, sulla tv. Altrettanto affettuosamente ho accettato la "sfida" e quelle qui di seguito sono le riflessioni che propongo, nel corso delle quali, per agevolare la scorrevolezza del testo, ho limitato al minimo indispensabile, e in nota, alcuni possibili inviti alla lettura.

DI COSA PARLIAMO

QUANDO PARLIAMO DI TELEVISIONE

La televisione è tante cose insieme. È stata definita in molti modi, a seconda di quale sia l'elemento su cui viene posto l'accento e di quale sia il tipo approccio con il quale la si abborda.

La tv, intesa come televisore, è senza dubbio un elettrodomestico, ormai nemmeno troppo sofisticato rispetto ad altri più moderni oggetti tecnologici che molti di noi hanno in casa. A uno sguardo *naïf* si può perdonare la tentazione di indicarla come scatola magica, così come a uno ingenuamente positivista si può far passar liscia l'incoscienza un po' *demodé* di chiamarla finestra sul mondo, dando per scontata una genuina credenza che la tv possa davvero sostituire e allargare lo sguardo che ciascuno di noi ha sul proprio ambiente -, anche se in buona misura, negli sporadici esempi di ottima

produzione televisiva, questo arriva a essere vero. L'espressione tubo catodico muove da un procedimento retorico, la sineddoche (*pars pro toto*), e identifica la televisione con uno dei componenti cruciali della sua "anatomia" tecnica. Infine, il termine mass medium, ormai compreso, catalogato e digerito un po' da tutti grazie all'imponente operazione di divulgazione operata dal sistema dei *media* su sé stessi, è una definizione generica ma abbastanza corretta, perché include la televisione all'interno della grande famiglia - per l'appunto - dei mass media.

Eppure ciascuno di questi termini nasconde in sé un aspetto della colossale mistificazione creata sulla televisione negli oltre cinquant'anni di storia sociale di questo strano e misterioso "oggetto". Va da sé che tubo catodico, finestra sul mondo e scatola magica sono nomignoli di uso comune, appellativi familiari, non privi di sfumature romantiche, e però scevri anche di una qualche reale validità definitoria. È anche pacifico che la televisione non sia un elettrodomestico, nell'accezione che comunemente destiniamo agli altri oggetti elettrici della casa come l'aspirapolvere o il frullatore - interessante poi che questo "declassamento" sia toccato al televisore, quasi per disprezzo, e non alla radio, ancora largamente ritenuta, e in buona parte a ragione, uno strumento di più nobili origini e usi.

Rimane da analizzare il termine mass medium, "mezzo di comunicazione di massa", introdotto dagli studi sociologici di area anglofona nell'espressione plurale mass media - rimarchevole esempio di locuzione mista, in cui convivono l'inglese e il latino declinato - e oggi fra i meno inesatti per definire la tv e in genere quelli che vengono comunemente individuati come i media di massa. Me ne occuperò alla fine di quest'intervento. Prima vorrei parlare della mia generazione di utenti televisivi. Ma, prima ancora, tracciamo un piccolo riepilogo di cos'è successo in questi cinquant'anni.

DAI CANALI ALLE RETI: UN SISTEMA CANNIBALE

Nel nostro Paese le trasmissioni cominciarono nel 1954; la televisione ebbe un'importanza crescente in Italia, per più ragioni, fino alla metà degli anni Settanta, quando il suo predominio nel sistema dei media di massa si consolidò definitivamente e, addirittura, esplose, con effetti determinanti sulle abitudini di vita di molta parte dei cittadini, di area per lo più urbana e suburbana.

Fra il 1975 e il 1976 fu varata la riforma del sistema radiotelevisivo.⁽¹⁾ Gli effetti che essa produsse furono primariamente politici ed economici. Ma ovviamente generò anche effetti culturali, in senso ampio, le cui caratteristiche fu possibile osservare già nel breve termine. Fattori come la messa in onda giornaliera di programmi prima a cadenza settimanale, la moltiplicazione delle emittenti locali, la creazione del bipolarismo e l'aumento della presenza pubblicitaria proprio grazie alle reti private, in breve tempo cancellarono l'approccio del cittadino italiano (in particolare di giovane o giovanissima età) alla televisione per come esso s'era configurato nel ventennio precedente. Non è un caso, ad esempio, che Carosello, il contenitore pubblicitario nato nel 1957, venisse cancellato dalla programmazione nel '77, a un anno appena dalla riforma che autorizzava le frequenze ad altre emittenti, private, oltre a quelle della Rai.

Fu infatti in quegli anni che la Sipra, concessionaria pubblicitaria esclusiva per la Rai, venne messa in crisi dagli agenti Fininvest, attrezzati con maggiore intraprendenza e capacità di vendita: la spesa pubblicitaria di molte aziende italiane si spostò in buona parte dai palinsesti della Rai a quelli delle nuove reti Canale 5 e Rete 4 e poi anche di Italia 1, nata poco dopo. Fu inoltre in quel periodo che venne introdotta la tv a colori, per ragioni di *marketing* più che tecnico-industriali. Era infatti necessario, per sfruttare appieno la parabola tecnologica e commerciale del televisore monocromatico, che il ciclo di vita dei modelli in bianco e nero si chiudesse con l'acquisto di almeno un apparecchio da parte del maggior numero possibile di famiglie, prima che si passasse a commercializzare i nuovi tv-color, in realtà già esistenti e diffusi negli Stati Uniti a partire dagli anni Sessanta, e che il ciclo degli acquisti ricominciasse, grazie anche al sopraggiunto perfezionamento del processo di propagazione di immagini policromatiche da parte dei

sistemi di diffusione televisiva italiani. Lo stesso processo ciclico di avvicendamenti tecnologici e commerciali sta avvenendo con il passaggio dai videoregistratori Vhs ai Dvd e con i televisori a tubo catodico, in fase di sostituzione a vantaggio di quelli a cristalli liquidi.

Tuttavia la novità radicale, ne accennavo più su, riguardò nella seconda metà degli anni Settanta la creazione di tante reti private che si aggiungevano ai tre canali Rai. Da questo proliferare di piccole e medie emittenti, dalla nascita delle tre reti Fininvest, deriva la televisione così com'è ancor oggi, senza più cambiamenti davvero rilevanti, se escludiamo l'*exploit* di TeleMonteCarlo negli anni Ottanta quale possibile, e mancato, terzo polo televisivo e le *pay-tv* nei Novanta come alternative - ancor oggi abbastanza elitarie e velleitarie - alla tv generalista via etere. Il digitale terrestre, prossimamente, forse cambierà ancora qualcosa nell'apparato televisivo, ma di questa innovazione si parla da almeno vent'anni e solo ora qualcosa si sta muovendo in tal senso.

Certo, andrebbe rilevato anche come i canali Rai siano entrati nell'ottica competitiva contro le reti Fininvest, che fin da subito erano partite come concorrenziali non solo rispetto alla Rai ma anche fra loro tre. E dunque anche i canali Rai sono diventati reti separate, in mutua concorrenza, secondo le leggi dell'Auditel piuttosto che dell'ormai abbandonato Indice di gradimento.

Ritorniamo al triennio 1976-'78. Carosello scompare. La Tv dei ragazzi scompare. La proporzione fra produzioni televisive autòctone e importate comincia a variare sensibilmente in favore dei programmi di provenienza statunitense. Le reti cominciano a trasmettere per sempre più ore al giorno. Gli spazi pubblicitari, morto Carosello, si trasformano secondo il modello americano in spot, e vengono inseriti all'interno dei programmi (2). Le trasmissioni, dunque, anche se rimangono agli occhi del pubblico servizi di svago, informazione e intrattenimento culturale, in realtà si trasformano in elementi d'attrazione che favoriscono l'aggancio dello spettatore in ordine alla visione degli spot pubblicitari, veri protagonisti della nostra tv quotidiana. Le televisioni private, quindi, non sono “gratis” rispetto alla tv pubblica, che si basa prevalentemente sul pagamento di una tassa obbligatoria (ma anche la Rai, oltre a farci pagare il cosiddetto “canone”, ci fa vedere la pubblicità, nodo contraddittorio che non è mai stato sciolto una volta per

tutte). Lo spettatore esercita infatti una forma di pagamento, invisibile ma reale, anche sulle tv private: paga con il suo *tempo* e con il suo *ascolto* degli spot pubblicitari. Questa è in definitiva la natura intima del rapporto incestuoso, o magari cannibale se preferite, fra pubblico, merce e spettacolo: il pubblico, nella convinzione di assistere genuinamente a uno spettacolo, in realtà nel nutrirsi di pubblicità paga l'apparato merce-spettacolo con il proprio tempo, in pratica acquista sé stesso e lo fa due volte: quando vede la pubblicità, e quando le dà ascolto acquistando i prodotti reclamizzati.(3)

Nonostante quest'apparente *impasse* che lega indissolubilmente l'uso della televisione alla somministrazione di pubblicità e al progressivo livellamento della qualità dei programmi (in questo senso non esiste un vero e proprio minimo storico: il punto più basso della qualità televisiva è sempre situato venti minuti nel futuro), occorre distinguere fra la televisione prodotta per gli adulti e la televisione indirizzata ai bambini e ai ragazzi. E bisogna soprattutto sottolineare, prima di iniziare qualsiasi discorso sui rapporti fra i minori e la televisione, che il legame con la tv da parte dei ragazzi cambia di generazione in generazione, per motivi che forse non sarà qui del tutto impossibile provare a elencare sinteticamente.

I FIGLI DELLA TV. E LA TV DEI FIGLI

I figli della tv è il titolo di un bel libro (4) che parla di alcuni interessanti aspetti del rapporto fra la generazione dei bambini degli anni Settanta e lo strumento televisivo. Anche in questo caso siamo tecnicamente in presenza di un'espressione retorica, metaforica. Ma veritiera, nel suo senso più profondo. È abbastanza comprensibile che le prime due o tre generazioni nate con la tv già esistente e perfettamente integrata nel sistema di vita della famiglia italiana, siano state definite “figlie della tv”,

per lo meno in relazione al rapporto privilegiato con la televisione rispetto ad altri strumenti tecnologici e mediatici.

Non è però inopportuno operare qualche distinzione fra questi figli della tv. Innanzitutto ci sono i primissimi figli della tv, che in realtà della tv sono piuttosto “fratelli”: i nati a partire dai primi anni Cinquanta. Costoro hanno vissuto da testimoni elettivi la nascita della televisione e l'evolversi del sistema televisivo, da *Non è mai troppo tardi* a *Carosello*, da *Lascia o raddoppia?* alla stagione del grande varietà di matrice falquiana o di sua derivazione, per non parlare dei primi storici sceneggiati prodotti dalla Rai, in un mondo in cui la televisione, e tutti i suoi protagonisti, erano ancora rigorosamente in bianco e nero. Questi fratelli della tv, insieme ai più piccoli “cugini” della tv - i nati dalla metà degli anni Sessanta, che vissero da bambini la tv dei grandi eventi trasmessi in mondovisione - hanno vissuto e assorbito, con sfumature leggermente diverse ma in fondo analoghe, una televisione ancora vecchio stampo, con due canali soltanto, con la prescrizione incontrovertibile di andare a dormire dopo aver visto *Carosello*, con uno spazio dedicato alla tv per i più piccini molto limitato, con l'assoluto divieto di sproloquio e volgarità. Una televisione che, va detto, trasmise avvenimenti epocali quali l'allunaggio del 1969; ma che mise anche al bando *Mina* per aver generato un figlio fuori dal matrimonio.

Questi fratelli e cugini della televisione ebbero un rapporto con la tv dotato di un qual certo equili-



brio, poiché essa non era ancora pervasiva nel loro approccio al mondo come sarebbe avvenuto con le generazioni successive. Nascere in anni in cui la televisione non era ancora onnipresente e nei quali i media cui il giovane si riferiva non erano molti (il libro e il mangiadischi per il bambino, la radio e il cinema per gli adolescenti) non produsse nella maggior parte dei casi una significativa variazione in senso cognitivo; o meglio, non come sarebbe avvenuta in seguito nei loro figli. I cinquantenni e i sessantenni ancor oggi, nonostante abbiano vissuto per tutta la vita un rapporto stretto, domestico, quotidiano, talvolta perfino morboso con la televisione, non riescono a fare *zapping* a velocità, non sanno usare bene le periferiche della tv (videolettori, casse audio) o palesemente le ignorano perché non appartengono al loro mondo di riferimento (basti pensare alle piattaforme per i videogiochi). Una sorta di flebile *imprinting* tecnologico li ha marchiati da bambini, e non ha loro concesso di evolvere in modo consapevole ed effettivo da quel livello di blanda convivenza con la tecnologia a struttura ancora analogica. Beati loro, in un certo senso.

Penso sia più giusto, da un punto di vista sia filologico sia sociologico, considerare in senso proprio “figli della tv” coloro i quali aprirono per la prima volta gli occhi sulla televisione in concomitanza con la sua trasformazione in sistema pluralista (o apparentemente tale), a partire dal 1976. È per questo che tale generazione di figli la farei partire dal 1970-’72: da bambini che avevano al massimo quattro o sei anni nel momento in cui partiva la riforma, con il tripudio di emittenti, e soprattutto di nuove trasmissioni e strategie di programmazione.

L’ARRIVO DEI GIAPPONESI

Io appartengo a quest’ultima categoria, poiché sono nato nel 1974 ed ero davvero piccolo quando misi in mano per la prima volta il telecomando; dunque sono anche un figlio legittimo dello *zapping*, elemento da non sottovalutare. Sarei anche un fratello del *videogame* e un cugino dello *home computer*, ma questo sarà materiale per altre e più ampie conversazioni.

Quando ero bambino, a casa possedevamo una tv enorme, a colori, che per i miei occhi d’infante aveva l’effetto di un *cinemascope*, un Phonola da 28 pollici ancor oggi funzionante; e ne possede-
 mo anche uno, piccolino, in bianco e nero, che i miei avevano posizionato in cucina e che ci accom-

pagnava durante i pasti. I miei primi ricordi riguardano effettivamente il mondo dei media e dei giocattoli legati alla televisione: i robot, i pupazzi ripresi dai personaggi dei disegni animati, l’uso solitario del mangiadischi a 45 giri con le Fiabe Sonore e le sigle dei *cartoon*. In particolare, i miei ricordi coscienti relativi alla visione della tv risalgono al 1977: avevo tre anni, era una domenica a ora di pranzo, mi trovavo a tavola con i miei genitori e la Rai trasmetteva sul primo canale Domenica in..., sul secondo lo sceneggiato statunitense Alla conquista del West e sul terzo L’altra domenica, con Renzo Arbore, Roberto Benigni e le Sorelle Bandiera, un programma che a riguardarlo col senno di poi ci appare quasi come tv sperimentale. Ricordo perfino gli ultimi singulti di Carosello, anche se questo tipo di rimembranze si perde nella vaghezza del sogno. Rammento alcuni disegni animati classici americani, ovviamente i Disney (le Silly Symphonies e i Mickey Mouse Cartoons), ma anche i Warner Bros. (Wile E. Coyote, Bugs Bunny, Daffy Duck ecc.), Tom & Jerry e Droopy della Mgm e gli straparlati Hanna-Barbera (Gli antenati, I pronipoti, Braccobaldo Bau, Scooby Doo ecc.). Li avrei riscoperti organicamente e complessivamente nei miei studi, da adulto, tuttavia qui sto riesumando memorie d’infanzia, vivide ma frammentarie.

E soprattutto - rullo di tamburi - ricordo i disegni animati giapponesi. Che poi io ne abbia fatto per quel che mi riguarda materia di ricerca e occasionalmente di insegnamento, è solo un elemento aggiunto. I cartoon giapponesi, arrivati in sordina nel 1976-’77 con le serie Vicky il vichingo e Heidi, ed esplosi nel sistema televisivo italiano nel biennio 1978-’79 con Atlas Ufo Robot, Remì, Lupin III e altre decine, centinaia di serie negli anni successivi, hanno determinato un radicale cambiamento nell’approccio alla televisione da parte della mia generazione e di quelle successive. Il flusso ininterrotto di serie animate giapponesi acquistate a basso costo dalla Rai, dalla Fininvest e dalle altre reti private locali in quegli anni (poi la Fininvest, dagli anni Ottanta, avrebbe assunto il quasi totale monopolio dei cartoon nipponici, costruendo inizialmente una buona parte dei suoi forti ascolti pomeridiani su di essi) provocò fra le generazioni adulte le aspre polemiche di cui un’informata sagistica ha ormai ampiamente reso conto. Genitori,

educatori, politici, giornalisti si scagliarono contro gli eroi e le eroine giapponesi, accusandoli di diseducatività, di violenza, di sciatteria grafica, di dannosità non meglio specificate. Accuse per lo più infondate, ormai questo è risaputo, ma non è questa la cosa importante da stabilire in questa sede.

Piuttosto, andrebbe rilevata la poca attenzione degli adulti di allora, e spesso anche di quelli di oggi, circa i cambiamenti strutturali che erano in corso non solo nel sistema televisivo e nei suoi linguaggi interni - tecniche pubblicitarie, nuove narritività nella *fiction*, strategie di palinsesto, lessico rinnovato e più smalizzato - ma anche negli atteggiamenti giovanili verso la televisione e i suoi protagonisti. I disegni animati giapponesi catalizzarono un processo di trasformazione direi antropologica che sarebbe avvenuto in ogni caso, anche senza Mazinga & Co. I linguaggi estetici degli *anime* (così si chiamano i cartoon nipponici, ma allora non si sapeva ancora); l'articolazione delle più varie tecniche cinematografiche associate a prodotti *animati* e per ciò stesso considerati inadatti, da un pubblico occidentale di adulti, a quello che si riteneva dovesse essere un felice tripudio di forme-suoni-colori come Disney insegnava; la loro schiettezza nel tratteggiare il mondo giovanile e i suoi problemi, i conflitti interiori degli adolescenti, che si trattasse di maghette, orfanelli, campioni sportivi o piloti di robot giganti; l'innovazione nei contenuti e nei valori sottostanti alle avventure dei piccoli protagonisti di queste storie; la serietà con cui la narrazione veniva affrontata, ricca di lirismo e ritmo coinvolgente nello snodarsi degli avvenimenti; tutti questi elementi furono così dirompenti per i bambini, e così inattesi e perturbanti per gli adulti, che si creò un enorme e repentino divario fra i due gruppi, il primo segnato da un rinnovamento culturale di tutto rispetto, il secondo trafitto da uno *choc* cognitivo ed estetico. Non si scordi infine che il clima in cui buona parte degli adulti era stata allevata fino a quel momento era quello della televisione bernabeiana, di diretta derivazione cattolica, e invece questi cartoon sottintendevano atteggiamenti morali molto spesso laici e talvolta blandamente rifacentisi alle tradizioni buddista e shintoista.

Del resto erano giapponesi e questa non è certo una colpa; semmai avrebbero dovuto essere più responsabili i criteri di programmazione e la presentazione pedagogica di tali cartoon al pubblico dei fanciulli, ma quel periodo è noto come “il Far West della tv italiana”, ed è quanto dire.

TRA SCUOLA E STUDIO

Vorrei ancora esemplificare con la mia esperienza, che con buona pace di tutti - proprio perché è personale - non ha rilievo scientifico ma che ritengo sia apprezzabilmente indicativa. La trasmissione giornaliera di ore e ore di disegni animati, occidentali e orientali, dalla fine degli anni Settanta modificò in parte il programma d'attività dei giovani utenti catodici, fornendo loro una lista pomeridiana di possibili appuntamenti con la televisione, che si andarono ad aggiungere a un modello di vita in genere apprezzabilmente libero, al di fuori delle ore di scuola e di quelle da dedicare allo studio. La settimana del fanciullo degli anni Settanta e Ottanta infatti non era fitta di appuntamenti come quella del bambino odierno, che deve dividersi nelle ore pomeridiane fra minibasket e chitarra, fra piscina e danza, fra nutrizionista e psicanalista. Io e la maggior parte dei miei coetanei, dai cinque-sei anni in poi, facevamo una vita diversa, meno organizzata dall'alto, cioè più libera; quindi, mi si conceda, più creativa. Mi sembra opportuno richiamare *en passant* il dibattito attualmente in atto su divertimento e noia del bambino, che se troppo stimolato non ha il tempo di annoiarsi e dunque di trovare da solo i propri spazi e le proprie personali attività ricreative. Sono d'accordo. La maggior



parte di noi bambini dei tardi anni Settanta scendeva quasi quotidianamente nel cortile condominiale per giocare a palla, fare occasionalmente, e ritualmente, a botte per capire chi era il più forte, organizzare spedizioni dall'edicolante per comprare le figurine dei calciatori (una droga di vecchia data che dovrebbe farci capire senza troppi traumi il perché del successo di Pokémon e compagnia oggi), interrogarsi con la perfidia tipica dei bambini sulle differenze fisiche fra maschi e femmine; a fine giornata ci si sarebbe confrontati sull'entità delle ferite riportate in battaglia: contusioni, ginocchia sbucciate, graffi e quant'altro; e, proprio grazie all'ambiente neutrale, e vario, del cortile, questi pomeriggi tra fanciulli di varia estrazione erano autenticamente interclassisti. Insomma s'imparava per strada, e non al *country club*, cosa vuol dire per un bambino saper stare al mondo; si studiava, perfino, durante quei lunghi pomeriggi. Non che ciò non avvenga ancor oggi con i bambini attuali, per fortuna; solo, con molta meno frequenza.

In tutto questo, la fantasia viaggiava grazie non solo alle fiabe narrate dai parenti e ai fumetti sbirciati in edicola (i soldi quasi non si sapeva come fossero fatti; oggi invece i ragazzini ricevono paghette che sono spesso dei veri gruzzoli), ma anche grazie ai disegni animati. Soltanto che quelli americani erano sostanzialmente delle comiche, e i personaggi delle (spesso geniali) maschere. Ma quando si hanno otto-nove anni e non s'è più bambini piccoli, si ha bisogno di stimoli forti, di avventura, di conflitti, di eroi. E se la generazione di bambini a cui s'appartiene non è dotata di genitori che ti portano al cinema, ma ha a sua disposizione uno strumento coinvolgente, domestico e «gratuito» - per modo di dire, come abbiamo visto - come

la televisione e i suoi eroi a coadiuvare la funzione affabulatoria dei libri e dei fumetti, e se, soprattutto, nel periodo in cui s'è bambini stanno arrivando da lontano protagonisti i cui pensieri e le cui fantasie di potenza combaciano in modo miracoloso con i tuoi, scatta inevitabilmente la fascinazione, l'amore, il *sense of wonder*. E oltre che corsaro della Folgore ti trasformi in pirata spaziale, oltre che tigrotto della Malesia diventi pilota di un *samurai* metallico alto cento metri, oltre che capo della banda di via Pál nessuno può impedirti di diventare un *ninja* nel medio evo del Giappone.

Ecco, l'infanzia della mia generazione è stata scandita, oltre che dai formativi appuntamenti all'aria aperta, da altri incontri avvenuti tramite la tv: con l'orfanella Candy Candy, con il romantico guerriero Actarus, con il misterioso pirata Capitan Harlock, con l'educativa versione nipponica di Heidi, e con tutti gli altri personaggi, giapponesi e non, che ci radunavano davanti alla tv nei pomeriggi della nostra infanzia come falene su una lampada. Senza necessariamente distrarci (troppo) dallo studio o dalla vita là fuori, ma anzi dandoci materiale mentale su cui ri-costruire e ri-definire il nostro mondo fantastico di ragazzini.(5)

La mia generazione ha avuto inoltre il privilegio e la responsabilità di vivere in età giovanile, quindi in modo estremamente naturale e inconsapevole, il passaggio epocale da un paradigma tecnologico *analogico* a un paradigma tecnologico *digitale*. I figli della tv hanno vissuto l'arrivo, a fianco dei già consolidati cinema, mangiadischi, televisione e radio - media a base analogica, basantisi sugli stessi principi tecnici introdotti fra la fine dell'Ottocento e il primo trentennio del Novecento - di nuovi media a base digitale: un tipo di computer

che non funzionava più a «circuiti di mille valvole» ma con un piccolissimo processore che li sostituiva in uno spazio ridottissimo, il *chip* e poi il *microchip*; i videogiochi da sala, i cosiddetti arcade, nuovi *flipper* elettronici che non scimmiettavano ambienti in senso modellistico ma ricreavano vite e mondi artificiali secondo nuovi linguaggi dotati di profonda coerenza interna; e infine la possibilità che i computer domestici, oggetti davvero misteriosi per gli adulti ma puntual-



mente presenti a Natale sotto l'albero già all'inizio degli anni Ottanta, potessero dialogare fra loro.

Torniamo ora alla tv. Cos'è successo dopo? Cos'è avvenuto una volta che la mia generazione è cresciuta e s'è fatta avanti quella successiva? I disegni animati nipponici hanno continuato ad arrivare in Italia, acquistati dalle nostre reti, e hanno proseguito ad appassionare altri ragazzini, con contenuti e linguaggi sempre rinnovati, al passo coi tempi e quasi sempre all'altezza delle aspettative dei ragazzi. Soprattutto, la televisione ha ridefinito i propri obiettivi e le proprie strategie. Gli anni Ottanta, come ha scritto Fausto Colombo, (6) sono stati quelli della televisione ludica, spettacolare, leggera. Dominata dalle televisioni berlusconiane, cui la Rai invece di opporre un proprio e coerente stile ha preferito adeguarsi causando la caduta verticale della qualità televisiva su tutti i fronti, dai contenuti, al lessico, alle idee nude e crude.

Qui, però, s'è ormai in una terra di confine. Perché se vogliamo parlare di figli di un medium in particolare, i figli della tv si sono esauriti con i nati negli anni Ottanta, periodo già ibrido perché definito forse meglio dai videogiochi e dal *personal computer*; negli anni Novanta, poi, non si può che parlare di "figli del web" e in generale dei nuovi media, telefonino *in primis*. Quindi, probabilmente, di «figli delle reti». La televisione esercita sempre un ruolo fondamentale, grazie anche alla moltiplicazione delle emittenti e dei supporti (basti pensare all'ascesa pressoché monopolistica di Sky sul satellite, pieno di canali tematici dedicati ai ragazzi, o alla seguitissima Mtv), ma l'ottica adesso è sincretica, e la televisione cessa di essere strumento principe di conoscenza e definizione della propria identità per i ragazzini di oggi, per i quali si sta verificando un tipo di formazione mediatica «multiplatforma», decisamente più frenetica e nevrotica, e forse, chissà, nonostante tutti i vantaggi della diversificazione dei codici, anche più superficiale.

DI COSA SPARIAMO

QUANDO SPARIAMO DI TELEVISIONE

Alla fine, è possibile dire che la televisione per la mia generazione sia stata una divinità, onnipotente e onnisciente? Questa visione è pittoresca e ha un suo indubbio valore simbolico, ma in definitiva penso sia esagerata. Nella media, la televisio-

ne per la mia generazione è stata spesso una chioccia, una *baby sitter*, eppure non nel senso negativo che le si attribuisce oggi, di sostituto del genitore occupato a lavorare o a fare aerobica. La tv è stata per lo più, e per i più, una «compagna d'avventure», non esclusiva e non dominante, proprio per i motivi che ho cercato di illustrare. Venti, quindici anni fa la programmazione della tv era diversa da quella attuale: i contenitori risultavano in media di livello maggiore rispetto a quelli di oggi, proprio in base a quel processo di livellamento verso il basso che allora era appena iniziato e non era definito ed esasperato come oggi; i telefilm americani e i disegni animati giapponesi erano divertenti come quelli odierni, ma probabilmente dai contenuti e dai ritmi in genere meglio calibrati.

Oggi come ieri, non è tanto la tv come mezzo di comunicazione, come oggetto di ascolto, a essere divinizzato dal pubblico dei ragazzi; è piuttosto la televisione stessa come apparato sistemico che tende a divinizzarsi, ad autocelebrarsi, a innalzare a valore assoluto la sua stessa esistenza. In altri termini, e se mi è concesso nuovamente usare quest'espressione, a *cannibalizzare sé stessa*. L'esempio più lampante lo si può riscontrare quando in un programma televisivo gli ospiti sono anch'essi personaggi della tv, invece di provenire da altri settori della realtà. Quando un programma di varietà esalta come ospite una *vedette* del piccolo schermo (7) la televisione pecca di autoreferenzialità e per ciò stesso indica implicitamente agli spettatori che per *esser-ci nel mondo* occorre *esser-ci in televisione*. Da qui un esempio direttamente discendente: l'impellenza delle persone di raccontare i fatti loro davanti alle telecamere, sintomo probabilmente di una profonda solitudine sociale. Ancora, la tendenza a fare di persone senza alcun talento personaggi famosi e idealizzati, in una caduta verticale del decoro. Infine, il trasferimento del dibattito politico dalle sue sedi tradizionali al palco televisivo, con l'effetto di far coincidere la tribuna politica con la tv, portando a un processo di identificazione fra validità politica e presenza televisiva; da qui, le evidenti asimmetrie fra chi sta in politica e possiede il quasi totale monopolio delle televisioni nazionali e chi invece fa politica ma è poco più che un normale cittadino. (8)

In apertura avevo espresso perplessità anche verso la definizione della televisione come medium di massa per due motivi: uno propriamente rifacendosi a un'esatta distinzione, in campo mediologico,

fra tecnologie mediatiche, supporti, formati e linguaggi medialità; l'altro, afferente a un'idea culturale sui media più avanzata e in sintonia con i nostri tempi.

Il primo motivo ha a che fare con una diffusa confusione fra i media e le tecnologie che li supportano. La stampa, ad esempio, non è un medium bensì una tecnologia. Da Gutenberg in poi, la stampa è una tecnologia che ha fornito il supporto tecnico e tecnologico alle più varie forme espressive e di comunicazione basanti per l'appunto sul processo della stampa: dalle incisioni al libro, dal rotocalco al periodico. Lo stesso discorso è valido per le tecnologie dell'audiovisione, variamente elencabili ma in fondo esemplificabili nella tecnologia cinematografica e in quella televisiva; l'una si concentra sulla fotografabilità e proiettabilità a un pubblico di materiale visivo (o audiovisivo, con l'aggiunta della cattura e riproduzione del sonoro), l'altro sulla registrabilità e trasmissibilità elettronica di immagini e suoni catturati in un luogo A e trasportati in un luogo B. Da queste tecnologie dell'audiovisualità sono nate, e alcune poi si sono anche estinte, innumerevoli forme di comunicazione e di espressione, di formati, basati sulla serialità, o su un'autonomia a-seriale, o sulla ciclicità: il film, il serial cinematografico settimanale, la *theater television*, il telefilm, il varietà, il cinegiornale ecc. Alcuni di essi sono in seguito nati in forma nuova con la televisione - si pensi al quiz, memore di una ricca tradizione enigmistica - e altri sono di derivazione teatrale, o letteraria, o sono una versione audiovisiva, rivista e trasformata nei linguaggi, di formati medialità già esistenti su altri supporti e tecnologie: per esempio il telegiornale.

Il secondo motivo, che dovrebbe dire l'ultima parola sul perché delle perplessità sulle definizioni tradizionali circa i media di massa, e che spiega bene il rapporto fra i figli della tv (e degli altri media) e la multimedialità che caratterizza la vita quotidiana dei giovani, riguarda l'approccio *immersivo* dei giovani con i media stessi. I media sono, cioè, degli *ambienti* nei quali i fruitori si immergono. (9) Non stiamo parlando quindi di semplici strumenti da usare ma di veri e propri mondi sensoriali ed emotivi che vengono vissuti più che usati. Solo così si possono spiegare in modo più efficace le intense sensazioni e la forte partecipazione provate da bambini e adolescenti nel giocare a un videogioco, nel guardare un *video-clip* musicale, nel fare rapidamente *zapping* capen-

do al volo quali programmi si stanno scorrendo ad alta velocità, nell'assistere alla puntata del proprio cartoon preferito; gli esempi potrebbero continuare riferiti ad altri strumenti medialità come il telefonino, che ha il suo proprio linguaggio, e ovviamente il computer, che di linguaggi ne possiede più d'uno e forse è oggi l'ambiente mediatico a base immersiva per eccellenza.

Vorrei far notare una volta di più, se fosse ancora necessario, che la parola “tele-visione” vuol dire in origine “guardare lontano” e in fondo per questo era stata inventata nei suoi principi basilari alla fine degli anni Venti in Inghilterra. Siamo sicuri che oggi sia questa la natura della tv? Si parlava di cannibalismo televisivo; aggiungerei, con termine francese, che il sistema-televisione oggi è per lo più *nombrilliste*, tutto intento a guardarsi l'ombelico, ad ammirare sé stesso. E sappiamo che Narciso non fece una bella fine. ●

NOTE

1. Cfr. almeno Enrico Menduni, *La più amata dagli italiani. La televisione tra politica e telecomunicazioni*, Bologna, Il Mulino, 1996.
2. Per un'accessibile analisi storico-economica della pubblicità nella televisione americana, si consulti per esempio Sergio Liscia, *Cinema, Tv e next media. Sessant'anni di storia dell'industria cinematografica e televisiva: un caso esemplare per capire dinamiche, modelli e strategie dell'integrazione fra media*, Milano, Apogeo, 2003.
3. Chi ne ha parlato in modo approfondito è stato trent'anni fa il sociologo Alberto Abruzzese nel volume *Forme estetiche e società di massa* (Padova, Marsilio, 1973), memore della lezione di Edgar Morin, autore dell'imprescindibile *L'esprit du temps*, Paris, Grasset, 1962 (tr. it. *L'industria culturale. Saggio sulla cultura di massa*, Bologna, Il Mulino, 1963).
4. Cfr. il saggio di psicologia di Piero Bertolini - Milena Manini (a cura di), *I figli della Tv* (I ed. 1976), Scandicci, La Nuova Italia, 1993.
5. Mio malgrado, data la scarsità di letteratura in materia, sono costretto a rinviare il lettore al mio saggio multidisciplinare *Mazinga Nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake-generation* (I ed. 1999), Roma, King[Saggi, 2002. Si legga anche l'importante contributo etnografico di Francesco Filippi - Maria Grazia Di Tullio, *Vite Animate. I manga e gli anime come esperienza di vita*, Roma, King[Saggi, 2002.
6. Cfr. il completo saggio di storia e analisi dei media di Fausto Colombo, *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Milano, Bompiani, 1998.
7. Ecco un'altra definizione colloquiale, contrapposta evidentemente alla grandiosità visuale del cinema.
8. Per un discorso breve ma di alto livello sull'argomento, mi permetto di rinviare all'autorevole libello del sociologo Pierre Bordieu, *Sur la télévision* (I ed. 1996), Paris, *Raisons d'agir Editions*, 2003 28.
9. Mi sostiene fra gli altri il semiologo Daniele Barbieri. Molti dei suoi pregevoli scritti sono trovabili anche sul sito www.horizons.it/barbieri.

La crudele realtà televisiva

>> Virginia Villari

Con i miei ventun'anni credo di potermi inserire di diritto nella generazione dei cosiddetti "figli della televisione".

Quando ero piccola guardavo dalle tre alle sette ore al giorno di tv: cartoni animati (per lo più giapponesi) e i programmi per i bambini, nei quali questi erano inseriti. Anzi mi ricordo che addirittura il sabato mattina mi sforzavo di alzarmi presto per non perdermi quelli delle sette.

Devo però ammettere che ero anche un'assidua telespettatrice (fortunatamente già dotata di un minimo spirito critico) di uno dei programmi più pietosi e idioti, ma che peraltro ha avuto parecchio successo, della televisione italiana, tanto da essere diventato parte integrante della sua storia: "Non è la Rai". Ma perché lo guardavo, nonostante fin da piccola pensassi fosse stupido e anche un po' disgustoso? Il punto è proprio questo: nasceva in me la curiosità di vedere quanto potesse essere stupido e disgustoso; ed ecco lì che dopo pranzo mi "sparavo" due ore di ragazzine con le cosce al vento, canzoni in *playback*, giochi per dementi, "dibattiti" scioccanti per il tasso straordinariamente elevato di idiozia. Dopo un po' cominciavo a ricordarmi i nomi delle ragazze e anche qualcosa della loro personalità (almeno di quella che emergeva in tv) e dunque la mia curiosità si evolveva in un'altra direzione, una sorta di studio del comportamento, vale a dire la voglia di sapere cosa avrebbero fatto e detto le varie ragazze nelle varie situazioni. Non era un vero e proprio interesse, dato che in fin dei conti non me ne importava un bel niente di ciò che potevano dire o fare un centinaio di ragazze in uno studio televisivo, ma più o meno consciamente ero arrivata a capire (e oggi ne sono convinta) che in una fascia oraria che corrisponde al primo pomeriggio, quando la maggior parte delle persone è assalita da quel senso di stanchezza e sonnolenza, occorre trasmettere un programma che non sia impegnativo, che non faccia stancare la mente imponendole di pensare, ma che accompagni il suo rilassamento fisiologico con immagini piacevoli e argomenti futili.

A partire da questa "attrattiva" di base, da questa

per molti invitante pausa dalla riflessione, si sviluppavano poi quelle curiosità di cui ho parlato prima. La mia posizione era di chi è attratto (anche per il fatto che molte di quelle ragazze avevano più o meno la mia età), ma con parecchia diffidenza. Oggi i programmi sono cambiati, ma la dinamica è rimasta più o meno la stessa, con la differenza che, a parte alcune rare eccezioni, lo scopo di attirare il ragionamento, la pausa dalla riflessione, il non impegno mentale, è quasi costante, a qualsiasi ora, su qualsiasi rete. Quando ero piccola, senza che nessuno mi avesse spiegato qualcosa, avevo la sensazione-convinzione che le tre reti Rai fossero "più serie" delle tre reti dell'allora Fininvest. Oggi la differenza è pressoché impercettibile.

DALLO SHOW AL REALITY SHOW

Il cambiamento di fondo degli spettacoli tv sta, secondo me, nel passaggio, da un po' di anni a questa parte, dallo "show" al "reality show"; non che lo *show* tradizionale non esista più, anzi qui in Italia è ancora di grande successo, ma anch'esso è stato "invaso" in un modo o nell'altro da quella parte di *reality* (che di realtà ha assai poco) che serve ad elevare l'*audience*.

Ma perché il *reality show* ha in tutto il mondo un così vasto successo? Perché fa salire enormemente l'*audience*? A questo proposito ho una teoria, forse opinabile, secondo cui il *reality show* avrebbe una funzione catartica, analoga a quella che aveva nell'antica Grecia il teatro, anche se è ovviamente inconcepibile una similitudine tra i due generi.

Ebbene, nell'antica Grecia, la tragedia metteva in scena il sublime dei grandi drammi esistenziali, oggi il *reality show* mostra lo squallore, la volgarità e la tristezza dei piccoli screzi quotidiani. Ma, in entrambi i casi, lo spettatore si dimentica dei suoi problemi, immedesimandosi, perdendosi, nel primo caso, nella grandezza, nel secondo, nella bassezza, l'uno nella lontananza, l'altro nella vicinanza. Spesso ci chiediamo, guardando un *reality show*, "ma a noi che ce ne frega?". Eppure, ad un

sacco di gente importa eccome, proprio perché si seguono problemi altrui e ci si lasciano alle spalle, almeno per un po', i propri; o anche perché il fatto di vedere in televisione situazioni e problematiche un po' di tutti, nella gran parte dei casi inerenti alla sfera sentimentale, rende partecipi, coinvolti, pronti a schierarsi da una parte o dall'altra, a seconda della persona a cui ci si sente più vicini, che più rappresenta il dato spettatore.

Con il *reality show* avviene una sorta di innalzamento (o abbassamento, che dir si voglia) del quotidiano; del resto se il potere della scatola magica non fosse questo, esisterebbe questa psicosi di andare in tv, di farsi vedere, di sbandierare ai quattro venti la propria *privacy*?

Mi vengono in mente le parole di Maria de Filippi (la regina indiscussa del *reality*) durante una trasmissione in cui era stranamente ospite, la quale paragonava “Beautiful” ad uno dei suoi show “Uomini e donne” (che, per chi non lo sapesse, si basa sul corteggiamento di tante donne ad un uomo e viceversa, fino a creare poi delle coppie, la cui relazione viene ripresa costantemente) e Ridge e Brooke (credo che più o meno tutti sappiano chi sono) alla coppia ora di turno, e diceva: “la gente si appassiona a ‘Beautiful’ con la consapevolezza che è una finzione e si appassiona ancora di più alla storia di C. e A. perché ha la consapevolezza che è reale”. Anche se su questa realtà ci sarebbe da discutere, direi che da vera esperta ha colto nel segno.

PANEM ET CIRCENSES

E dato che sulla realtà in televisione ci sarebbe da discutere, discutiamo.

Guarda caso mi viene in mente un altro programma condotto da Maria de Filippi - che tra l'altro presentava nei primi anni '90 uno dei primi *reality show* di successo in Italia: Amici - che nella rima edizione si chiamava Saranno famosi” e dalla seconda (quest'anno siamo alla terza) si chiama Amici di Maria de Filippi. Tralasciando citazioni e manie di protagonismo, il suddetto programma non nasce propriamente come un *reality show*, ma oggi, basta guardarlo, lo è a tutti gli effetti: un gruppo di più o meno trenta ragazzi viene scelto a settembre dai produttori tramite un provino e frequenta per un anno accademico questa scuola.

Ogni ragazzo deve saper ballare o cantare o recitare bene e lo scopo della scuola, dove lavorano insegnanti piuttosto competenti, è far migliorare il ragazzo nella sua materia e insegnargli le altre due almeno ad un livello base. Alla fine, attraverso numerose sfide uno solo vince, se così si può dire, il programma. Fin qui sembra una cosa quasi seria, in cui la vita privata dei partecipanti non è rilevante,

almeno in rapporto allo scopo della trasmissione, che ho cercato brevemente di riassumere.

Ci tengo a precisare, onde evitare equivoci sulla mia persona, che non passo tutte le mie giornate davanti alla tv, e soprattutto davanti a ciò che di peggiore essa ci offre. Il motivo per cui guardo queste trasmissioni è analogo a quello per il quale guardavo “Non è la Rai”: chiamiamolo l'interesse sociologico di una critica telespettatrice, anche se, lo ammetto, mi piacciono le coreografie.

Tornando a noi, il problema è che un programma teoricamente basato su capacità artistiche è in pratica sorretto da litigi, storie d'amore, polemiche,



pianti, affari di famiglia, simpatie o antipatie reciproche.

Mi spiego: tanto per cominciare esiste la cosiddetta “classifica di gradimento”, vale a dire una classifica fatta dal pubblico a casa che mostra per l'appunto la graduatoria di chi è più gradito alla fine della settimana. Ricordo che le prove, gli allenamenti e quant'altro accade nella scuola viene mandato quotidianamente in onda; ecco un primo sintomo di “reality”. Ora, dal momento che non credo che tutto il pubblico sia fatto di gente competente in danza, canto o recitazione, su cosa questi telespettatori baseranno la loro preferenza? In gran parte sulla simpatia o antipatia che sentiranno nei confronti dell'uno o dell'altro. Allora mi viene da chiedermi: questi ragazzi si comporteranno davvero come se le telecamere non ci fossero? Oppure, consapevoli delle regole del gioco, cercheranno in ogni modo di farsi vedere così da catturare l'attenzione del pubblico? E credo che il fatto che siano andati a fare una scuola in televisione piuttosto che a frequentare un'accademia sia già una risposta, unita al fatto che “realtà” e “televisione” sono, a mio avviso, due termini antitetici.

Dunque, tornando alla “classifica di gradimento”, guarda caso ai primi posti ci sono sempre i più socievoli, i più spigliati, i più divertenti, i più polemici e i più piagnucolosi, che non sono necessariamente i più bravi, mentre agli ultimi c'è chi parla poco o chi comunque non si mette tanto in mostra caratterialmente. Quindi un ragazzo, che potrebbe anche essere il migliore artisticamente, si trova ad essere ultimo e a dover sostenere un'interrogazione generale di recupero (recupero per il fatto di non essere simpatico...!) in una scuola che si spaccia per un organo di formazione di talenti artistici. Non vi sembra ridicolo e crudele?

In più, durante la diretta, c'è il pubblico in studio e questo, ve lo assicuro, è un momento di pura ferocia.

I ragazzi fanno un'esibizione ciascuno, preparata durante la settimana, per far vedere ciò di cui sono capaci e alla fine di ognuna Maria de Filippi, con fare da mamma comprensiva e lingua di serpente, se li porta uno ad uno in mezzo allo studio per farli commentare dal pubblico. Immaginate il Colosseo con al centro i gladiatori e tutt'intorno il pubblico fremente che aspetta solo di vedere il sangue e capirete meglio la scena: sul ragazzo in pochi minuti si riversano un accanimento e una cattiveria inauditi, insulti e giudizi di vario genere che all'ottanta per cento riguardano la sua personalità, il suo modo di fare, i suoi rapporti con gli altri e per il resto possono anche riguardare le sue capacità artistiche, ma palesemente legati a opinioni inerenti la sfera privata. Viene criticato chi non si mette in mostra anche se è bravo perché non si fa conoscere e non ha un atteggiamento televisivo (ecco dunque che al pubblico interessa chi sono, non tanto cosa sanno fare), viene criticato chi ha una voce da lirico perché è arrogante e maleducato, chi parla alle spalle dei compagni, chi risponde male a i professori e via dicendo. I commenti gentili sono pochi, per il resto piovono ingiurie e c'è anche chi sbraita: “Tu non sai fare niente, non sei degno di stare in questa scuola!”. Il punto è che tutto diviene polemica, litigio, pianto, con Maria de Filippi che fa la parte della finta mediatrice mentre in realtà semina zizzania a destra e a sinistra. Lo studio diviene una caotica arena e della bravura e del talento non importa praticamente nulla a nessuno, ma l'audience sale alle stelle. Sale perché è proprio questo che la gente vuole vedere: lo scontro, la volgarità, l'astio, la vita in diretta per schierarsi, immedesimarsi



e infine astrarsi dalla sua, di vita in diretta, perché questa forse è troppo reale.

Infatti quella in televisione non è vita, è una messa in scena bella e buona. Credete che al pubblico in studio importi realmente qualcosa di quei ragazzi? Come può qualcuno odiare ferocemente qualcun'altro senza nemmeno conoscerlo? E perché per qualsiasi stupidaggine si piange? Perché vengono mandati in onda quasi esclusivamente litigi, scontri, tensioni, momenti amorosi o commoventi?

E' l'iperrealismo televisivo: un comportamento “normale” non attira, o meglio attira solo per il fatto che è in televisione, ma fino ad un certo punto poiché ben presto risulterà noioso. Però il pianto cattura la telecamera e il cuore del telespettatore, la volgarità comunque è fonte di attenzione, come del resto lo sono una polemica, una storia d'amore o le varie scene strappalacrime, caricate volutamente di stereotipi e convenzioni, così da esserne l'archetipo basso, vuoto, ma che arriva alla massa.

APPAIO QUINDI SONO

Il “reality show” è il sintomo di una voglia di attenzione disperata e ossessiva, tale che la gente mette da parte ogni pudore e decenza pur di essere visto, per sentirsi illusoriamente speciale, al di sopra della quotidianità, più vicino ai suoi miti. E' proprio la televisione a creare questi miti, bellezza, successo, ricchezza, vita da romanzo rosa, che divengono i sogni e le aspirazioni delle persone.

In televisione ci si sposa, si litiga, si formano coppie, si discute di problemi estremamente personali, si fa l'amore, si riuniscono famiglie; tutte cose che non hanno bisogno della telecamera per essere attuate, né, soprattutto, per essere importanti, speciali, indimenticabili, ma che molti decidono di far diventare di dominio pubblico perché evidentemente è più importante essere qualcuno per tutti che esserlo per se stessi.

Ecco allora che spopolano

trasmissioni come Grande fratello, L'isola dei famosi, La talpa, La fattoria e chi più ne ha più ne metta, con un carico da undici di oscenità, trivialità, litigi, parolacce e tutto quanto c'è di più greve e rozzo. Tutto ciò lascia un'impressione sul pubblico che divertito, scandalizzato, simpatizzante o critico segue e commenta. Ma non è forse questo lo scopo?

Le uniche cose reali del “reality show” sono l'identità anagrafica delle persone che vi partecipano e il fatto che siano dove sono nel momento in cui sono riprese. Per il resto tutto è caricatura, anche perché a mio avviso è impossibile essere naturali e spontanei al 100% quando si ha addosso ventiquattro ore su ventiquattro “l'occhio del grande fratello”.

La tragica realtà è invece l'esistenza invadente del “reality show”, la sua diffusione, il suo speculare sui problemi e sulle debolezze della persone, il fatto che occupi la maggior parte dello spazio televisivo, soffocando la vera informazione (quella poca che c'è) e distraendo dalla vera realtà, quella che ci circonda, oltremodo problematica, dura, terribile. ●



L'attrazione fatale

>> Elisabetta Pizzochero

i Ebbene sì, lo ammetto. Quel cubo sgraziato che troneggia in tutti i nostri salotti, in tutte le nostre cucine e in ogni angolo concepibile di tante case italiane, era per me - bimbetta di poco più di sei anni - una scatola magica.

Erano gli anni Ottanta e a furoreggiare tra i più piccoli erano i protagonisti di cartoni animati ormai entrati nel mito - porto ad esempio l'affascinante Lupin III e la lacrimevole Candy Candy - e di altri allora appena arrivati alla ribalta, come L'incantevole Creamy e la simpaticissima quasi dea Pollon. Anche i telefilm e le *sit-com* esercitavano su di noi il loro fascino irresistibile con le avventure dell'esilarante Arnold, con le vicende di Alex, figlio adolescente in Casa Keaton o con il mai tramontato Fonzie di Happy Days.

Fra i banchi di scuola, poi, aveva luogo un frenetico traffico di figurine, pupazzetti, borsette, fino ad arrivare ad improbabili spazzolini da denti tutti rigorosamente marchiati con le immagini dei

beniamini della tv (pratica non lontana da quella che si attua fra i bimbi di oggi).

LA TV NEGATA

Eppure nella mia famiglia il fatato elettrodomestico animato non riempiva gli ambienti del consueto allegro vociare, di musiche e di colori: mia madre aveva scelto di fare a meno della televisione. Non la voleva. Forse la temeva. Cresciuta in un'epoca di consumi televisivi razionati, era adesso disorientata dal flusso imponente, incessante, inesorabile della televisione delle emittenti private.

E fu così che nacque in me una speciale attrazione nei confronti di un mezzo che, al contrario, nel mio ambiente familiare non godeva di una particolare ammirazione. Ricordo ancora distintamente l'eccitazione che provai una sera (e la mia è una memoria nota per essere evanescente come poche)



in cui chissà da dove e chissà perché era arrivato in casa nostra un piccolo televisore in bianco e nero, un vecchio Brionvega senza telecomando. Disgraziatamente l'affaticato apparecchio televisivo era in grado di restituirci solo l'immagine di un'elegante Rai Uno. Quella sera era di scena l'Odissea: Ulisse mi incantò con la sua guerra di astuzie contro un terrificante Polifemo.

Montava in me una passione quasi insana, proprio come succede tutte le volte che qualcosa viene negato senza appello, proibito senza negoziazione. Prendeva piede un desiderio strisciante, intimo e inconfessabile perché disapprovato dai grandi che mi volevano bene. E mi scoprii a fantasticare di ritrovarmi, come solo una diva poteva fare, in una lussuosa vasca idromassaggio a guardare la televisione. Il bagno, quello sì, mi sembrava il luogo adatto ad ospitare la scatola magica, un luogo sufficientemente sacro e appartato. (Confesso che in più di un'occasione, quando in casa l'utilizzo del discusso elettrodomestico era ormai stato sdoganato e si moltiplicavano gli esemplari in nostro possesso, ne trascinai uno, faticosamente e non senza incorrere in una certa dose di rischio, ai piedi della mia ben più modesta vasca da bagno). In realtà non avevo neanche maturato del sano e sfacciato rancore nei confronti di chi mi negava l'accesso a quell'universo parallelo di storie, magie e fantasticherie in quanto avevo trovato un mio canale di consumo, un varco spazio-temporale: la casa dei nonni.

UNA VERA E PROPRIA TELEDIPENDENZA

Durante le scuole elementari frequentavo il tempo pieno e il sabato era il mio giorno libero. I miei genitori lavoravano ed io venivo affidata ai nonni in casa dei quali davo libero sfogo alla mia pulsione repressa: mi rifacevo della settimana appena trascorsa e guardavo la televisione da mattina a sera, senza sosta. La signora che aveva cura di me - anche i miei nonni lavoravano - mi prendeva in giro paragonando il mio passatempo ad un lavoro vero e proprio visto l'impegno e la determinazione che dimostravo nel non allontanarmi dalla sedia per tutto il corso della giornata. Vorace di televisione, maniaca per quella finestra temporale che mi era concessa, passavo da un canale all'altro in uno *zapping* finalizzato alla ricerca di qualsiasi immagine

contenesse almeno venti colori e tutti in disaccordo tra loro: un sospirato e meritato cartone animato. Quando alla fine ne trovavo uno ero compiaciuta, eccitata, direi, contenta. Quando lo *zapping* non dava gli sperati frutti subentrava la noia e il dispiacere e mi dovevo accontentare di qualche telefilm meno colorato e magico (fatta eccezione per Vita da Strega, memorabile telefilm, peraltro in bianco e nero, degli anni Sessanta, incentrato sul matrimonio tra un comune mortale e una strega, appunto). Gli anni passarono e io riuscii a mettere le mani sul mio primo televisore personale (mio fratello sostiene ancora oggi che il televisore fosse l'unico motivo della mia Comunione...).

Insomma questa condizione di privazione, che voleva essere educativa, aveva provocato in me una reazione opposta e altrettanto assoluta: in qualche misura si poteva parlare per me di una forma di dipendenza dalla televisione.

Non so se alla fine ha prevalso la “saggezza” o la qualità sempre più vergognosamente scadente e deprimente della nostra televisione, ma io oggi sono fuori dal tunnel di quella droga chiamata tv!

La guardo, sì, a volte molto distrattamente quasi come sottofondo. Altre volte la ascolto come fosse una radio. Posso stare dei giorni senza accenderla e guardarla per ore consecutive una volta attivata.

Segno che nell’“orfanotrofio” in cui mi hanno accolta devono avermi trattato proprio bene.... ●



Perché gli adolescenti amano il reality show

>> Marilena Menicucci

Confesso di guardare la TV degli adolescenti da circa tre anni, spinta da motivazioni personali: l'amore per una figlia adolescente (e per i balli della sua generazione)!

Il felice rapporto dell'infanzia con mia figlia si era rotto e all'improvviso mi sentivo rifiutata completamente come mamma, come donna e come persona di una certa generazione. Avevo provato il confronto e lo scontro, ma ne erano seguite accuse, rabbie, negazioni, chiusure, litigi. Cosa fare? La prima tentazione fu di mollarla: voleva andare per la sua strada? Che andasse. Rifiutava i miei suggerimenti sul vestire, sull'apparire e sull'essere? Che seguisse i suoi e che mi lasciasse un poco in pace, libera finalmente di avere un tempo per me e per le mie cose.

A quattordici anni potevo lasciarla completamente sola, in balia delle sue rabbie e ubbie, senza la presenza di una madre in carne ed ossa contro cui battere? Sarebbe stato comodo per me, ma me lo sarei rimproverato, nel caso che mia figlia, poi, avesse sofferto troppo per i suoi smarrimenti; perciò, per difendere quella bimba creativa, generosa e intelligente che era stata e la donna che sarà, decisi di accettare il ruolo di chi prova ad ascoltare una figlia adolescente ribelle, il cui cervello sembrava completamente in balia di idee, di linguaggi e di comportamenti, che rinunciavo a giudicare. Cosa fare? La mia presenza la disturbava, ma notai che era contenta quando rimanevo a guardare la televisione con lei, in silenzio, senza gridare contro certe trasmissioni, che comunicano un modello di donna standardizzato, palestrato, liposuzionato, gregario, passivo, occheggianti, chiuso in un vecchio schema di bella senz'anima né intelligenza, bambola ad uso e consumo dell'uomo che conta e che la usa. Rinunciai all'ideologia dell'emancipazione, a cui ero arrivata tardi e in teoria e cercai di rinunciare a me stessa, per guardare la realtà dal punto di vista di mia figlia, figlia di una situazione sociale e storica, completamente diversa dalla mia. Non sono sicura di essere riuscita nella rinuncia e nella perdita, ma, di certo, sono diventata una che guarda la Tv degli adolescenti.

IL SUCCESSO DI DE FILIPPI

I ragazzi come mia figlia non seguono le reti RAI, giudicate in malomodo e si sintonizzano quotidianamente su altri canali della televisione non a pagamento, che trasmettono musica, inglese e americana soprattutto, per 24 ore, alla guida dei deejay, presentatori giovani, che si esprimono in italiano, intervistando anche in inglese; sono ragazzi molto seguiti e amati, i quali cominciano in questi programmi una carriera, che poi può continuare nel mondo del cinema, della canzone, della televisione e dello spettacolo più vasto. Gli adolescenti apprezzano queste reti per varie ragioni, legate al loro mondo, al linguaggio generazionale e all'insieme dei codici comportamentali, estetici ed etici, che li fa sentire a casa e fra amici, quando vi entrano. Guardano anche la pubblicità, che qui non è *pallosa*, ma comica, ironica, accompagnata dalla loro musica e dai loro balli, insomma diversa da quella degli altri canali; persino i telegiornali vengono seguiti, perché sono organizzati in un altro modo: le notizie sono *flash*, presentate da ragazzi e con sottofondi musicali. Le trasmissioni, tipo *reality*, poi, in lingua inglese con i sottotitoli in italiano, presentano il mondo degli adolescenti britannici e americani, che incuriosisce i nostri ragazzi a livello conoscitivo e comparativo, li sentono più vicini e scoprono fragilità uguali o maggiori delle proprie.

La trasmissione di cui vorrei parlare, però, è su altri canali ancora ed è condotta da Maria De Filippi. Sarebbe interessante un confronto tra gli adolescenti americani dei canali precedenti e i protagonisti italiani, ma i critici sono le persone più adatte a portare avanti con competenza questo tipo di discorso, che implica conoscenze generali dell'impianto televisivo, in Italia e all'estero, che purtroppo non ho. A causa di queste mie incompetenze tralascio una presentazione generale dello specifico televisivo della trasmissione, per soffermarmi solo sull'aspetto didattico-educativo, marginale e forse estraneo nella coscienza dei suoi ideatori, comunque presente, poiché si tratta di una scuola. Il pro-

gramma appartiene al filone del *reality show* e sarebbe facilissimo denigrarlo in linea con quegli esperti, che così sintetizzano i meccanismi strutturali di simili trasmissioni: poche spese e grandi ascolti; concorrenti disponibili a tutto, anche a volgarità e meschinità, pur di diventare famosi nel mondo dello spettacolo; situazioni predeterminate con l'apparenza della casualità e della spontaneità; niente reality e solo show a basso costo, per dare una soddisfacente sistemazione ai palinsesti di molte reti televisive e per accontentare spettatori con un livello culturale basso.

Volendo aderire il più possibile *al punto di vista dei milioni di adolescenti*, che seguono il programma-scuola della De Filippi, desidero andare oltre queste critiche e operare delle aggiunte, che se non sono di approfondimento, almeno siano di superficie.

La valutazione. Questo programma televisivo è facilitato nel proporsi come show, perché è organizzato come una scuola, che prepara cantanti, ballerini e attori (tutti raccomandati?), i quali vengono valutati tanto nella specifica arte, a cui appartengono per scelta e per formazione, quanto nella disponibilità di apprendimento verso le altre forme artistiche, che costituiscono le materie della scuola.

SFIDE E COMPETIZIONE

Quello che io vedo con mia figlia, infatti, è uno spettacolo, che costituisce una specie di saggio-esame, preparato durante la settimana, valutato con un voto dagli insegnanti, i quali esprimono anche un giudizio generale sull'allievo e sul suo modo di seguire le lezioni, dimostrando di conoscerlo. Alle prestazioni degli alunni, nella prima parte dell'anno scolastico, si accompagnano quelle degli sfidanti esterni, che vengono valutati da un esperto, il quale può confermare la maggior bravura dello sfidato interno, oppure dare un voto maggiore allo sfidante esterno, che prende il posto del primo come alunno della scuola. Verso la fine dell'anno scolastico, poi, le sfide riguarderanno gli studenti interni, che hanno superato gli esami e sono stati promossi dagli insegnanti; in quest'ultima fase diventa decisivo il voto da casa, espresso per telefono, che decreterà il vincitore o la vincitrice dell'intera edizione. Nelle ultime puntate il destino degli ultimi alunni rimasti dipende dalle telefonate del pubblico, che guarda lo spettacolo, votando da casa e l'intera trasmissione si trasforma in un

campo di osservazione importante per il sociologo, che potrebbe derivarne uno studio sui telespettatori: perché non seguono il parere dei docenti e non votano i più bravi; perché preferiscono qualche alunno o alunna, senza tener conto delle critiche e degli attacchi del pubblico presente nello studio televisivo; se confondono l'aspetto fisico piacevole con la bravura; chi considerano bello o bella; chi, secondo loro, sa comunicare meglio; quale profilo tracciare dello spettatore di questa trasmissione per età, cultura, professione e stato sociale in genere...

Se è legittimo l'atteggiamento del sociologo, poiché la trasmissione coincide con una scuola e ha i tempi dell'anno scolastico, è consentito o è arbitrario guardarla anche con l'occhio dell'educatore? Non si può pretendere il rispetto del codice educativo in un *reality show* che, come tale, ha obiettivi commerciali? Si può pensare una trasmissione di grandissimo ascolto da parte degli adolescenti, come questa, tenendo conto dei loro bisogni principali, seguendo un tracciato educativo, lontano dall'uso dei ragazzi come merce di consumo?

Il sistema delle sfide, degli esami, delle eliminazioni e degli ingressi degli sfidanti, in teoria potrebbe far pensare ad una tortura psicofisica, ma seguendo le modalità pratiche, fase per fase, ho notato che nulla e nessuno sono lasciati in balia della semplice votazione degli insegnanti interni e degli esperti esterni, che ogni giudizio viene commentato in maniera aperta e che queste esperienze non lasciano ferite sanguinanti nei ragazzi, come al contrario avviene negli esami di maturità, che si sognano tutta la vita quali incubi. In tv gli esami sono vissuti come occasioni per conoscersi, crescere ed aprirsi agli altri; si versano lacrime quando un amico perde e deve lasciare la scuola, ma la settimana dopo lo spettatore nota che il nuovo arrivato si è inserito e non è escluso dai compagni, come invece succede quando uno straniero, uno zingaro, un alunno di colore o un disabile entrano nella classe di una scuola pubblica o privata, in modo particolare ad anno scolastico già iniziato. Il perdente, poi, può continuare a partecipare alla trasmissione e la conduttrice è molto attenta nel momento del saluto e della comunicazione del verdetto, come se conoscesse ciascun ragazzo e ogni adolescente, per cui cambia le sue espressioni, le parole e il tono a seconda dell'individuo. Forse in Tv lo si fa per finta, ma durante la settimana la scuola in questione favorisce esperienze d'integra-

zione: la disposizione dei compagni in una camera, la preparazione di un balletto, la scelta di una canzone o di un pezzo di teatro, una parola e l'atteggiamento dello staff al completo a favore dell'ultimo arrivato, i colloqui con il preside o con qualche docente, insomma l'intera programmazione didattica sembra orientata verso l'obiettivo integrativo. Gli insegnanti sono competenti tanto nella disciplina specifica, che nel modo in cui la insegnano; tengono al rapporto col ragazzo o con la ragazza, sono severi, pretendono il massimo e valutano quanto e come si apprende, intendendo per *come* non solo la qualità dell'impegno dell'individuo, ma anche la sua capacità e le sue modalità di relazionarsi con i compagni e con i professori. La valutazione è continua, durante la settimana e la sera dello spettacolo, viene compiuta ad alta voce e i ragazzi possono commentare e dire la propria opinione, che di rado consiste in una passiva accettazione, mentre più spesso diventa un breve personale commento, che aggiunge e aggiusta la valutazione degli insegnanti, integrandola con il punto di vista dell'allievo.

La conduttrice. La trasmissione prevede una presentatrice, Maria De Filippi, la quale, essendo la responsabile della scuola, conduce il programma, seguendo una sua modalità, lontana dalle frasi standard e dall'aspetto seduttivo dell'intrattenitore, che illudono, gonfiano ed enfaticizzano, per catturare l'attenzione dello spettatore, incuriosirlo e inchiodarlo in quel canale. Questa, invece, a suo agio con se stessa, spesso sembra aver addosso il vestito sbagliato, pur se di una grande firma, parla minimizzando il suo intervento, senza falsificare un tono di voce poco accattivante, semplifica i discorsi, accorcia le frasi e sceglie un atteggiamento che manda un solo messaggio: la responsabilità e l'attenzione nei confronti dell'altro: un'educatrice! Il suo continuo interesse per l'opinione di tutti (alunni, insegnanti, spettatori), a cui affida spesso il microfono, sapendo dosare i tempi d'intervento, scegliendo le persone, più polemiche e provocatorie che banali, stimolando reazioni, accettando lunghi silenzi, partecipando senza paura di schierarsi a difesa dei ragazzi, forse, è motivato solo dalla riuscita dello spettacolo, per elevare i livelli d'ascolto e vincere sul mercato. Forse, dietro l'originalità di una conduzione, c'è invece un copione da seguire, ben studiato dagli autori e interpretato con molta fedeltà dalla presentatrice; oppure la De Filippi, esperta di TV, sa utilizzare tutto, anche i bisogni più intimi di ognuno, pur di fare spettacolo, senza

curarsi di rubare il mestiere al diavolo, capace appunto di distruggere un'anima per i suoi fini.

Senza indagare sulle intenzioni, osservando solo l'apparenza del fenomeno, rimanendo in superficie, la presentatrice si dimostra capace di quella difficilissima misura tra vicino e lontano, formale e autentico, serio e giocoso, libero e diretto, spontaneo e costruito, innocente e consumato, intelligente e furbo, che determina la riuscita del dialogo. In quella trasmissione si dialoga molto e la presentatrice stimola i confronti e gli scontri. Anche se fosse tutto falso, ultrapreparato e voluto, gli interventi hanno una logica, a volte distruttiva, che l'interlocutore è invitato a controbattere e gli alunni, se vogliono essere *promossi* dal pubblico, oltre che dagli insegnanti, si trovano ad imparare l'arte del dialogo, che muove da un buon ascolto prima di tutto e che poi può diventare replica, silenzio o spiegazione. Quello che gli alunni apprendono d'importante è il superamento del negativo, infatti anche quando vengono offesi dal pubblico, fino alle lacrime (false? preparate?), risultano vincenti i ragazzi che sanno argomentare la propria difesa con misura, tenendo conto delle emozioni anche più violente, riconoscendo i propri limiti e riuscendo ad elaborare e comunicare risposte convincenti. La presentatrice li aiuta in questo senso, come una zia influente, come un'insegnante autorevole e come un adulto attento e dalla parte dei ragazzi.

IL GIUDIZIO COLLETTIVO

Gli interventi del pubblico, costituito per lo più da coetanei, ma sono presenti anche adulti, non sono tutti scontati (pro o contro qualcuno) e derivano dall'osservazione quotidiana del programma; chi parla, esprime un'opinione personale, ma dimostra di sapere molto degli alunni e di averli seguiti durante la preparazione settimanale; chi interviene, esprime una sua valutazione sulle capacità dell'alunno-artista, sul suo impegno, sul suo modo di rapportarsi agli altri e sulla persona in generale, sollevando dubbi e perplessità, basandosi su quanto e su come appare nelle riprese televisive. L'interrogato si trova di fronte ad analisi, a volte spietate, che mettono a nudo tutto di lui o di lei.

Lasciando in sospeso il dubbio se sia lecito fare questo alla televisione e se non sarebbe meglio affrontare certi argomenti con lo psicoanalista, l'interlocutore è di sicuro mosso da un alto interesse (è

pagato?) nei confronti della trasmissione in generale e di qualche alunno in particolare e la reazione che provoca è di grande stimolo per l'allievo/a, aspirante artista televisivo, che, scegliendo questo mestiere ha il dovere di tenere conto del punto di vista dello spettatore, imparando a gestire la comunicazione di se stesso, perché venga compreso dalla massa. Al di là, quindi, dei giudizi moralistici o di critica televisiva, trovo educativa la presenza del pubblico, che non si limita a battere le mani (a comando?) o ad esprimere i propri entusiasmi con scritte su striscioni (commissionati?), ma compie una specie di simulazione, importante per chi si sta formando in una scuola per aspiranti artisti televisivi. Sarà una presenza filtrata e selezionata (raccomandata?), ma è un modo di esserci e di partecipare al programma, che, tranne alcuni momenti fuorimisura, contribuisce alla formazione del futuro artista televisivo, portando la realtà, dando voce ai bisogni e al punto di vista dello spettatore, anche a quello più cinico.

La realtà, il confronto-scontro con i diversi aspetti della realtà: quello che manca ai nostri licei!

Qui il colloquio con l'insegnante significa interrogazione dal banco o vicino alla cattedra, singola o in gruppo, seguita da una valutazione, che consiste in un voto dato dall'insegnante, a volte di nascosto, con la mano davanti al registro, senza possibilità di contestazione e di dialogo con l'alunno e con l'intera classe, senza tenere conto del bisogno di giustizia, fortissimo negli adolescenti, spingendoli così o alla incazzatura o all'accettazione passiva, invece d'avviarli alla modalità del dialogo, senza educarli al confronto né con i compagni né con gli adulti. Risulta inspiegabile, poi, come si possa pretendere che questi alunni "maleducati" e "ignoranti" riguardo alle tecniche del dialogo possano condurre un loro collettivo o apprezzare l'intervento di un esperto, durante le assemblee. Quale docente o chi, adulto, li ha aiutati ad apprendere le regole della democrazia, facendo esperienze democratiche? Privati di questa educazione, gli studenti, repressi nelle ore cattedratiche precedenti o pazienti e comprensivi nei confronti di insegnanti insoddisfatti e malpagati, utilizzeranno quell'ora di collettivo solo per sfogarsi disordinatamente, come in un lungo intervallo e non andranno all'assemblea ad ascoltare l'esperto, vissuto come un altro insegnante, perdendo un'occasione educativa e portando ulteriori motivazioni a chi considera perdita di tempo simili spazi di

democrazia scolastica. Si studia il metodo socratico, ma solo per preparare l'interrogazione di filosofia, senza farlo diventare un argomento di laboratorio, dove si imparano le tecniche della democrazia. Anzi, se continua così, si arriverà ad una riforma scolastica che abolirà lo studio di Socrate come si voleva fare con Darwin: roba strana, di nessun interesse per gli svagati adolescenti, confusi da troppo sapere!

Genitori, parenti, amici. Un'altra componente basilare del programma televisivo è costituita dai genitori e dai parenti degli alunni, che sono presenti alla trasmissione insieme a tanti altri sostenitori, il cui intervento è stimolato (preparato, stabilito, costretto?) dalla conduttrice. Quando parlano i familiari il clima emotivo si surriscalda, perché si raccontano spesso storie di lunghe assenze da casa, addirittura di espatrio e di estreme difficoltà, oppure si focalizzano i problemi di incomprensione, che spesso dividono genitori e figli; le nonne ad esempio, sono richieste e vengono sollecitate ad intervenire per la notevole carica affettiva, che comunica nei confronti dei nipoti e dei giovani in genere. La conduttrice sembra molto attenta verso queste persone e nei confronti delle loro cose (in una trasmissione ha personalmente raccolto le borse di mamme e nonne, che si erano allontanate, riponendole in un posto sicuro) e cerca di facilitare la comunicazione tra amici, genitori e figli, giovani e vecchi, sorelle e fratelli; forse è mossa dalla maligna voglia di far spettacolo sulla pelle dei sentimenti altrui, che garantiscono un'impennata dello *share*, e forse è ingenuo pensare che tanta attenzione sia motivata dal bisogno di far conoscere meglio la personalità degli alunni e il loro ambiente familiare e sociale, ma il modo di relazionarsi (recitato?) alle famiglie, ai parenti e agli amici da parte della presentatrice segue i canoni del rispetto e della conoscenza emotivo-affettiva. Come se prendesse molto sul serio il suo compito-responsabilità di mediazione: tra scuola e pubblico, tra alunni e insegnanti, nei confronti degli alunni tra loro e tra il singolo e la sua famiglia. Sarà fatto ai fini del successo, facendo perdere la lucidità dietro fiumi di lacrime, ma all'apparenza sembra che si dia valore conoscitivo ai sentimenti e alle relazioni parentali.

Avviene l'opposto nei nostri licei, dove i genitori vengono convocati solo in casi gravi, per insufficienza di profitto o per lacune comportamentali, quando, al contrario, dovrebbero essere sentiti

almeno mensilmente dagli insegnanti, per organizzare una collaborazione, quale prevenzione degli insuccessi e degli abbandoni scolastici. In una società in trasformazione e quindi in crisi qual è la nostra, dove i vecchi valori contadini e operai sono stati cancellati da altri postindustriali, multietnici, omologati e globalizzati, difficile da accettare e da interiorizzare; in una realtà sociale ed economica in bilico tra un passato e un futuro oscuro, dove molte istituzioni traballano; in un mondo piccolo e tecnologico, dove anche un bimbo in età prescolare è in grado di azionare un personal computer, mettendosi in comunicazione con il meglio e con il peggio dell'umanità; in una terra, dove i popoli si difendono solo con la guerra, utilizzando armi sempre più sofisticate, capaci di distruzioni universali; qui ed ora la scuola è tornata a funzionare come nel dopoguerra, senza inventare forme di collaborazione reale e costante con le famiglie o con le persone di riferimento dei suoi alunni, bambini e adolescenti, diventati le persone più a rischio della nostra società.

Si pensa davvero che la scuola abbia la coscienza a posto, attaccando in bacheca l'orario di ricevimento dei professori o sopportando la presenza di volenterosi rappresentanti dei genitori, durante i consigli di classe? E' possibile che i gravi problemi disciplinari o di profitto vengano affrontati dagli insegnanti con la bocciatura, provocando l'abbandono scolastico? E i governanti, che attraverso le molteplici Commissioni di studio sui problemi del paese e del mondo conoscono lo stretto rapporto tra formazione e qualità del paese, che cosa aspettano, per dare alla scuola italiana la dignità economica, presupposto dell'altra Dignità educativa, mettendo in relazione stretta il mondo interno con quello esterno alla scuola? Per quanto tempo continueremo ad essere l'unico paese al mondo che ha abbassato l'età dell'obbligo scolastico e quello in Europa con il più basso numero di laureati?

IL TIFO E I DONI

I doni. Durante la trasmissione, i vari agenti (studenti, professori, conduttrice, tecnici, danzatori professionisti, alcuni dei quali sono ex studenti, pubblico, ospiti) si mettono in relazione e comunicano non solo con la parola, ma anche con una ricca gestualità e con alcuni oggetti. Se le critiche, distruttive e costruttive, vengono direttamente

argomentate e discusse, gli entusiasmi nei confronti di studenti e professori, invece, sono dimostrati anche in silenzio, con l'aiuto e la mediazione di qualcosa, che di solito consiste o in uno striscione o in un dono come un *peluche*, un fiore o altri ninoli. Chi è in contatto con gli adolescenti o semplicemente chi ricorda la sua adolescenza non farà fatica a riconoscere nel linguaggio e nella grafica degli striscioni i sentimenti esagerati, tanto nella forma che nel contenuto, di solito nascosti dentro le pagine del diario personale e talvolta trasferiti anche nel diario scolastico; si tratta di frasi con cui l'autore-autrice cerca di incoraggiare il suo o la sua studente preferita, impegnata in un esame o in una sfida, con espressioni di lode e con l'esaltazione di sue qualità. L'elogio è spesso in rima e il suo contenuto assomiglia a un miscuglio di proverbi popolari, di canzoni d'amore e di accenni poetici. Ricordo quelli più semplici: Dalle Alpi alle Ande/un urlo si espande/ Sabri sei grande!, oppure Quando balli/tutte le stelle accendi..., o anche 6 forte/6 grande/6 un tipo tutto OK/resta sempre come 6.

Non importa se le rime sono elementari, interessante è la foga emotiva che i ragazzi hanno cercato di contenere e più interessante, per capire i tempi, è il fatto che una telecamera ci si soffermi per qualche attimo, facendo diventare oggetto di comunicazione nazionale quello che fino a pochi anni fa veniva nascosto nell'angolo più segreto del diario, letto solo a se stessi. E perché si comprenda bene il contenuto, disegnato a volte in modo poco chiaro, la conduttrice lo legge, dando voce allo scritto, rafforzando quindi la comunicazione del mondo emotivo degli adolescenti, anche di quelli meno scolarizzati, che non sono bravi a scrivere (solo per riempire momenti morti? Per prenderli in giro?). Le sconfitte, le uscite, le vittorie, le sfide e i saluti vengono accompagnate da baci, abbracci, pianti, sospiri, tremiti e la più vasta gamma gestuale, che gli adolescenti scambiano tra loro e con gli adulti di riferimento.

TUTTO QUELLO CHE LA SCUOLA NON PERMETTE

Agli studenti è concesso di tenere tra le mani qualche portafortuna e di accettare doni dal pubblico presente, per materializzare una relazione di simpatia senza bisogno di tanti discorsi.

Questa è la differenza più grande tra la scuola

ufficiale e la televisiva. Gli adolescenti a scuola nascondono sulle scale, sui corridoi, sotto il banco o al gabinetto le contingenze e i simboli dell'emo-tività e di un'affettività, azzerate in classe, eppure così ricche e straripanti in questa fase della vita, da diventare la causa prima di ogni altra azione e il vero motore di tutte le scelte o della loro assenza, fino ai disagi, che portano anche all'abbandono scolastico, alla tossicodipendenza e alla criminalità. Com'è possibile che a scuola il bagaglio emotivo-affettivo dei nostri adolescenti non trovi accoglienza in classe come il più importante argomento di studio e di meditazione?

Qualche istituzione scolastica fortunata si avvale della presenza di uno psicologo una volta la settimana, che fa lustro alla struttura, ma non risolve il problema: come può affrontare da solo difficoltà di tanti alunni, come la separazione dei genitori, l'incomprensione di una madre, il litigio con una compagna, l'indifferenza e l'ostilità di un gruppo, l'ingiustizia di un professore, il tentativo di uno stupro, la voglia di morire, la dipendenza dalla droga...? Senza arrivare all'apice della problematicità emotiva, vissuta dagli adolescenti, perché a scuola i nostri ragazzi non fanno esperienze didattiche di educazione emotiva?

Essendo una trasmissione molto seguita dagli adolescenti, mi domando che collegamenti operino i giovani ascoltatori tra questa scuola e la loro; penseranno che la scuola della trasmissione è valida, stimolante, divertente e severa nello stesso tempo, perché fa parte di un programma televisivo e perché è una specie di *fiction*? Lo considerano uno spettacolo preparato, dove gli insegnanti sono attori, che fanno la parte dei bravi docenti e che in realtà potrebbero essere pessime persone? Oppure, accettando la natura *reality* del programma, penseranno che solo fra artisti si trovano insegnanti attraenti e attenti a tutte le componenti della personalità di un alunno, compreso il corpo? Penseranno che, siccome la rete è privata, ci vogliono molti soldi *privati* per pagare insegnanti così preparati, mentre essendo pubblica la scuola che frequentano, non si può pretendere troppo da insegnanti poco pagati? Penseranno che le materie insegnate al liceo sono noiose ed estranee e che quelle coinvolgenti sono alla televisione, dove la competenza del docente è confortata da un'*équipe* di tecnici, in mezzo alla tecnologia più avanzata? Penseranno alla De Filippi come alla nuova figura professionale che ci vorrebbe nelle

scuole? Cosa penseranno i milioni di adolescenti, fedeli spettatori di questa trasmissione?

Forse le domande rimangono nel loro inconscio, perché, forti razionalmente, gli adolescenti comprendono l'impossibilità del confronto e vivono quella come una trasmissione televisiva e basta, mentre la scuola, per loro è un'altra cosa dalla Tv.

Eppure ciò che fa la fortuna della trasmissione, accanto alla pubblicità e a tutte le invenzioni del mercato e del *reality show*, è, credo, il trasferimento del sapere educativo al servizio del programma televisivo. Forse è un'impressione volutamente costruita, come la componente *reality* del programma, ma seguendo si immagina che vi si applichino le teorie di Dewey, dall'imparare facendo, all'organizzazione democratica dell'istituzione; che si conoscano i principi psicoanalitici, da Freud alla Dolto, passando per Piaget; che si seguano le teorie dell'*intelligenza emotiva* di Goleman e quelle delle *intelligenze multiple* di Gardner; che si aspiri all'apertura di Aldo Capitini; che si accettino i consigli di Winnicott e che insomma si rispetti l'intera letteratura psicopedagogica.

Forse è un abbaglio, non esiste questo bagaglio culturale, necessario al buon insegnante, e il programma televisivo è partito semplicemente da un'analisi di mercato precisa sui bisogni degli adolescenti e sulle caratteristiche del loro mondo e del loro tempo, come si fa in qualsiasi programma televisivo, che si voglia di successo. Può darsi, poi, che gli ideatori abbiano solo copiato una trasmissione riuscita in un altro paese, adattandola al nostro, imparando bene la lezione. Sicuramente il loro obiettivo non è educativo, ma commerciale e ogni iniziativa, come l'intera struttura del programma mira, al più alto livello d'ascolto. Rinunciare al punto di vista educativo?

Se è una trasmissione seguita da milioni d'adolescenti, risponderà a qualche loro bisogno e non può essere giudicata negativamente dai genitori e dagli insegnanti, fino al rifiuto, quasi costituisca il contraltare della famiglia e della scuola, come a voler mettere i ragazzi di fronte alla scelta con me o contro di me, salvi o dannati. Perché operare una divisione nell'essere dei ragazzi tra le componenti della loro personalità di figlio, d'alunno e di spettatore? Perché non utilizzare questo programma per un esercizio di dialogo?

In attesa che ciascuno trovi la risposta, legata alla singolarità della propria esperienza...mi guardo un poco di televisione con i ragazzi! ●

La mercificazione della fantasia

>> Francesca Borruso

1 *a scomparsa dell'infanzia* di Postman, datato 1984, ci consegna una fra le analisi più spietate e preoccupanti sugli effetti che la televisione può avere sui bambini, principali fruitori di una comunicazione multimediale che oggi, ancora più di prima, è presente in maniera significativa nella loro vita. Il problema principale per l'Autore è dato non solo dalla formulazione di messaggi stereotipati ed elementari capaci di sollecitare solo suggestioni ed emozioni che mortificano la riflessione e l'analisi, ma anche dall'assenza di distinzione tra le diverse tipologie di pubblico che porterà, a quella che Postman definisce, la "fine dell'infanzia".

Sono passati 20 anni da quel libro, per fortuna solo in parte profetico, e volendo analizzare cosa significhi oggi, in un mondo globalizzato e post moderno, la televisione per i bambini, ci siamo rivolti ad una attenta osservatrice del fenomeno, Marina D'Amato, docente di Sociologia presso l'università di Roma Tre. Da anni Marina D'Amato indaga non solo l'immaginario televisivo proposto ai bambini, ma da quest'ultimo trae anche l'immagine che una determinata cultura ha dell'infanzia, più o meno consapevolmente.

La televisione è presente in maniera significativa nella vita del bambino, anzi più precisamente è oggetto di consumo quotidiano continuo. Ma quanta televisione vedono i bambini e soprattutto perché è una questione di così centrale importanza il rapporto che i bambini instaurano con la televisione?

Ritengo che il rapporto che lega i bambini alla televisione sia la sintesi di tutte le questioni che concernono la fruizione televisiva, gli effetti, i suoi contenuti. La questione è emblematicamente importante perché i bambini e i ragazzi sono i più grandi utenti di televisione: la guardano più di tutti

e per più tempo di tutti. Le statistiche spesso contraddittorie a seconda se riportate dalle indagini multiscopo dell'Istat o rilevate dall'Auditel, dimostrano comunque che l'utenza privilegiata della Tv è quella compresa tra i 9 e i 15 anni. La guardano anche per più tempo di tutti, almeno 2 ore al giorno. Inoltre intorno ai bambini nel nostro Paese si è sviluppata a causa della Tv una diffusa "preoccupazione" da parte delle famiglie e delle emittenti stesse (basti pensare che esistono in Italia 11 codici di autoregolamentazione dei media!) per cui assistiamo da qualche anno ad un florilegio di studi e ricerche che mettono in evidenza influenze più o meno negative e che tracciano correlazioni continue tra rendimento scolastico, obesità, vista o nevrosi con la fruizione televisiva.

Le frequenti immagini di violenza, i cartoni animati come Pokémon e Digimon che combattono e si lasciano andare a grandi efferatezze, il gusto per l'orrido veicolato con compiacimento dalla Tv, sono ritenuti responsabili di creare nei giovani spettatori comportamenti imitativi. Pensa che esista una correlazione positiva tra la fruizione televisiva e l'interiorizzazione di atteggiamenti che possono tradursi in vere e proprie modalità comportamentali?

Da tutti gli studi fatti emerge il grande dibattito su tale questione. La prima ricerca nota sull'influenza che l'immagine trasmessa può esercitare sulle menti e quindi sugli atteggiamenti dei bambini, risale al 1933 e concerne il cinema muto. Il governo degli Stati Uniti diede incarico alla Payne Foundation di rilevare la possibile influenza nei comportamenti dei bambini esposti alle immagini della nascente industria cinematografica, in relazione ad un gruppo di bambini che non aveva mai visto lo schermo. Quella ricerca mise in evidenza che non si poteva parlare di una correlazione positiva fra la fruizione cinemato-

grafica e i comportamenti. In contraddizione con le teorie dei mezzi di comunicazione di massa che ritenevano l'individuo isolato e vulnerabile di fronte allo schermo, la Payne Foundation affermò il contrario. Che dire? Da allora si contano più di 3.500 indagini su questo tema e, soprattutto ad opera degli psicologi, un importante filone di queste ricerche valuta affermativamente l'influenza subita dalle immagini nella memoria a breve termine. Esiste anche un rilevante e cospicuo apparato di indagine che invece non osserva cambiamenti di atteggiamenti nella memoria di lungo periodo e su questo versante i sociologi più attenti, a cominciare dalla studiosa Margareth Himmelweith, nel 1958 nelle scuole britanniche, definì l'inconsistenza di una sinergia tra scarsi risultati scolastici e maggiore fruizione televisiva. Rimase il dubbio, allora come oggi, della circolarità della questione: chi guarda più la tv va peggio a scuola o chi va peggio a scuola guarda di più la tv? Direi in sostanza che gli psicologi che studiano per lo più situazioni problematiche, trovano più facilmente correlazioni positive; i sociologi che considerano la Tv una delle tante variabili che concorrono al processo di socializzazione, pensano che la fruizione televisiva sia parte di un contesto più ampio e che sia difficile, se non impossibile, considerare solo la tv come elemento dirompente dei comportamenti.

Però Lei nei suoi testi - penso a I Teleroi o a Lo schermo incantato - afferma che anche se non si può parlare di una correlazione vera e propria tra Tv ed interiorizzazione di modelli di condotta, la televisione comunque è un modello di conoscenza e una proposta di esperienza: dalla tv si apprende a parlare di sentimenti, a risolvere problemi, insomma in una parola sola si impara a "pensare il mondo". Può parlarci più diffusamente di questo fenomeno?

Ritengo che un fenomeno nuovo e ancora poco studiato e che costituisce da anni il percorso dei miei studi, concerne la planetarizzazione della fantasia e che questo abbia grande importanza per comprendere stili di vita, mode, gusti, atteggiamenti dei giovanissimi di oggi. Per la prima volta nella storia dell'umanità, circa 1 miliardo e 700 mila persone conoscono gli stessi eroi, frequentano con la fantasia lo stesso

immaginario, partecipano delle stesse nuove storie. Non era mai accaduto prima, quando ogni fiaba serviva localmente alla comunità degli adulti a raccontare alla generazione seguente il senso del proprio passato ponendo le basi mitiche del futuro da condividere. Queste comunità rappresentate dalle fiabe come elementi di sintesi di miti, valori e modelli di comportamento stanno venendo meno ovunque sostituite sempre più da racconti che per piacere a tutti non appartengono più alle specifiche culture di nessuno. La novità dell'immaginario collettivo teletraspresso si implementa a livello globale a partire dagli anni '70 e si rappresenta con mitiche forme religiose che traggono la loro espressione dalle case produttrici di programmi stessi. Il 54% dell'immaginario collettivo è ancora prodotto negli USA ed è l'etica protestante e lo sguardo del capitalismo che la anima, l'elemento forte della maggiore parte della telefantasia proposta. Il 17% dell'immaginario globale è prodotto in Giappone ed in questo caso lo shintoismo giapponese con il mito del samurai, il culto degli antenati, la fusione con la natura, sono gli elementi che più caratterizzano ogni storia dei cartoni animati. Esiste ancora un mondo di storie che pensate in Europa e realizzate in Corea hanno spesso l'impossibilità di un riferimento etico decifrabile. Se un problema nuovo esiste nella programmazione per l'infanzia questo è proprio dato dalla globalizzazione e commistione di codici etici indecifrabili.

L'annuale festival di Positano, "Cartoons on the Bay", anche quest'anno ha premiato prodotti orientati ad una progettualità educativa, che non veicolano solo facili identificazioni sentimentali,



ma danno spazio e valore alle capacità cognitive e riflessive del bambino. Penso al cartoon indiano Io e Raju o ai cartoni di Altan dove hanno cittadinanza fantasia, colori, immaginazione, riflessione. Si tratta di una qualità riscontrabile anche nell'attuale Tv per ragazzi ovvero è appannaggio di una élite "di addetti ai lavori" destinata a restare marginale rispetto al grande circuito distributivo?

Certo "Cartoons on the Bay" celebra non solo il cartone d'autore, che purtroppo non può avere per ragioni di mercato la stessa estensione dei Pokémon, ma anche realtà culturali e geografiche che difficilmente entrano nel grande circuito, soprattutto a causa del monopolio delle case di distribuzione. In atto quello che notiamo è comunque un importante segnale di inversione di tendenza, almeno per il pubblico dei bambini italiani. Leggi e raccomandazioni dell'Unione Europea hanno indotto i programmisti nostrani a mandare in onda e a promuovere sempre più storie nate in Italia e in Europa e con una maggiore vocazione pedagogica. In televisione già dal 1995 possiamo dire che rinasce la Tv dei ragazzi, almeno in Rai dove si lavora sulla qualità e tipologia dei programmi riducendo anche il numero degli spot. I palinsesti appaiono ricchi di trasmissioni che mirano ad un coinvolgimento attivo e alla riflessione: ad esempio, negli anni '90 ricordo su Rai 1 Solletico (terminato nel '99), pensato per il target 6-12 anni, o L'Albero azzurro rivolto ai bambini in età prescolare e avviato con la consulenza della Facoltà di Pedagogia dell'Università di Bologna. Ma anche merita menzione il filone pedagogico di Rai 2 che, pochi anni fa, con il programma www.boysandgirls.com coinvolse i giovanissimi nella dimensione digitale per le interconnessioni con la rete di Internet, favorendo quella interazione che obbliga il navigatore ad effettuare scelte e riflessioni quale partner attivo nella comunicazione.

Per quanto concerne la programmazione Rai, qual è la logica che ispira l'attuale televisione per ragazzi?

La Rai del terzo millennio sembra riconoscere due importanti fasce d'età: i più piccoli (3-6 anni) e gli adolescenti. Per i più piccoli c'è La Melevisione oggi in onda su Rai 3 che offre una pluralità di linguaggi espressivi, fino a qualche anno fa dif-

ficilmente presente in televisione. Ed anche Rai 2, a cui oggi è affidato il pubblico dei giovanissimi, tocca punte alte di share con le giovani fatine modaiole di Winx Club, primo cartone italiano ampiamente venduto negli Stati Uniti, prodotto da una giovane società marchigiana. Si capisce che si tratta di una Tv per ragazzi pensata e progettata per "educare divertendo" e non semplicemente per "svagare". Una novità significativa nell'ambito della Tv per ragazzi è data dalle reti tematiche, che si specializzano in funzione di pubblici diversificati per gusti ed età, e i bambini diventano così i nuovi soggetti protagonisti del *video on demand*. Il trend è importante perché diversificare le proposte in base al target di destinazione del prodotto, significa non solo prendere coscienza della specificità dell'infanzia, ma anche offrire un immaginario attento al pluralismo dei valori che più connotano la formazione di una identità plurale ed aperta.

Anche la linea editoriale delle reti private, penso a Mediaset, prevede un'ampia proposta di cartoons e telefilm, quotidianamente trasmessi e destinati a bambini ed adolescenti. Cosa ne pensa dell'attuale programmazione?

Anche le reti private, su tutte Mediaset, hanno una consolidata proposta di cartoni animati, ma con una particolarità. Dalla fine degli anni '80 inizia un'accorta sinergia di mercato con le industrie dei giocattoli che producono gli eroi protagonisti delle storie sotto forma di pupazzi e che intorno ad essi costruiscono un sistema di oggetti e *gadgets* che si sviluppa rapidamente. Nasce così un nuovo modo di fare televisione dell'immaginario globale: dalla fantasia alla cosa che immediatamente la concretizza. Le reti commerciali cominciano ad offrire un prodotto "totale" che trasforma il mondo della fantasia, degli eroi, dei giocattoli. Si tratta di un meccanismo che ha portato, a mio avviso, ad una vera e propria reificazione della fantasia dei bambini, i quali pensano che per giocare è necessario possedere l'eroe.

La ricerca dell'ascolto sembra pervadere l'ottica di tutti i programmisti, le scelte sono determinate sempre di più dagli introiti delle inserzioni pubblicitarie, e la sinergia tra il mondo delle cose e la fantasia si fa sempre più evidente. Mantenere la logica di "educare divertendo" diventa difficile di fronte a quella di "svagare vendendo".

Voci televisive

>> Annarita Burgi

Il recente film del giovane regista Alex Infascelli (1), *Il siero della vanità*, riapre il dibattito su una vecchia questione: quanto e come la televisione è la rappresentazione della realtà che ci circonda? In che modo analizza e spiega la nostra società? Al di là delle opinioni tutt'altro che concordi sul film (2) quello che è importante, a mio parere, è che il regista parli della televisione dal di dentro (3); quello che conta è che questo mezzo di comunicazione sia presentato, qui, come specchio, più o meno deformante, della realtà: una realtà dibattuta, intervistata, documentata a seconda dei casi e delle esigenze, ma sempre raccontata. Il personaggio di Sonia, sebbene sia in alcune parti esasperato, ricorda molto quelli a cui siamo abituati: i vari conduttori televisivi che concentrano l'attenzione di noi, semplici telespettatori, sull'argomento più importante del momento. L'idea è che, tramite la tv, alcuni aspetti della realtà siano amplificati come se si trovassero all'interno di una cassa da risonanza. Come avviene tutto questo? Il merito va a tanti fattori coadiuvanti oltre che, naturalmente, alla scelta di un linguaggio appropriato. Facciamo qualche precisazione.

La televisione ci mostra quotidianamente un ampio repertorio espressivo. Tra le varie trasmissioni che ci propone si passa con facilità da un linguaggio politico ad uno religioso; da uno specialistico-scientifico ad uno tipicamente giornalistico. La scelta dei termini, le modalità espressive, le tecniche oratorie sono piegate, a seconda dei casi e del contesto, al "genere letterario" (4) cui la trasmissione in questione appartiene. L'obiettivo primario è sempre lo stesso: catturare l'attenzione dello spettatore (5). Il linguaggio, dunque, adoperato nei singoli casi necessita di una specializzazione. Ma cosa si intende esattamente per linguaggio? Diamo qualche definizione. Nell'uso comune, è sinonimo di lingua, cioè di idioma parlato da un'etnia, da un popolo. Nel processo della comunicazione (6) il linguaggio non è altro che una codificazione, ossia un processo con il quale il pensiero del soggetto (promotore) assume una certa forma in modo da poter essere trasmesso, con un *medium*, ad un altro soggetto (recettore); quest'ultimo decodifica il pensiero originale e lo interpreta.

Attraverso la codificazione perciò il pensiero si trasforma in linguaggio che si distingue nettamente in due forme espressive: la prosa e la poesia, l'uno più usuale per la comunicazione e l'informazione scritta, l'altro dotato spesso di espedienti retorici; l'uno che si propone come obbiettivo il discorso chiaro ed inequivocabile, l'altro che si trova soggetto a regole, esigenze di ritmo ed eleganze formali.

Credo sia indispensabile, a questo punto, fare un passo indietro nella storia compiendo un breve *excursus* per individuare le tappe fondamentali dell'evoluzione e della classificazione del linguaggio.

Agli albori della storia, i nostri progenitori, ritenendo la scrittura un atto quasi magico e conferendole carattere sacrale, la rivestivano di dignità poetica. Questo è il motivo per cui i testi più antichi che abbiamo a disposizione o di cui abbiamo notizia sono in poesia: componimenti religiosi, formule sacre e poemi. Gli specialisti del canto (naturale evoluzione dei cantori mitici (7), gli aedi, cantavano dalle semplici narrazioni di imprese storicamente attestate, quasi resoconti di battaglie, alle celebrazioni leggendarie, una volta che i contorni precisi dei fatti erano stati cancellati. Il poeta è, dunque, colui che canta per investitura divina. Oggi, dopo oltre due millenni, la prosa domina largamente il campo della comunicazione scritta, avendo relegato quella in versi ad un settore decisamente ristretto. Il mio obbiettivo, però, almeno per il momento, non è tanto quello di mostrare lo scarso impiego della poesia come mezzo di comunicazione quanto quello di sottolineare, come la lingua scritta e non quella parlata abbia assunto, all'interno delle maggiori e forse più diffuse trasmissioni televisive, un ruolo predominante, almeno con la prima fase di diffusione della tv.

INFORMAZIONE, APPROFONDIMENTO, INTRATTENIMENTO

L'esempio più chiaro di predominio del linguaggio scritto su quello parlato mi sembra che sia costituito dalle trasmissioni di informazione.

Mi riferisco a programmi come Sfera su La7, TG

2 Costume e Società o Report su Rai3, in cui la documentazione, la ricerca e l'approfondimento diventano estremamente importanti tanto che mi sembra quasi superfluo chiedersi quale tipo di linguaggio adoperino.

Per altri casi, invece, questa supremazia non è così evidente. Come valido esempio possono essere considerati, a mio parere, i Tg. Riflettiamoci un attimo: l'Ansa scrive le notizie e le diffonde alle varie agenzie mentre il giornalista scrive un testo. Alcune delle notizie che noi ascoltiamo vengono semplicemente lette (esattamente come nello storico giornale radio), altre sono, invece, coadiuvate da una serie di elementi. Mi riferisco ai brevi filmati che, dotati di immagini o di suoni (musica o rumori a seconda dei casi e delle esigenze) sono semplicemente commentati dallo *speaker* di turno. Ecco come il testo scritto e gli artifici che gli si affiancano assumono un ruolo predominante rispetto all'improvvisazione di un discorso "parlato".

Le medesime conclusioni si potrebbero trarre anche a proposito delle interviste. L'intervista, che è una delle forme espressive più usate in qualsiasi tipo di trasmissione (8), risulta, però, interessante solo se il giornalista è pratico del suo lavoro, evitando che le sue domande trasformino il suo intervento in un monologo, ma, nello stesso tempo, che le sue interruzioni frequenti facciano perdere l'unità del discorso. Non bisogna dimenticare, comunque, che esistono, oltre alle interviste chiuse (ove è evidente che il testo scritto predomina), quelle aperte (o libere) che si verificano quando l'intervistato non è a conoscenza delle domande dell'intervistatore. Solo in quest'ultimo caso il "parlato" acquista maggiore rilevanza rispetto allo "scritto".

Forse un esempio più eclatante può essere il caso di quelli che, usando un termine inglese, sono definiti *talk show* (9), i dibattiti. Discutere un qualsiasi tema può apparire, a prima vista, semplice, ma, ad un'analisi più approfondita risulta che l'organizzazione cela, inevitabilmente, delle difficoltà. All'organizzatore si propone subito una scelta su due fronti: tema da affrontare e selezione dei partecipanti. In questo tipo di trasmissioni il ruolo di primo piano spetta, ovviamente, al "moderatore" (10) che deve possedere una personalità tale da condurre la discussione in termini comprensibili, evitando che i partecipanti parlino contemporaneamente sovrapponendo le loro voci e, soprattutto, le loro opinioni.

Il moderatore, che, seguendo l'etica professionale,

non dovrebbe mai esprimere proprie opinioni, né far sue quelle di qualche partecipante, deve conferire un ritmo e far progredire il dibattito, in modo da trovare, in qualche modo, una conclusione al tema preso in esame. In questo contesto diventa indispensabile la ripetizione per semplificare le tesi spesso esposte dai partecipanti in forma complicata e con il frequente ausilio di termini difficili, è indispensabile, dunque, l'abilità oratoria, oltre che la capacità di sintesi e di analisi, del "moderatore". Anche in trasmissioni di questo genere, dove è più difficile stabilire la "quantità" di scritto e parlato presente, è inevitabile notare l'importanza che viene conferita al testo che assume la funzione di linea guida, diventa una sorta di "filo di Arianna" che impedisce agli interlocutori di "perdersi" in discorsi senza fine.

LA VITA IN TV

Tutti gli esempi citati fino a questo momento sono stati accuratamente scelti perché fanno riferimento ad un tipo di trasmissioni in cui è ancora possibile individuare un "canovaccio", uno schema a cui fare costante riferimento, una linea guida da seguire scrupolosamente. Ma non sempre è così. Le trasmissioni televisive, infatti, stanno subendo, soprattutto negli ultimi anni, profonde trasformazioni. Faccio alcuni esempi. I numerosissimi *reality show* che affollano la scena televisiva, trasmissioni come *L'isola dei famosi* o *Il Grande fratello*, sono esempi lampanti dell'incalzare di una nuova tendenza: minore attenzione al testo, alla programmazione, perdita di vista dell'idea generale. Le medesime conclusioni si possono raggiungere ricordando ancora la *Corrida* o l'ormai storico *Maurizio Costanzo Show*, in cui il numero elevatissimo di "puntate", la presenza del pubblico in sala in grado di poter intervenire in qualsiasi momento, la quantità degli ospiti, spesso alla ricerca esclusiva di fama e notorietà, trasformano spesso la scena in un informe accalcarsi di personaggi più o meno rilevanti e più o meno abili. Per maggiore chiarezza si rende necessario un salto nel passato che permetta di sottolineare le diversità tra la tv di ieri e quella di oggi.

TRA IERI ED OGGI

Le prime trasmissioni televisive coprivano soltanto poche ore della giornata. Con il passare degli

anni, la specializzazione delle tecniche, la diffusione della tv nelle case degli italiani, il consenso e l'approvazione raccolta da questo nuovo *medium*, hanno portato la Rai, ancora padrona indiscussa della scena, a trovarsi nella necessità di coprire, con giornali radio e trasmissioni di ogni genere, l'intero arco delle giornate. E' immediata la constatazione che l'aumento delle ore di programmazione ha portato necessariamente ad una diminuzione di medialità e di attenzione per i testi delle singole trasmissioni.

Questo il primo fondamentale passaggio.

Una successiva e decisiva trasformazione si è avuta negli anni '80 e '90 con l'avvento della tv commerciale, quando cioè il numero molto elevato delle emittenti e quello altrettanto alto dei presentatori o degli aspiranti uomini dello spettacolo ha portato ad una competitività tale da delineare come ulteriore metro d'impiego non tanto il testo, quanto la capacità del parlante di attirare l'attenzione dello spettatore su di sé, di essere più bravo del suo concorrente.

Possiamo dunque concludere che la televisione dei nostri giorni rappresenta una inversione di tendenza rispetto alle origini del linguaggio che aveva realizzato un passaggio dalla lingua parlata a quella scritta, dalla improvvisazione alla programmazione, insomma dalla oralità al testo? Non esattamente. All'interno delle varie trasmissioni televisive i fattori coadiuvanti sono talmente numerosi da non essere più schematizzabili nella rigida classificazione scritto-parlato.

Mi pare, infatti, che la televisione, dopo aver partecipato alla diffusione della lingua italiana (11), stia cercando di trovare una sua identità nella creazione di un nuovo linguaggio, diverso da quelli precedenti perché supportato da tecniche completamente differenti, un linguaggio in cui si fondono insieme abilità e tecnica oratoria del "parlante", giornalista o uomo di spettacolo che sia, e supporto scritto che, in molti casi, appare è indispensabile. Scritto e parlato non sono, dunque, sufficienti. Perché una trasmissione televisiva sia di effetto diventa indispensabile saper gestire la regia degli eventi mostrando l'immediatezza dell'oggetto da comunicare. Si va incontro, quindi, ad un nuovo linguaggio, più specifico, più appropriato alla nostra società: un linguaggio televisivo.

Esattamente come la lingua omerica, fase prima della lingua letteraria, non può essere pensata se non come punto d'arrivo delle tradizioni orali precedenti dal momento che non è concepibile che un

materiale così articolato e complesso possa collocarsi all'inizio del panorama letterario, così anche il linguaggio televisivo trova la sua definizione dalle forme letterarie precedenti piegandole alle sue necessità. Il linguaggio televisivo diventa, dunque, un linguaggio globale (12); un linguaggio che ha la capacità di sintetizzare insieme le forme di comunicazione più note mutuando da ciascuna soltanto alcuni aspetti, quelli che servono al suo scopo: attirare l'attenzione, "colpire" lo spettatore. ●

NOTE

(1) Alex Infascelli, nato a Roma nel 1967 ha diretto il suo primo film, *Almost blue*, nel 2000, film con cui ha ottenuto numerosi riconoscimenti.

(2) Una per tutte è la critica piuttosto negativa di Fabio Ferzetti che ne *Il Messaggero* del 16 aprile 2004 scrive: "(...) Nulla che non avessimo già sentito mille volte. Condito dalle immancabili volgarità scodellate con la scusa della satira. Vecchio problema: per fare denuncia spesso si finisce col parlare lo stesso linguaggio di chi dovrebbe essere messo all'indice. Del resto, ad avvicinarsi troppo alla tv si rischia di caderci dentro".

(3) Lo stesso Infascelli del suo film dice: "non è un film sulla tv, piuttosto un film nella tv".

(4) In realtà la suddivisione delle trasmissioni televisive in "generi" è stata persa, in parte, nell'ultimo periodo, essendo stati privati i singoli programmi dei loro caratteri peculiari per l'introduzione dei cosiddetti "programmi contenitore", oltre che per la commistione tra programmi di generi differenti. Un esempio per tutti è *Report* di Milena Gabanelli su Rai3 che addirittura fa precedere le inchieste da una *pièce* teatrale di alto livello.

(5) In questo senso potrei dire che sono confluite nelle trasmissioni televisive le tecniche oratorie dei retori della Roma antica oltre che le abilità di persuasione dei sofisti greci del VI secolo che provocarono tanto scalpore.

(6) La definizione è di G. L. Pezza, pubblicitista, che, nato ad Udine nel 1931, vive a Roma. Tra le sue pubblicazioni ricordiamo: *Linguaggio radiofonico e televisivo*, Ed. Istituto di pubblicismo, Roma 1999 e *Analisi del linguaggio radiofonico*, in *La Chiesa dell'aria*, Edizioni Paoline, 1981 oltre che numerosi articoli in materia di Sociologia delle Comunicazioni su riviste e pubblicazioni specializzate.

(7) Il cantore fu quasi certamente l'eroe che aveva guidato un'impresa o che almeno vi aveva preso parte. L'obiettivo era quello di far acquisire ai giovani, insieme alla spiccata manualità e destrezza nell'uso delle armi, anche una indispensabile abilità musicale.

(8) La sua diffusione dipende dalla sua estrema duttilità, qualità che la porta ad adattarsi a qualsiasi argomento: un politico che ha presentato una proposta di legge, un personaggio dello spettacolo che ha vinto un premio, un campione sportivo e così via.

(9) A questo proposito va necessariamente ricordato il Convegno dei cinque, trasmissione iniziata nel 1947 e continuata fino alla fine degli anni '60.

(10) La definizione è sempre di Gian Luigi Pezza.

(11) La televisione, a partire dal 1954, ha dato un grande contributo al processo di unificazione linguistica. Il corso di alfabetizzazione Non è mai troppo tardi contribuì, come del resto anche altri programmi, ad unificare linguisticamente un Paese che, alla fine della seconda guerra mondiale, parlava ancora i suoi diversissimi dialetti, e non si capiva. Tale processo era, comunque, già stato avviato da numerosi fattori sociali quali: diffusione della scuola, obbligo del servizio di leva, grandi immigrazioni interne delle campagne verso le città, sviluppo della letteratura popolare.

(12) Sul timore che questo "linguaggio globale" provochi degli "esclusi" cfr. L'intervista ad Enrico Ghezzi, Bologna, *Future Show*, 11 aprile 1997 (l'intervista è stata pubblicata, tra l'altro, su: www.mediamente.rai.it).

Tv commerciale e poi ancora tv

>> Serena Maretto

La comunicazione televisiva, dal 1954 ad oggi, ha avuto una crescita rapidissima, rendendo la tv il primo *medium* per importanza pubblicitaria.

La pubblicità televisiva nasce quarant'anni fa con il tanto discusso e amato Carosello. Da quel momento ha attraversato uno sviluppo forte e, per determinati aspetti, agitato, che ha dovuto affrontare numerosi e complessi problemi di qualità e quantità, senza arrivare mai a soluzioni soddisfacenti per tutti.

Dal 3 febbraio 1957 cambiano in maniera profonda e radicale gli scenari della televisione italiana: i tempi, i programmi, la struttura del palinsesto, nonché le tecniche, i modi e il linguaggio stesso della pubblicità subiscono importanti trasformazioni. E contemporaneamente la pubblicità inizia a svolgere una funzione sempre più importante nelle strategie di comunicazione delle imprese, nella ricerca di nuovi equilibri basati sulla qualità sia dei prodotti sia dei messaggi che li fanno conoscere ed apprezzare.

Si può dire che in Italia l'evoluzione del rapporto tv-pubblicità ha attraversato essenzialmente due fasi: quella cosiddetta della paleotelevisione e quella della neotelevisione.(1)

DA CAROSELLO ALLA NEOTELEVISIONE

Il primo periodo, che va dal 1954 alla metà degli anni Settanta, è caratterizzato dal monopolio pub-

blico. Il modello della comunicazione del servizio pubblico traeva ispirazione da quello inglese, il cui motto era "informare, educare, intrattenere" ed il monopolio era giustificato dalla scarsità di risorse private disponibili per la costruzione delle infrastrutture tecniche necessarie alla diffusione del mezzo televisivo su tutto il territorio nazionale. In questo periodo la comunicazione televisiva era gestita unicamente dalla tv di Stato e mirava a svolgere esclusivamente la funzione di servizio pubblico e sociale di divulgazione culturale.

Il secondo periodo inizia con la nascita delle televisioni private, affacciatesi sulla scena nazionale grazie alla sentenza della Corte Costituzionale del 1976. Da quel momento cambia completamente il modo di vedere e concepire il palinsesto e si passa da una fruizione sostanzialmente obbligatoria (le uniche alternative disponibili erano le due reti Rai) ad una logica commerciale, con la quale si cercava di offrire al telespettatore ciò che questo desiderava vedere - o che si supposeva desiderasse vedere -. In questa fase la televisione non ha più l'ottica "pedagogica" prevalente nel passato, ma si trasforma essa stessa in azienda, e mette al centro dei propri interessi il raggiungimento di un risultato che è soprattutto economico.

Nel periodo della paleotelevisione, la Rai, grazie al regime di monopolio assoluto, non aveva l'esigenza di attuare una vera politica per la collocazione nel tempo dei suoi programmi e, soprattutto, non aveva bisogno di utilizzare la pubblicità come risorsa per mantenere in piedi la propria struttura. L'unico

finanziamento era quello proveniente dal canone, e ciò bastava a giustificare e a legittimare l'appellativo di servizio pubblico. Non c'era spazio per la promozione dei prodotti, la televisione doveva solo dare informazioni, il più possibile neutrali, e garantire che l'intrattenimento fosse sempre ad un livello culturale elevato o comunque "pedagogicamente" corretto.



Quando nel 1957 viene mandato in onda per la prima volta Carosello, bisogna aver presente questo quadro culturale complessivo. Non si può parlare di Carosello avendo in mente l'idea di pubblicità cui siamo abituati oggi; si può piuttosto affermare che siamo di fronte a una prima forma di pubblicità, o di "paleopubblicità". Inserito all'interno della programmazione Rai, Carosello aveva infatti il compito di rendere presentabile la pubblicità e offrirla ai telespettatori come se si trattasse di un vero e proprio "spettacolo aggiunto"(2). La struttura era abbastanza rigida: bisognava raccontare una storia in due minuti, lasciando un "codino" di trenta secondi alla fine per reclamizzare il prodotto. Furono proprio le rigide regole da rispettare a determinare la caratteristica essenziale di Carosello, che tende ad assomigliare a un racconto: la struttura stessa di Carosello assomiglia a quella di una fiaba.

Il pubblico, soprattutto i bambini, nel guardare Carosello aveva la consapevolezza di entrare in un mondo fantastico, finto, a suo modo "spettacolare"; ma allo stesso tempo era tranquillizzato dalla familiarità delle storie, dei volti e dei personaggi conosciuti. In breve il suo punto di forza divenne proprio la serialità. Carosello divenne, infatti, un appuntamento fisso e familiare per tutti i telespettatori italiani, ma in particolare per i bambini, ai quali era rivolta in verità un'attenzione specifica,

poiché la fruizione dello "spettacolino" è vissuta, proprio dai bambini, come un'anticamera del mondo dei sogni nel quale sarebbero andati ad immergersi da lì a poco. Rituale divenne la frase: "E dopo Carosello tutti a nanna". Nelle inchieste svolte dagli istituti specializzati emergeva che i bambini apprezzavano molto Carosello e lo consideravano secondo soltanto ai cartoni animati, ponendo tra i loro personaggi preferiti Topo Gigio, Calimero e Gatto Silvestro, nomi che ancora oggi, a distanza di quasi trent'anni dalla loro uscita di scena, evocano negli adulti un ricordo piacevole legato a quel mondo fantastico.

La pubblicità, attraverso Carosello e i suoi personaggi, entrava così nell'immaginario infantile di una generazione. Era vista dai genitori e dagli esperti come uno spettacolo adatto ai bambini, che li diverte e insegna loro le cose semplici, svolgendo alcune volte addirittura una funzione pedagogica.

Le cose cambiano alla fine degli anni Settanta, con la fuoriuscita dai palinsesti di Carosello, quando le televisioni libere e private intraprendono la strada del mercato televisivo, forti della nota sentenza della Corte costituzionale. Si entra nel periodo della cosiddetta neotelevisione, nella quale la pubblicità diventa la fonte principale di risorse per le emittenti. Anche la Rai comincia ad utilizzare questo strumento per ottenere introiti maggiori e allargare il suo mercato.



L'ERA DELLO SPOT

La pubblicità esce dal ruolo di programma para-educativo come era stato con Carosello, per diventare uno spot, vale a dire un cortometraggio pubblicitario di durata breve (dai 7 ai 90 secondi), con un linguaggio visivo e verbale veloce ed incisivo, che arriva energicamente alla mente dei telespettatori e vi rimane impresso per lungo tempo. Questo è ciò che impone lo sviluppo crescente del sistema televisivo italiano. E mentre tutti vogliono andare in tv, gli investimenti pubblicitari subiscono una crescita esplosiva, tanto che negli anni Ottanta gli

spazi ad essa dedicati nella programmazione aumentano in modo vertiginoso, la pubblicità inizia a imporsi anche attraverso la modalità dell'interruzione del programma. Non più spazi appositi, come era stato, appunto Carosello, o il brevissimo Tic-Tac, ma una programmazione frammentata: non solo "rèclame" tra il primo e il secondo tempo di un film, ma addirittura *spot* che interrompono i film (si ricorderà la campagna politica "Non rompiamogli le storie..."), le partite di calcio e tutti gli altri programmi.

Ciò rende la pubblicità e, in particolar modo il suo linguaggio, ancora più aggressiva; ma anche più efficace. Nel mondo della *rèclame* entrano nomi e volti illustri, sempre più spesso presi in prestito dal cinema, come il regista Ridley Scott che ha firmato la regia degli spot del profumo Chanel e dei computer Apple Macintosh o, per rimanere in Italia, la lunga collaborazione dell'attore Nino Manfredi per il caffè Lavazza. Anche i temi subiscono una variazione epocale con l'introduzione della tematica sessuale, iniziata con lo spot della Levi's (3) dell'85, che prevedeva uno spogliarello al maschile in una lavanderia a gettoni, proseguita anche in Italia con le pubblicità sexy al femminile di La Perla, Campari e Golden Lady.

I BAMBINI?

E i bambini? Il mondo fiabesco e a cartone animato dei vari Calimero e Toto e Tata? Dove sono andati a finire? Verrebbe da dire molto lontano, quasi scomparsi o dimenticati nell'euforia delle

nuove tendenze e del nuovo mondo pubblicitario.

In realtà, anche in mezzo all'esplosione degli spot su temi tabù all'epoca del monopolio, qualcuno si è occupato anche di loro. Gavino Sanna è un esempio per tutti. E' lui, infatti, che negli anni Ottanta ha ideato la serie di spot per la Pasta Barilla, nei quali ritornava l'idea di una storia semplice e rassicurante, basata sui buoni sentimenti e sul concetto di famiglia unita, molto forte nel nostro Paese e nei quali gli spettatori potevano facilmente identificarsi. Per ricordarne alcuni, il Babbo Natale interpretato da Paul Newman e il più celebre, quello del gattino raccolto in un giorno di pioggia dalla bambina che perde l'autobus.

Non è possibile qui condurre un'analisi più dettagliata della situazione attuale. E' evidente però che il mondo della pubblicità ha subito delle trasformazioni enormi e sempre più rivolte alla sfera del consumo e del guadagno. Il ruolo "educativo" della pubblicità televisiva, se mai ce n'è stato uno, è venuto meno completamente, al punto che negli ultimi anni sono state promosse campagne per la tutela dei minori dal bombardamento degli spot.

La Rai, in particolare, per rispondere alle esigenze del suo essere servizio pubblico nonostante la logica sempre più commerciale delle sue programmazioni pubblicitarie, ha lanciato nel 2002 la campagna "Rai minori" (in collaborazione con il Ministero per la comunicazione). Lo spot mostrava dei ragazzi d'età compresa tra i 6 e i 13 anni che guardano la Tv sul divano con le cinture di sicurezza allacciate, mentre una voce fuori campo dice: "Guardate sicuri. Oggi c'è un nuovo codice per la Tv fatta apposta per loro".

Non sappiamo se sia sufficiente, ma un occhio di riguardo per chi è sempre più "indifeso e ingenuo" in un mondo dominato dalla pubblicità appare sempre più urgente. ●

NOTE

1. Per queste definizioni cfr. Umberto Eco, *Tv, la trasparenza perduta*, 1983
2. Adriano Zancacchi, Laura Ballio, *Carosello Story. La via italiana alla pubblicità televisiva*, 1997, Eri; v. anche A.M. Testa, *La pubblicità*, il Mulino, 2004
3. Vanni Codeluppi, *Pubblicità*, Quaderni di arte e comunicazione, Zanichelli, 2000.



Disturbi da televisione

>> Anna Oliverio Ferraris

Coloro che hanno un'idea delle tappe della crescita, sanno che sono tre i compiti fondamentali dello sviluppo tra zero e sei anni: acquisire una progressiva padronanza dei movimenti, imparare a parlare, socializzare con persone diverse, non soltanto i familiari. Come ci ha insegnato Maria Montessori, queste competenze possono svilupparsi pienamente soltanto attraverso l'esperienza diretta (non è sufficiente quella mediata da uno schermo), cosicché quando i più piccini non fanno gli "esercizi" che devono fare e non sono abbastanza attivi possono andare incontro a scompensi di varia natura. Spesso si dimentica infatti che ogni età ha le sue esigenze e che ciò funziona per un bambino di otto-nove anni, può essere deleterio per uno di tre o quattro e viceversa.

Recentemente, la rivista "Pediatrics" ha pubblicato i risultati di uno studio condotto a Seattle (Usa) secondo cui esiste un nesso tra esposizione alla tv tra zero e sei anni e aumento, in età scolare, della cosiddetta sindrome da deficit di attenzione: un disturbo che comporta un calo della capacità di concentrazione, difficoltà organizzative e un eccesso di impulsività.

Non sono i contenuti dei programmi l'aspetto più preoccupante, ma il flusso veloce di immagini irreali che, giorno dopo giorno, mese dopo mese, finiscono per alterare lo sviluppo del cervello in un'età in cui questo organo, ancora in crescita, è estremamente plastico e modificabile. "Sullo schermo tutto avviene velocemente, a lampi brevi e improvvisi - spiegano i ricercatori -. Il cervello dei bambini si è formato su quegli sprazzi e non riesce più a concentrarsi quando non riceve lo stesso tipo di stimolo veloce". I tempi di attenzione in seconda e terza elementare calano così da 15-20 minuti a meno di qualche minuto.

NON VEDO, NON PARLO, NON SENTO

Questo non è l'unico effetto possibile legato alla sovraesposizione nei primi anni di vita. Uno studio inglese condotto dall'università di Cam-

bridge e durato dieci anni, ha dimostrato una differenza significativa nello sviluppo del linguaggio tra i bambini che venivano collocati davanti al televisore nei primi tre-quattro anni di vita (periodo critico per lo sviluppo linguistico) e quelli che invece trascorrevano il tempo in attività tipiche della loro età come il gioco libero, l'esplorazione dell'ambiente, l'esercizio attivo della lingua con persone reali. I primi, rispetto ai secondi, accusavano ritardi nello sviluppo linguistico perché la televisione non consente di inserirsi, di esprimersi, di ricevere incoraggiamenti, conferme e correzioni. L'eccesso di immagini e la loro preponderanza su altri stimoli - come quelli uditivi - aveva anche l'effetto di rendere i bambini meno abili nell'ascolto selettivo.

SIN DAL MATTINO...

Il fenomeno ovviamente non riguarda soltanto i bambini americani e inglesi. Anche da noi molti genitori collocano i loro figli di uno-quattro anni (ma a volte persino durante il primo anno di vita) davanti al teleschermo, sia per tenerli fermi e tranquilli, sia perché sono convinti che si tratti di una forma di passatempo innocua. In molte case il televisore è sempre acceso e i piccolissimi sono risucchiati dalle immagini, qualunque esse siano. Molti genitori vedendoli così "interessati" sono convinti che seguano e capiscano, in realtà i bambini sono incantati, ipnotizzati, di fronte al flusso ininterrotto di suoni movimenti colori e immagini che proviene dal teleschermo e che pone le basi per una dipendenza dal *medium* tv prima ancora che dai singoli programmi o contenuti.

Non c'è quindi da stupirsi (come risulta da una inchiesta realizzata in questi mesi dalla sottoscritta su 946 famiglie) se il 48% dei nostri bambini tra i 7 e i 13 anni sono già di fronte al piccolo schermo di prima mattina mentre fanno colazione, il 75% dopo cena e il 35% di notte. La metà restano alzati dopo le 22, anche se il giorno successivo c'è scuola, il 47% ha un televisore nella propria

stanza o in quella di un fratello. Le ore trascorse seduti davanti alla TV sono in media tre ore e mezza al giorno (con punte estreme di 8-9 ore), oltre al tempo spesso dedicato alla *playstation*: il

che, oltre ai disturbi segnalati da “Pediatrics”, ci parla anche di una vita statica che favorisce l’obesità e sottrae tempo ad attività più adatte all’età dei bambini e alle loro esigenze di crescita. ●

La televisione potere oligarchico Un popolo di concorrenti

La stupidità credo sia la peculiarità del popolo italiano nel giudizio di coloro che fanno della televisione un proprio dominio. Si nutrono, questi detentori di poteri smisurati, di intelletti svuotati da un allucinato smarrimento nell’apatica accettazione di anomalie spacciate per normalità.

Anomali ed abnormi sono i loro stipendi, lontani anni luce da ogni parametro con qualsivoglia categoria di lavoratori; stipendi che ammontano annualmente a cifre irraggiungibili dai più neanche con trecento anni di lavoro. Il denaro pubblico foraggia icone che stagionano in Rai in pianta stabile, salvo abbandonarla per migliori opportunità e farne, poi, ritorno con offerte ancora più vantaggiose. Anomali sono i compensi spropositati a favore di autori, spesso improvvisati, per “stacchetti” musicali che accompagnano, più o meno in sordina, ma ripetutamente, la visione dei programmi. E che dire del superaffollamento in alcune trasmissioni di stuoli di conduttori, che, con rispettosa convenienza, si spartiscono “lo spazio” in un tripudio di presenze?

Molteplicità di presenze che abbondano ovunque, anche per brevissime inchieste realizzate in giro per il mondo. A Natale a New York sono stati sguinzagliati contemporaneamente per la città tre inviati, tra cui un cuoco, che, ormai, si cimenta, oltre che ai fornelli, anche nel giornalismo.

Questo, in verità, è l’andazzo della nostra televisione “Tutti sanno fare Tutto”; i ruoli si invertono, si mescolano in una girandola di personaggi che si riciclano: chi trasmigra da un “salotto” a un altro intervenendo, in modo estemporaneo, su grandi temi di attualità, chi rimane seduto poco dignitosamente su uno sgabello per un intero programma semplicemente per sfoderare sorrisi e chi, grottesco in ogni suo aspetto, ogni giorno conduce una rubrica all’interno di una trasmissione di largo consenso.

Si fa fatica ad assistere a questi sprechi, ad accettare questi schiaffi al buon senso, al buon gusto, all’intelligenza. Il pubblico si affida al piccolo schermo per una tregua alle fatiche quotidiane desideroso di una televisione, oltre che educativa, istruttiva, informativa, soprattutto decorosa e professionale. E cosa si trova di fronte?

Si trova di fronte a disorientanti torri di Babele, dove la prevaricazione impera, dove le voci si sovrappongono e si confondono in inconcludenti dispute nel più pirandelliano “così è se vi pare”.

Si trova di fronte a conduttori che si esaltano dinanzi ai “nobili” di discendenza nostrana, cui si rivolgono con anacronistici e desueti titoli nobiliari, dimenticando che “signore” e “signora” sono appellativi più consoni in una società democratica come quella italiana, dove i blasoni sono stati egregiamente banditi.

Si trova di fronte a sconcertanti gare di ascolti tra le diverse emittenti non per una sana conferma della buona qualità di un programma, ma per una narcisistica ed egoistica conferma del proprio successo personale, una rivalsa tra antagonisti. In tale clima di apparenze e mercificazione, i giochi a premi sono il conseguenziale corollario.

Una ridda di opportunità si offrono al telespettatore: dallo scoprire il contenuto di una zucca al sollevare il coperchio di una scatola miliardaria. Ognuno può misurarsi con la fortuna o con la propria prontezza di riflessi, ognuno può, con costanza certosina, sperare di cambiare la propria vita con una semplice telefonata.

In questa insensata distribuzione di denaro si ha forse l’illusione di sanare lo squilibrio, ma le coscienze così ipocritamente tacitate non si avvedono che l’effetto è deleterio, contribuendo a diffondere via etere modelli gravemente distorti! ●

Myiam Coloriti

Tra apocalittici e integrati

>> Giorgio Bini

rima di scrivere sugli apocalittici e gl'integrati (1964), Umberto Eco scrisse nel 1961 una "Fenomenologia di Mike Bongiorno" (in *Diario minimo*, Milano, Mondadori, 1963 che contiene vari altri scritti fra cui, indimenticabile per i lettori del *Cuore*, l'"Elogio di Franti"), crudele, forse, nelle intenzioni poiché trattava il suo personaggio in modo da non lasciare spazio a dubbi circa le sue caratteristiche, riconducibili ad una mediocritas che non era per niente aurea. Era solo conformismo elevato a norma generale di condotta, rifiuto di prender atto che esistono fatti non previsti e non prevedibili, conoscenze e prodotti collocati fuori degli schemi consueti e perciò causa di disturbo, come sarebbero persino un modo di parlare (e dunque di pensare?) che si permetta qualche congiuntivo e qualche ampiezza e profondità, qualche connessione, qualche uscita dal solco della pura referenzialità.

Spietata voleva forse essere quella fenomenologia. Ad ogni modo, Mike c'è ancora, ultraottantenne in buona salute, dedito sempre allo stesso lavoro: far domande, controllare se le risposte sono quelle previste dagli autori. Se qualche volta la risposta se ne discosta lievemente, Mike la dichiara falsa, salvo poi doverla accettare, non senza meraviglia. Anche quando, come ora, si limita a interrogare ragazzini e ragazzine, con la medesima serietà di quando aveva a che fare coi concorrenti di *Lascia o raddoppia?*, gli accade di esprimere stupore per i contenuti - gli sembrano troppo complessi - di certe domande e delle conseguenti risposte. E allora: l'estermio (metaforico, s'intende) a Mike? Il fatto è che il personaggio una volta si poteva criticare a piè fermo, ora è lecita qualche titubanza. Non è migliorato il Mike, è rimasto quello di prima: un professionista pagato per fare certe cose, che fa queste cose alla maniera in cui le sa fare, per lo più senza sbavature. Rispetto alla televisione di quarant'anni fa, che aveva ancora qualche pretesa di porsi come educatrice del popolo (e persino

agente di alfabetizzazione; col benemerito maestro Manzi), democristiana e bacchettona ma moderata nei suoi indirizzi generali, meno censoria di ora, anche se cacciava Fo e Franca Rame perché avevano osato affrontare temi come gl'infortuni sul lavoro, quella attuale è, come direbbe Emilio Fede, democratica e pluralista. Naturalmente non è vero; appartiene quasi tutta ad un solo proprietario, che ha al proprio servizio molti direttori di rete e funzionari e gode dell'obbedienza di moltissimi giornalisti. Oltre a ciò, è sfacciatamente intrisa di sessualità un po' più che allusiva ma sempre ipocrita, rappresentata al meglio da frotte di ragazze spogliate e sculettanti, dall'equivoca convivenza di personaggi così impegnati in trasmissioni come il Grande Fratello che per settimane tengono avvinta una massa di spettatori a vicende inconsistenti. Insomma, è trash e piace. In mezzo fra la televisione "di Bernabei" e quella di oggi c'è la nascita della TV privata, la lottizzazione di quella pubblica, la politica guardata con sospetto ma presente in modo talvolta quasi onesto, talaltra vergognoso. Oggi la discussione politica consiste soprattutto nei dibattiti in cui unico scopo dei partecipanti, che parlano tutti insieme e si fingono caustici e sono solo maleducati, sembra quello d'impedire che si capisca di che si tratta e quali sono gli argomenti di ciascuno. Oltre a insegnare che la politica è sopraffazione, insegna con alcuni dei suoi film, indipendentemente dall'ora in cui li trasmette, che la violenza è il modo normale di avere rapporti.

APOCALITTICI E/O INTEGRATI

Eco affrontava nel suo lavoro del 1964 la questione televisiva all'interno d'una riflessione sulle *comunicazioni di massa* e sulla stessa *cultura di massa*; verificava che la commistione fra culture e linguaggi aveva già creato un costume semiologico: Calvino e Fortini scrivevano canzoni, Pasolini e

Robbe Grillet facevano film, i poeti Novissimi "componevano con spezzoni di linguaggio massificato e alla facoltà di magistero di Roma il compianto Romano Calisi, incoraggiato dal pedagogista Luigi Volpicelli, istituiva un archivio nazionale del fumetto" (U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani, 1977, pag. VIII). Eco è giustamente fiero d'aver contribuito, con quell'opera, pur accademicamente repressibile, ad aprire "la strada agli studi semiotici", a diffondere dunque dalle nostre parti una disciplina del tipo "humani nihil a me alienum puto", come dice il personaggio di Terenzio, confinante e talvolta convivente con la cultura di massa oltre che con raffinati ragionamenti sulla comunicazione e sulla lingua. Gli "apocalittici", scrive Eco nella *Prefazione* del 1964, vagheggiano una cultura aristocratica "che si affina e si oppone alla volgarità della folla" (pag. 3); di fatto per loro "il solo pensiero di una cultura condivisa da tutti, prodotta in modo che si adatti a tutti, e elaborata sulla misura di tutti, è un mostruoso controsenso". La cultura di massa è per loro l'anticultura.

"Di contro, la risposta ottimistica dell'integrato. Poiché la televisione, il giornale, la radio, il cinema e il fumetto, il romanzo popolare e il Reader's Digest mettono ormai i beni culturali a disposizione di tutti, rendendo amabile e leggero l'assorbimento delle nozioni e la ricezione di informazioni, stiamo vivendo in un'epoca di allargamento dell'area culturale in cui finalmente si attua ad ampio livello, col concorso dei migliori, la circolazione di un'arte e una cultura "popolare". Se questa cultura salga dal basso o sia confezionata dall'alto per consumatori indifesi, non è problema che l'integrato si ponga. Anche perché, se gli apocalittici sopravvivono proprio confezionando teorie sulla decadenza, gli integrati raramente teorizzano, e più facilmente operano, producono, emettono i loro messaggi quotidianamente ad ogni livello".

Da allora frotte di autori si sono interessati di televisione senza più smettere, e si sono immediatamente divisi in più o meno "apocalittici" e più o meno "integrati". A sfavore dei primi valeva un argomento molto forte sul terreno pratico: che la televisione c'è, pare inestirpabile e si tratta forse, più che di criticarla come mezzo, addirittura come droga, di limitarne i danni e di trarne il maggior numero possibile di vantaggi. Molti di loro si sono dedicati a osservare il fenomeno televisione in quanto presente (pare, anche in questo caso, in

modo invincibile) nella vita dei bambini e delle bambine.

L'argomento secondo il quale la televisione è così diffusa che non è possibile eliminarla non appare destinato a trionfare per forza logica: non possiamo certo ammettere che se una qualche cosa fa parte della realtà è per ciò stesso accettabile: si può sempre testimoniare etc. Il fatto è che anche noi adulti che ci diamo qualche aria di cittadini e cittadine connotati da virtù civiche e culturali encomiabili compriamo i televisori, li installiamo e ne siamo guardatori più o meno costanti, oltre tutto passeggiando per i canali e cercando di assistere a due o tre programmi contemporaneamente.

Dei testi inclusi nella bibliografia (*vedi p. 92*), numerosi anche se rappresentano solo una parte di quelli che si potrebbero citare, alcuni sono apocalittici, certi anche nel titolo (Bobbio, Chomsky, Coordinamento Genitori Democratici, Eysenk Jacobelli, Lodi, Mander, P. Martini, Popper, Postman, Quattrocchi, Ragusa, Roversi, Salerno, Sartori, Winn), molti esaminano con un qualche distacco la cultura di massa e la televisione come fenomeni culturali (Abruzzese, Bokelmann, Bourdieu, Caprettini, Cesareo, Cosetti, Croce, de Kerckhove, Derrida, "Famiglia oggi", Gamaleri, Grasso, Livolsi, Manacorda, Mc Quail, Manna, C.M. Martini, Menduni, Parascandolo, Placido, Scaglioso, Swingewood, Vita), moltissimi, anche fra i già citati, si occupano della televisione come oggetto o strumento di conoscenza e di interventi didattici (Acquaviva, Arcenas, Ardizzone, Bachmair, Baldelli, Bertolini, Branduardi, Caronia, Castellani, CGD, D'Alessio, D'Amato, Detti, Dorr, Fabri, Farné, Feyles, Genovesi, Giannatelli e Rivoltella, Lane, Lastrego e Testa, Liverani, Lodi, Lussato, Maida, Manna, Mariet, Mazza, Morcellini, Moro, Oliverio Ferraris, Pellai, Postman, Quattrocchi, Scianò, Spini, Statera e Bentivegna, Tanoni, Trisciuzzi e Ulivieri, Viganò, Winn).

USARE LA TELEVISIONE

Soltanto Emilio Fede, Mike Bongiorno e pochi altri, anche intelligenti e brillanti come Placido, possono dir bene in assoluto della televisione. La maggior parte degli altri, anche se accettano il "mezzo" o addirittura si rallegrano che esista, non mancano di denunciarne con forza le storture, la bruttezza o peggio di molti contenuti e indicano

spesso criteri di gusto, di stile, di linguaggio per distinguere (va da sé che la distinzione non può, se non in casi rarissimi, produrre effetti "pubblici": la programmazione è quella che è, non si tocca, lo spettatore può decidere se spegnere il televisore, azionare con frequenza il telecomando o rassegnarsi).

La "cattiva televisione" stupida, violenta, faziosa etc. ci nuoce, soprattutto ai giovani, e se sì quanto? Nessuno è in grado di rispondere con certezza. Il buon senso e persino il buon gusto dovrebbero insegnarci che se c'è danno sarà maggiore per i giovani, che vedono quel che gli pare, vanno a letto sempre più tardi, e parte dei quali hanno addirittura l'apparecchio in camera, quindi sono esposti agli stessi programmi che teoricamente sarebbero fuori della loro portata, e questi programmi sono, possiamo dire usando un termine non del tutto privo di ambiguità, diseducativi. Il buon senso dovrebbe perciò incoraggiare una pratica educativa, familiare e scolastica tendente a mettere in atto le strategie consigliate un po' da tutti gli autori: stare vicino ai figli e alle figlie, non lasciarli troppo

a lungo soli/e davanti all'apparecchio, in una condizione cioè in cui sono più facilmente esposti ad ansie a causa di visioni, come si dice, sconsigliate; e limitare il consumo per tutta la famiglia in modo da essere d'esempio alla prole. Il consiglio si completa con l'appello a scegliere bene i programmi insieme coi figli, a commentarli qualche volta, in modo da insegnare che se ne può discutere, e naturalmente anche dissentire.

Siamo abbastanza avvertiti da non considerare utile una battaglia di principio in nome della lettura, dei libri, contro il "nemico" televisivo (già Rodari ci fece presente che la contrapposizione fra libro e televisione è un mezzo per allontanare dalla lettura. La televisione piace perché è attraente persino quando assume l'aspetto trash se chi la programma sa lavorare bene; vietarla non serve, limitarla e ragionarci su può essere più efficace).

A scuola e in genere nell'istruzione la televisione può essere usata in due modi, come c'insegnano molti autori: come fonte d'informazioni, che possono essere particolarmente ricche e accurate; e come mezzo, se c'è chi è in grado di porsi come maestro/a di grammatica televisiva e di realizzazione dignitosa.

Insomma, non possiamo non dirci moderatamente apocalittici e trarne qualche conseguenza sul terreno pratico, considerando insieme libri, giornali, mezzi di massa come fonti d'informazione e di distensione, di arricchimento nel campo dell'apprendere e del divertirsi.

Una volta la televisione era il solo strumento non tradizionale di apprendimento. Oggi lo è sempre di più anche il computer. Il computer come strumento per esprimersi e comunicare e per una moderata e ben organizzata comunicazione è anch'esso ineliminabile dalla nostra esperienza di vita con la gioventù (e dall'esperienza autonoma della gioventù). Qui si aprirebbe un capitolo che dobbiamo peraltro riservare ad un'altra occasione: il capitolo di quello che qualche autore più avvertito chiama l'eccesso d'informazione. "Navigare" in Internet senza meta e senza guida probabilmente non serve, anzi. ●



Da metafora del potere violento a voyeurismo "democratico"

>> David Baldini

Recita un vecchio detto latino: *Habent sua fata libelli*. Se così è, cioè se l'opera d'arte vive davvero di vita propria - indipendentemente dagli intenti, dalla percezione critica, dalle attese del suo stesso creatore -, allora c'è da domandarsi se la funzione specifica di quest'ultimo non si restringa per caso alla sola ideazione, esecuzione e scrittura dell'opera. Ovviamente la risposta è no, e tuttavia non sarà peregrino soffermarsi un po', prima ancora di entrare nel merito di questa nostra riflessione, sul rapporto che intercorre tra l'autore e la sua opera, tanto più che, nel caso di George Orwell, è lo stesso scrittore inglese ad esigerlo. (1)

Senza accampare la benché minima pretesa di dare una risposta a problemi complessi (quali ad esempio quello dell'autonomia o dell'eteronomia dell'arte (2), od anche quello relativo al peso esercitato - in un giudizio di valore - dai gusti e dalle scelte dei ricettori) (3), dobbiamo tuttavia osservare come spesso la "creatura" (l'opera) - od anche un qualche lacerto di essa, icona od espressione linguistica che sia - finisca per godere di un primato abusivo rispetto al suo stesso "creatore" (l'autore). Di qui la paradossalità della situazione: la semplice enunciazione del titolo di uno o più libri, ad esempio (nel caso di George Orwell *La fattoria degli animali* o *1984*), potrebbe non implicare, necessariamente, la conoscenza (anche minima) della complessa vicenda umana ed artistica del suo autore o, detto in altro modo, si potrebbe affermare che il nome dell'autore potrebbe suggerire poco o nulla del suo mondo artistico. Molto spesso, insomma, equivoci, stereotipi, luoghi comuni finiscono per prevalere, diventando essi stessi oggetti estetici; ci è dimostrato dal fatto che talune pittoresche immagini (da medievale bestiario) tratte da *La fattoria degli animali*, o le potenti raffigurazioni del "Grande fratello" (simbolo di occhiuta e sconvolgente violenza), espunte da *1984*, finiscano in qualche modo per autonomizzarsi, diventando fini a se stesse. Onde dunque ovviare a questo inconveniente, e allo scopo di rimanere all'interno di un più accettabile equilibrio tra l'autore e la sua opera,

ci sembra più criticamente proficuo iniziare da alcune note di natura biografica, le sole a garantirci - a fronte delle puntiformi suggestioni dell'estetica - se non un supporto sicuro, certamente un punto di partenza accettabile dal punto di vista della verità storica.

UNO SCRITTORE VISSUTO IN "TEMPI DI FERRO"

George Orwell (pseudonimo di Eric Arthur Blair) nacque il 25 giugno 1903 a Motihari, nel Bengala, da genitori inglesi, quando l'India era ancora un possedimento britannico. Basterebbe riflettere su questo semplice dato cronologico per comprendere come la sua vita, tutta racchiusa nel primo cinquantennio del XX secolo, si sia svolta - così come del resto accadde agli uomini e alle donne della sua stessa generazione - all'insegna di tempi veramente di "ferro". Il periodo in questione fu infatti particolarmente cruciale non solo a ragione di vicende storiche e politiche assolutamente decisive (basti pensare allo scoppio di ben due guerre mondiali, con il terribile ventennio di separazione tra l'una e l'altra), ma anche a causa di fortissime tensioni economiche e sociali. Le esigenze della ricostruzione, seguite al primo conflitto mondiale, avevano infatti prodotto - negli anni Venti e Trenta - miseria e povertà ovunque, in Europa e in larga parte del mondo.

La crisi non risparmiò neppure la borghesia, classe alla quale apparteneva anche Orwell. Per essere precisi, questi, a proposito della sua estrazione sociale, parlò - con un indubbio gusto per l'ironia - di "lower upper-middle class" (bassa alta borghesia). Ma, *humour* a parte, gli intellettuali, stretti anch'essi nelle spire della grande depressione del 1929, furono in molti casi ridotti alla condizione di *déraciné* (sradicati), proletarizzandosi. Socialmente declassati, essi furono spinti verso "un processo di radicalizzazione e di crisi di prospettive che si riflesse in tutti i rami artistici e letterari". E tuttavia il loro approdo non andò oltre la sinistra

liberale e razionalista. Essi, infatti, raramente si sentivano attratti dal marxismo e dai partiti comunisti, poiché “in effetti, proprio l’idea che avevano del ruolo dell’intellettuale, in genere molto elevato, impediva loro l’attivismo costante e la sottomissione alla disciplina di partito”(4). Questa rappresentazione ideologico-politica sembra mirabilmente attagliarsi anche a George Orwell il quale, dopo aver studiato in Inghilterra (nel Sussex) - dove per altro compì le sue prime prove letterarie -, si arruolò giovanissimo (nel 1922) nella Indian Imperial Police, al cui seguito presterà servizio (per cinque anni) in Birmania. Di tale esperienza ci rimane testimonianza nel romanzo *Burmese days* (*Giorni birmani*), pubblicato però solo alcuni anni più tardi (1934).

Tornato nel 1928 nel Vecchio Continente, vi svolse i mestieri più vari (lavapiatti, insegnante, aiuto commesso di libreria), non trascurando di interessarsi, nel contempo, della difficile vita condotta dalle classi subalterne (inglesi e francesi) prostrate dalla crisi economica, giunta in quegli anni al suo acme. Frutto di questo suo interesse sociale sarà il diario-reportage *Down and out in Paris and London* (*Senza un soldo a Parigi e a Londra*).

Ma ormai in Europa la situazione tende a precipitare: un segno nefasto di tale involuzione viene dalla Spagna, precipitata (nel 1936) nella guerra civile. Orwell, unitamente a molti altri intellettuali politicamente impegnati, non esitò ad accorre tra i primi in difesa della legittima causa repubblicana. Partito per Barcellona con la moglie, nel gennaio del 1936, militerà dapprima nel POUM (Partido Obrero de Unificación Marxista), piccolo movimento catalano di ispirazione anarco-sindacalista, poi nel contingente del Partito Laburista Indipendente. E sarà proprio questa esperienza a costituire lo spartiacque della sua vita: partito sull’abbrivio di una forte motivazione anarchica e libertaria, ripiegherà ben presto su posizioni conservatrici e reazionarie. Senza dubbio, un contributo a tale svolta gli provenne dal contrasto, durissimo, scoppiato in Spagna tra anarchici e comunisti, le cui conseguenze lasceranno una traccia profonda nella coscienza dello scrittore. Ferito alla gola da un cecchino franchista, nella battaglia di Huesca, alla fine del giugno del 1937 rientra in Inghilterra dove, l’anno successivo, scriverà il bellissimo libro di ricordi *Homage to Catalonia* (*Omaggio alla Catalogna*).

Tale opera segna, per Orwell, l’inizio di un rapporto nuovo con la sua professione di scrittore, ormai concepita e vissuta nei termini di un convinto impegno politico. Nel 1941 aveva intanto iniziato a lavorare anche per la BBC - per la quale curava una serie di trasmissioni propagandistiche dirette all’India - e, successivamente, in qualità di corrispondente, per i settimanali “The Tribune” e “The Observer”. In campo artistico, dopo aver atteso alla pubblicazione (nel 1940) di un libro di saggistica (*Inside the Whale*), precisa ancor meglio i termini della sua durissima opposizione anticomunista, eleggendo l’URSS a bersaglio delle sue invettive e delle sue polemiche più corrosive. Di qui il celebre romanzo satirico *Animal farm* (*La fattoria degli animali*): l’opera, scritta tra il 1943 ed il 1944 (ma uscita solo l’anno dopo), metteva impietosamente alla berlina l’intero sistema di potere sovietico. Frutto di questa ispirazione è anche il famoso romanzo *1984*, finito di scrivere nel 1948 e pubblicato l’anno successivo. In esso lo scrittore inglese dà libero sfogo alle sue previsioni più fosche, prospettando l’aberrante e distorto scenario di una società mondiale dominata dal controllo onnicomprensivo di un potere occulto e spietato, metaforicamente rappresentato dal “Grande fratello”.

Gli ultimi anni dell’esistenza dello scrittore furono particolarmente dolorosi: sofferente di tubercolosi, nel 1947 fu ricoverato in ospedale. L’anno successivo, benché giunto allo stremo delle forze, riuscì tuttavia a completare la revisione di *1984*, per venire infine ricoverato, questa volta definitivamente, in un sanatorio. Morrà a Londra il 23 gennaio 1950.

IL “GRANDE FRATELLO”, MODERNA RAPPRESENTAZIONE DELLO STATO LEVIATANO

In *1984* Orwell immagina che il mondo sia diviso in tre superstati (Oceania, Eurasia e Estasia), che si presumono in continua guerra tra di loro, nonostante la sostanziale omogeneità delle loro strutture sociali. Le differenze, semmai, vanno ascritte alle singole ideologie: così, ad esempio, il simbolo di Oceania (luogo in cui si svolge l’azione) è Socing, nella lingua locale il Socialismo Inglese. Esso domina incontrastato, con la sua rigida gerarchia, ogni aspetto della vita. In questo superstato, infatti, tutto è regolato dal Partito inter-

no, i cui membri sono i soli a conoscere la verità sulla situazione economica e militare, anche se non possono utilizzare tali conoscenze. Fine ultimo del Socing, da tutti accolto e accettato come infallibile, è quello di dominare il mondo attraverso il controllo di tutte le altre classi; queste, tenute in uno stato di totale incosciente soggezione, vengono dominate nel segno del più assoluto dispotismo. Chiunque deroghi da questa ferrea disciplina - come ad esempio l'intellettuale Goldstein - diventa automaticamente un deviazionista, ovvero un nemico dello Stato. Ma lo stesso contrasto di linee politiche appare del tutto inutile: in Oceania ogni riscontro è semplicemente vanificato dalla manipolazione della storia attuata dal Partito. Questo infatti, rimasto l'unico referente, è il solo in grado di stabilire ogni possibile verità.

Al vertice dell'organizzazione c'è il Gran Fratello, incarnazione di una figura tanto mitica quanto occulta. Di lui non si conosce la persona fisica, ma solo l'immagine che, effigiata su grandi manifesti, riempie ogni angolo della città di Londra (capitale di Oceania). Questa la sua descrizione: "Rappresentava una faccia enorme, più larga d'un metro: la faccia d'un uomo di circa quarantacinque anni, con grossi baffi neri e lineamenti rudi ma non sgradevoli"(5). Gli occhi, anch'essi "neri", saettano minacciosi su chiunque osi rivolgersi a guardarli. L'immagine riempie di sé anche i posti di lavoro, esercitando una formidabile pressione intimidatoria: "A ciascun pianerottolo, proprio di fronte allo sportello dell'ascensore il cartellone con la faccia enorme riguardava dalla parete. [...] IL GRANDE FRATELLO VI GUARDA, diceva la scritta appostavi sotto"(6). A supporto del suo potere, operano quattro Ministeri, nei quali era divisa tutta l'organizzazione governativa: "Il Ministero della Verità, che si occupava della stampa, dei divertimenti, delle scuole e delle arti. Il Ministero della Pace, che si occupava della guerra. Il Ministero dell'Amore che

manteneva l'ordine e faceva rispettare la legge. Il Ministero dell'Abbondanza che era responsabile dei problemi economici. [...]. Il Ministero dell'amore era quello che più incuteva paura"(7).

In questo scenario di lugubre privazione della libertà si svolge la vita del protagonista del romanzo, il funzionario trentanovenne Winston Smith, uno dei tanti pavidetti antieroi (non a caso il nome Smith trova un equivalente nel nostro Rossi) di cui sono pieni i romanzi novecenteschi. Egli è perseguitato da complessi veri o presunti: è afflitto dal senso di colpa (da bambino, si era comportato con egoismo e crudeltà verso la madre e la sorella minore); è assillato dalla paura (teme come la morte di incorrere nelle ire del Socing); è tormentato dal malessere fisico (costretto com'è a sopportare un'ulcera varicosa ad una gamba). Il suo lavoro si svolge presso il Ministero della Verità e consiste nell'aggiornare vecchi numeri del "Times", perché siano in linea con le direttive del Partito. Ma anche l'appartamento nel quale lavora, situato negli Appartamenti della Vittoria, è controllato, a riprova dello strapotere dell'onnipresente polizia del pensiero, o altrimenti detta Psicopolizia: "Alle spalle di Winston, la voce del teleschermo barbugliava ancora qualcosa sulla produzione della ghisa e il completamento del Nono Piano Triennale. Il teleschermo riceveva e trasmetteva simultaneamente. Qualsiasi suono che Winston avesse prodotto, al di sopra di un sommesso bisbiglio, sarebbe stato colto; per tutto il tempo, inoltre, in cui egli fosse rimasto nel campo visivo comandato dalla placca di metallo, avrebbe potuto essere, oltre che udito, anche veduto"(8). E tuttavia, nonostante tali condizionamenti, Winston ha conservato alcuni tratti umani, dovuti, paradossalmente, proprio al suo senso di colpa; questo, infatti, agendo come un pungolo, lo costringe a fare di continuo i conti con il passato. Di qui il fascino irresistibile, esercitato su di lui, da parte di qualunque oggetto sia apparte-



nuto al mondo trascorso.

Ed è sulla scorta di tale curiosità che egli si decide ad acquistare, clandestinamente, un vecchio taccuino, sul quale inizia a scrivere il proprio diario personale, in aperto contrasto con il sistema di valori vigente, fondato sulla severa condanna per ogni forma di curiosità nei confronti della storia.

Il taccuino costituirà l’avvio di una serie di positive esperienze, culminate nella conoscenza di Giulia, una giovane di cui Winston si innamora. Ma anche l’amore costituisce un’infrazione delle regole, non scritte, del Soncing: esso è un peccato capitale. L’atto sessuale (tollerato soltanto in funzione della procreazione) è sì permesso, ma solo se avulso sia dal sentimento sia dal piacere. Ma Giulia, a sua volta innamorata di Winston, si ribella all’imposizione dell’astinenza e, in virtù della sua forte carica sessuale, trascina alla ribellione anche il suo partner. Questi, dopo aver trovato un rifugio nascosto in cui il Partito non possa spiarlo con la sua raffinata tecnologia, può finalmente vivere una fase di liberazione spirituale, così intensa da abbandonato anche dai suoi malanni fisici (il fastidio dell’ulcera).

Parallelo alla sua liberazione individuale procede il suo riavvicinamento ai gradini più bassi della scala sociale, ovvero al proletariato, che, privo di consapevolezza politica, si muove solo sulla scorta di impellenti necessità materiali. Di qui la speranza (in lui sollecitata da un membro del Partito Interno di nome O’Brien) che esista veramente l’organizzazione clandestina della Fratellanza, che si dice sia stata fondata da Goldstein; solo essa potrebbe farsi promotrice di un autentico generale processo di liberazione, attuato con il rovesciamento del Grande Fratello. Per raggiungere tale obiettivo sia Winston che Julia si dichiarano disponibili a commettere ogni sorta di nefandezza. In realtà, entrambi erano caduti nella trappola tesa loro da O’Brien: questi, infatti, si rivela essere una spia e fa arrestare Winston. Il protagonista, sottoposto a crudeli torture, finisce per cedere, scoprendo così le verità più recondite ed inconfessabili connesse ai meccanismi del potere esercitato dal Grande Fratello.

Esse, in forma di decalogo, sono così compendiate: “Non esisterà più il concetto di lealtà, a meno che non si tratti di lealtà verso il Partito. Non ci sarà più amore eccetto l’amore per il Gran Fratello. Non ci sarà più il riso, eccetto il riso di trionfo su un nemico sconfitto. Non ci sarà più arte, più letteratura, più scienza. Una volta onnipotenti, non avremo più bisogno della scienza. Non ci

sarà più alcuna distinzione tra la bellezza e la bruttezza. Non ci sarà più alcun interesse, più alcun piacere a condurre l’esistenza. Le soddisfazioni che derivano dallo spirito di emulazione non esisteranno più. Ma ci sarà sempre, intendimi bene, Winston, l’ubriacatura del potere, che crescerà e si perfezionerà costantemente e costantemente diverrà più raffinata e sottile. Sempre, a ogni momento, ci sarà il brivido della vittoria, la sensazione di vivido piacere che si ha nel calpestare un nemico disarmato. Se si vuol un simbolo figurato del futuro, immagina uno stivale che calpesta un volto umano...per sempre”(9).

Benché convertito con la forza a tale sinistra filosofia, Winston tuttavia cerca di conservare disperatamente l’amore per Julia. Ma egli nulla può: posto di fronte a quella che per lui è l’estrema delle torture, cui peraltro sa di non resistere - ovvero di essere divorato vivo dai topi -, cede di schianto e tradisce il suo amore per la donna, di cui giunge a desiderare la tortura. Compiuto così anche quest’ultimo passaggio, egli si dedica, anima e corpo, ad amare l’unica entità di cui ha riconosciuto l’indiscutibile assoluta autorità: il Grande Fratello.

L’UTOPIA DELL’ANTIUTOPIA

L’“altrove” sopra descritto da Orwell, concepito nei termini di un mondo rovesciato, contiene indubbi elementi di novità rispetto alla struttura tradizionale del romanzo. Tale “genere” letterario, infatti, aveva attraversato, nel Novecento, una fase di profonde trasformazioni, riguardanti sia il contenuto che la forma. A determinarle, vanno considerati almeno due modi di concepire la vita, quali si affermarono nell’arco dell’intero secolo. Il primo è quello legato alla fuga dalla società e dalla storia, nato ed affermatosi con il decadentismo. Questo aveva comportato in primo luogo - per una sorta di legge di compensazione - la riaffermazione delle ragioni dell’“io”, con la conseguente rivalutazione del mondo interiore, di volta in volta vissuto nei termini dello sfogo individuale, dell’estraniamento dal mondo, del rovello senza uscita. I prodromi di tale processo, non di rado espressi nelle forme della “malattia” (vera o immaginaria che sia), vanno ricercati nei primi decenni del secolo XX. Li ritroviamo, con tali caratteristiche, in capolavori di assoluta grandezza quali, tra gli altri, *La metamorfosi* di Franz Kafka (1912), *La montagna*

incantata di Thomas Mann (1924), *L'uomo senza qualità* di Robert Musil (1930). Il secondo è quello dell'*engagement* (impegno), ovvero della visione dell'arte come attività “intrinsecamente politica”, secondo l'espressione coniata da Jean Paul Sartre. Ciò significava, per lo scrittore, non solo la rivendicazione della sua autosufficienza rispetto alle ragioni della politica, ma anche la riaffermazione del suo proprio destino umano ed intellettuale. Solo riconquistando la sua libertà egli pensava di poter essere di supporto alle masse, accompagnandole (od anche guidandole) nel loro processo di liberazione. E tuttavia l'*engagement*, accettato da alcuni con un certo entusiasmo (in particolare, nel movimentato contesto del dopoguerra), comincerà ben presto a mostrare le sue prime crepe. Infatti, parallelamente alla divisione del mondo in due blocchi (quello comunista, egemonizzato dal regime staliniano, e quello occidentale, sotto l'egida della potenza americana), a seguito della “Guerra fredda” la teoria sartriana dell'impegno ben presto entrerà in crisi, fino a tramontare del tutto. Gli intellettuali - nuovamente divisi tra fiducia e pessimismo, insofferenza profonda e devota adesione a nuove forme di progresso - perderanno sempre più di vista il carattere originario del loro impegno, in virtù del quale avevano presunto di poter dar vita ad un nuovo inizio della storia della cultura.

A questi due modi di concepire la vita ne va però aggiunto un terzo: frutto di una strana mescolanza di individualismo e di adesione alla realtà, di crisi soggettiva e ricerca di un continuo superamento, esso si colloca in una posizione mediana rispetto ai primi due. E' quello cui farà riferimento George Orwell nel suo romanzo *1984*. A riprova di come lo scrittore inglese non sia estraneo né al “realismo”, né ad una dimensione metafisica di tipo kafkiano (10), alla quale pure è stato associato, bastano pochi dati, relativi soprattutto al tempo ed al luogo dell'azione. Il 1984 del titolo, ad esempio, altro non è il capovolgimento di 1948, ovvero l'anno nel quale egli terminò di scrivere l'opera; i tre superstatì cui l'autore fa riferimento - Eurasia, Estasia ed Oceania - sembrano ritagliati, sia pure a larghe linee, sulla geopolitica del dopoguerra, ovvero su aree geografiche di respiro continentale, ravvisabili nella Russia (e Germania), nel Giappone (e Cina), nella Gran Bretagna (e Stati Uniti). Andando poi nel dettaglio, il Grande Fratello sembra ricalcato sull'immagine di Stalin, così come Goldstein è effigiato su quella di Trotskij. Il Partito, infine, sembra alludere al PCUS (Partito

comunista dell'Unione Sovietica), mentre il nome del protagonista (Winston) sembra scopertamente rifarsi al celebre Winston Churchill, prototipo, nelle intenzioni dell'artista, dell'intellettuale colto nella sua fase di estremo declino. Nello scrittore inglese, insomma, la dimensione dell'io, sovrapponendosi a quella dell'impegno politico, dà luogo ad una concezione crudamente realistica in senso antiutopistico, in aperta polemica con l'utopismo della sinistra e dei suoi “compagni di strada”, ovvero di quanti nutrivano ancora la speranza di poter cambiare il mondo.

E tuttavia sulla natura di questo antiutopismo profetico di *1984* si è a lungo discusso. A proposito di esso, lo studioso per eccellenza delle comunicazioni Marshall McLuhan, ad esempio, non mancò di osservare che il romanzo “non era affatto una predizione. Era una visione nostalgica del 1934. Tutte le utopie sono specchietti retrovisori...Egli [Orwell] ha gonfiato tutte quelle cose fino a creare una tensione che ha chiamato futuro”(11). Le modalità di come questa antiutopia, intrisa di realismo, finisca poi per approdare a forme organicamente reazionarie, ci è stata ben spiegata, sempre da McLuhan, in un dattiloscritto dal titolo *Il rapporto tra Ambiente e Comunicazione*.(12). Il sociologo canadese non trascurava di ricordare come Orwell, nella sua raccolta di saggi *Inside the Whale* (1940), suggerisse ai romanzieri di “entrare nella balena... di adeguarsi all'evoluzione del mondo, smettendo di contrastarla o pretendere di controllarla; semplicemente accettarla, sopportarla e registrarla”.

McLuhan considerava addirittura oltraggioso il semplice accostamento del suo nome a quello di Orwell, a proposito del quale, in una sua lettera a J.K. Keogh, si lascia conclusivamente andare al seguente sprezzante giudizio: “Ho sempre considerato Orwell un perfetto idiota, privo di qualsiasi capacità di intuizione e comprensione. La scena politica oggetto dei suoi commenti è più o meno quella di cento anni fa. A proposito dei miei “giochi di parole provocatori”, non ti è venuto in mente che il gioco di parole in sé è una tecnica metafisica per “librarsi al di sopra” delle diversità di percezione che esistono in ogni parte del linguaggio?”(13)

E tuttavia la questione qui sollevata, quella della lingua, rappresenta l'aspetto forse meno caduco dello scrittore inglese. Il tema fu da lui affrontato, in *1984*, nell'apposita *Appendice* posta a conclusione del romanzo, dal titolo *I principi della neolingua*.

Interessante è a questo proposito l’osservazione della figlia di Benedetto Croce, la studiosa Elena Croce, la quale scrive: “Fui perciò piuttosto turbata dal fatto che mio Padre, per nulla amatore di letteratura avveniristica e profetica, e neanche di favole moralistiche, desse tanta importanza a quel libro: in particolare alla profezia sulla progressiva eliminazione dell’umanità dal linguaggio, e al punto di esprimere riflessioni pessimistiche - che non gli avevo mai sentito fare nemmeno durante il fascismo - sulla facilità con cui può venire estirpata la pianta della civiltà, che impiega secoli per riscriversi”(14).

Tale giudizio ci permette di valutare anche l’aspetto formale della scrittura di Orwell, il quale sembra adeguarsi alle esigenze dei contenuti allucinati espressi, mettendo con ciò in discussione le forme espressive tradizionali. Ma, anche in questo caso, non c’è nulla di nuovo sotto il sole. Già nel romanzo del Novecento narratore e materia narrata, confondendosi tra di loro, non costituiscono più due distinte entità, sulla scorta dell’intuizionismo bergsoniano (15). Bergson aveva infatti favorito la presa di coscienza di una profonda trasformazione delle categorie gnoseologiche di tempo, di spazio, di causalità, per cui le distanze prospettiche tra scrittore e materia narrata erano destinate a mutare radicalmente: i rapporti tra le cose, ridefinendosi di continuo, sembravano non pervenire mai ad un punto di coagulo. Ed a nessun punto di coagulo giungono le allucinanti immagini di Orwell, spinte come sono verso un improbabile futuro, rispetto al quale rimane viva e vitale l’immagine -questa sì innervata di un *pathos* quasi dantesco - della natura oscura ed inafferrabile del potere. Questo, riassunto nella potente metafora del Grande Fratello - che nel romanzo costituisce l’aristotelico primo motore immobile, da cui tutto prende l’avvio -, rappresenta ancor oggi il lato oscuro e terrifico di un meccanismo che, nei suoi principi primi, sembra essere rimasto sempre identico a se stesso.

CIÒ CHE RESTA DI 1984:

LO STRABISMO D UN PROFETA DIMIDIATO

Nella sua profonda avversione al comunismo, George Orwell mostrò di non avere né il senso della storia né tanto meno quello della misura (od anche, se si vuole, quello dell’opportunità). La sua profezia a senso unico lo portò a commettere una così nutrita serie di leggerezze, tali da inficiare la

stessa credibilità del messaggio cui pure fermamente credeva. Si pensi, ad esempio, alla data di composizione di *Animal farm*: 1943-1944. Ebbene questi due anni, nei quali egli elegge a bersaglio della sua feroce satira l’URSS (alleata, peraltro, degli angloamericani), sono quelli nei quali viene combattuto il più grande scontro militare di tutti i tempi (la battaglia di Stalingrado), dal cui esito dipendevano le sorti dell’Europa intera. Non ci consta, ad esempio, che analoga attenzione sia stata riservata alla Germania nazista, la quale pure -non solo in tema di violazione delle più elementari libertà individuali e collettive, ma anche di sovvertimento delle basi dello stesso Stato di diritto - poteva costituire un ottimo punto di riferimento. Per di più, ove lo avesse fatto, lo scrittore avrebbe anche potuto non scomodare la metafisica o la profezia: nella Germania hitleriana, infatti, il Grande Fratello non solo risultava essere una entità ben reale e storicamente determinata - ormai da tempo in servizio permanente effettivo - ma aveva anche una sede (il Ministero della Propaganda) ed un referente politico (il dottor Joseph Goebbels).

Ma la prova che Orwell sia stato un profeta dimidiato, obnubilato dal velo dell’ideologia, ci viene dall’analisi che egli fa anche dei paesi liberi dell’Europa occidentali, quelli che egli intendeva difendere e tutelare. Nota a tale proposito uno dei suoi biografi: “Se l’unico effettivo contrasto era tra “democrazia” e “comunismo”, una specie di accomodamento col capitalismo -con quel capitalismo che era sul punto di diventare una democrazia sociale -fu, temporalmente in un primo tempo, poi abitualmente, concepibile. Avendo compiuto un tale accomodamento e la corrispondente identifica-



zione del “comunismo” quale unica minaccia, divenne ancora più difficile scorgere ed ammettere quali azioni l'imperialismo capitalistico fosse ancora capace di compiere [...]”(16).

Per attenerci al solo presente, gli stessi intellettuali alla Winston, ad esempio, visti da Orwell come i prototipi di una cultura occidentale dal pensiero “debole” e quindi ineluttabilmente avviata verso il viale del tramonto, non sarebbero stati affatto sconfitti in ragione della loro intelligenza con il nemico. Sarebbero state piuttosto le vittime compiacenti del loro stesso tradimento (17), da chierici quali erano e sono sempre stati. Tra la lotta e le lusinghe del potere hanno, senza esitazione alcuna, scelto quest'ultime, attratti dal miraggio del successo. Anche in questo caso, dunque, Orwell -affetto da strabismo politico - ha mostrato di non aver saputo antivedere che l'evoluzione delle più moderne forme di controllo si sarebbe verificata proprio nei regimi capitalistici a lui tanto cari, e che il modello predominante dello stato leviatano sarebbe stato non più quello dell'imposizione violenta ed autoritaria del regime staliniano, ma quello mellifluido ed accattivante delle nostre liberali democrazie. Queste, dopo aver creato i modelli antropologici e culturali più consoni ai loro interessi economici, non hanno nemmeno più bisogno di ricorrere all'imposizione autoritaria o alla coartazione delle altrui volontà. Debbono solo affidarsi ai modelli culturali da loro congegnati, che prevedono la complicità gioiosa delle vittime, ben felici di vendere la propria immagine (ad esempio nei così detti *reality show* televisivi) in cambio di un effimero momento di gloria. Nelle società ricche ed opulente dell'Occidente il Grande Fratello, da potente metafora della violenza del potere, ha finito per trasformarsi -come colmo dell'ironia! - nel patetico titolo di una trasmissione televisiva ad uso e consumo di un pubblico di estimatori che, affetti da voyeurismo democratico, possono addirittura beneficiare (potenza della libera stampa!) anche di una rivista settimanale.

Tra le più recenti notizie di cronaca, una ci è apparsa spiccare per originalità ed estro artistico. Essa così viene riportata da “l'Unità” del 15 aprile: “Per protestare contro Silvio Berlusconi, responsabile, secondo lui, di volersi accaparrare tutte le televisioni del mondo, un artista ha trascinato un apparecchio tv legato ad un orecchio per le vie di Milano: destinazione, gli uffici Mediaset di via Paleocapa. Autore dell'impresa Mark Mc Gowan,

un irlandese di 37 anni che vive a Londra. Tempo fa, in Inghilterra per protestare contro l'aumento delle tasse universitarie aveva spinto una nocciolina con il naso dall'Accademia delle Belle Arti fino a Downing Street. Ieri mattina Mc Gowan è partito dalla stazione Centrale con un televisore legato con una corda all'orecchio”.

Questo è quanto è rimasto del messaggio “profetico” di 1984: *l'happening* di un artista fantasioso che, con un televisore attaccato ad un orecchio, ha inscenato, in modo orwelliano, una forma di protesta politica (per altro più che giustificata), riuscendo ad avere solo qualche riga di pubblicità su qualche giornale. E niente altro.

E così, l'onere della lotta per una effettiva democratizzazione dei mezzi di comunicazione di massa - ieri come oggi, oggi come sempre - è ancora una volta affidata a quei pochi inguaribili utopisti che, non rassegnandosi ad accettare come imm modificabile la machiavelliana “realtà effettuale”, continuano democraticamente (e ad onta di tutto) a battersi, spinti dalla speranza che sia possibile costruire un mondo migliore. Con buona pace di Orwell e di tutta la sua antiutopia. ●

NOTE

1. Egli infatti, a proposito di *Animal farm*, scrive che il romanzo “fu il primo libro in cui tentai, con piena consapevolezza di quello che stavo facendo, di fondere fini politici e fini artistici in un unico complesso”, cit. in Giovanni Zanmarchi, *Invito alla lettura di Orwell*, Mursia, Milano 1975.
2. L. Anceschi, *Autonomia ed eteronomia dell'arte*, Garzanti, Milano 1976.
3. H.J. Jauss, *Esperienza estetica ed ermeneutica letteraria*, Il Mulino, Bologna 1988.
4. N. Branson-M. Heinemann, *L'Inghilterra negli anni Trenta*, Laterza, Bari 1973.
5. G. Orwell, 1984, Mondadori, Milano 1976.
6. G. Orwell, *op. cit.*
7. G. Orwell, *op. cit.*
8. G. Orwell, *op. cit.*
9. G. Orwell, *op. cit.*
10. Oltre a che a F. Kafka, 1984, inserito da alcuni critici nel novero del genere dell' “antiutopia”, è stato paragonato a E. Zamjatin del romanzo *Noi* (1920) e di A. Huxley del romanzo *Il mondo nuovo* (1932).
11. Affermazione contenuta in una intervista concessa a “Maclean's” (7 marzo 1977).
12. Esso sarà poi pubblicato nel 1965, con il titolo *Communication: The Human Dialogue*.
13. Lettera a J.K. Keogh (6 luglio 1970), in *Corrispondenza. 1931-1979*, SugarcoEdizioni, Milano 1990.
14. Elena Croce, George Orwell, in “Settanta”, n. 22 marzo 1972.
15. Ricordiamo che *L'évolution créatrice*, l'opera più importante del filosofo francese H. Bergson, fu pubblicata nel 1907.
16. Raymond Williams, *Orwell*, Fontana Books, Londra 1971.
17. L'espressione va intesa nel senso ad essa attribuito da J. Benda, nel suo libro *Il tradimento dei chierici*, Einaudi, Torino 1958.

Siamo tutti eterodiretti?

>>Loredana Fasciolo

“ I soli cambiamenti importanti - quelli che consentono il rinnovarsi delle civiltà - avvengono nelle opinioni, nei concetti e nelle credenze [...] L'età che inizia sarà veramente l'era delle folle...” Già nel 1895, anno della prima pubblicazione a Parigi del suo libro *Psicologia delle folle*, Gustave Le Bon (1842-1931) seppe cogliere i primi segnali dell'entrata in scena di un nuovo attore sociale: la folla.

Le caratteristiche della folla come nuova entità, nata all'inizio dello scorso secolo, vengono ancor meglio spiegate da David Riesman nel suo più famoso libro: *La folla solitaria* (1950), dove descrive il concetto fondamentale dell'*eterodirezione*. Contrapposto all'uomo *diretto dalla tradizione* (nelle società dove prevale la cultura orale) e a quello *autodiretto* (tipico delle società individualistiche e con cultura prevalentemente scritta), l'uomo *eterodiretto* - guidato cioè all'esterno - era per Riesman l'uomo che emergeva allora, in quell'America che stava divenendo civiltà di consumi e di organizzazione di massa. È un uomo che cerca l'approvazione degli altri, inseguito dal senso di solitudine e d'ansia per paura di non essere accettato, la cui unica aspirazione è quella di conformarsi agli altri.

Oggi gli strumenti principali che producono uomini eterodiretti sono i mezzi di comunicazione di massa (televisione, radio, cinema, pubblicità, giornali, riviste, cartelloni pubblicitari) che trasmettono più o meno simultaneamente - senza un contatto personale diretto - informazioni, opinioni, pensieri a un pubblico vasto, eterogeneo e anonimo.

Negli anni 50-60 la Scuola di Francoforte - attra-

verso l'opera di Marcuse, Adorno, Horkheimer e Fromm - sferra una critica senza precedenti ai mezzi di comunicazione di massa.

La loro è una riflessione sull'uomo-massa, la sua progressiva perdita di unicità entro gli stereotipi emotivo-ideologici collettivi, è un'accusa all'industria culturale (termine che preferiscono utilizzare in luogo di *mass-media*) che forma e definisce l'essere degli individui con la manipolazione e massificazione delle coscienze per ottenere un consenso psicologico totale. All'interno di un sistema ampio e molto articolato è soprattutto l'opera di Marcuse che affronta e sviluppa questo tema ne *L'uomo a una dimensione* (1964), felice sintesi delle teorie di Marx e Freud.

Tutto questo veniva scritto quando la televisione aveva fatto la sua prima apparizione ed era ancora innocua ma evidentemente veniva già percepita la minaccia incombente che poi si è pienamente materializzata.

Era il mezzo stesso che “inquietava” McLuhan (*Gli strumenti del comunicare*, 1964) che vedeva il pericolo dei *media* non tanto per il contenuto che trasmettono ma per il fatto che essi determinano le condizioni dell'informazione e impongono una visione del mondo (“il mezzo è il messaggio”).

I MEZZI DI PRODUZIONE DELLA CULTURA

Oltre agli studi presentati, molti sociologi e psicologi contemporanei considerano i *mass media* potenti strumenti di controllo sociale, un sostegno



dell'ordine stabilito. Essi hanno la capacità di far presa sulle opinioni di ciascuno, di formare opinioni universali, di omologare ai valori e ai modelli proposti distruggendo le facoltà critiche delle persone, delle quali influenzano gli atteggiamenti e ne dirigono il comportamento. Sono mezzi e strumenti volti ad ottenere consenso non più in maniera coercitiva ma con la promessa di felicità cui si può arrivare possedendo più beni possibili e uniformandosi.

Come il lavoratore diviene estraneo a quel che fa perché non possiede i mezzi di produzione così lo spettatore-consumatore diventa estraneo a ciò che è, a ciò che pensa e desidera adottando modelli stereotipati, desiderando beni che gli sono estranei, "offerti" da chi possiede i mezzi di produzione della cultura e del consenso.

Per chi avesse ancora dubbi su quanto sia stretto il rapporto tra mezzi di comunicazione di massa e democrazia, basta ricordare cosa avvenne negli anni Cinquanta in America, in quel periodo che va sotto il nome di *maccartismo*. In una situazione internazionale di incertezza e di paura, in cui la caccia ai comunisti era aperta, il senatore Joseph Raymond McCarthy si impose a livello politico grazie all'uso spregiudicato della stampa, alla mitizzazione della propria immagine e alla demonizzazione degli avversari e, soprattutto, grazie alle sue grandi capacità di falsificatore di verità, creando menzogne talmente grandi di fronte alle quali qualunque smentita appariva insufficiente. Le sue menzogne venivano riprese e amplificate da giornalisti che non avevano la determinazione e il coraggio di confutare ciò che egli diceva per non essere a loro volta accusati di essere comunisti.

Per non parlare di quell'attualissimo esempio che è sotto gli occhi di tutti, oggi in Italia: ben più grave del maccartismo perché qui non siamo in presenza del solo utilizzo della stampa ma del

possesso di gran parte dei mezzi di produzione della cultura e del consenso politico concentrato nelle mani di chi ricopre la maggior carica politica del Paese, carica "guadagnata" proprio grazie a questi mezzi. Si può parlare ancora di democrazia? O siamo piuttosto in presenza - come direbbe Marcuse - di "una confortevole, levigata, ragionevole, democratica non libertà"?

Proprio per queste sue caratteristiche, l'industria culturale dovrebbe essere regolamentata, dai paesi che vogliono essere autenticamente democratici, da efficaci leggi e convenzioni etiche che tutelino i fruitori permettendo e favorendo la pluralità delle informazioni e delle opinioni.

I "PRODOTTI"

Di quanto la televisione in questi 50 anni sia riuscita nel suo intento di mutare i comportamenti, il sentire di milioni di persone, ne abbiamo una riprova guardando proprio alla tv i suoi "prodotti" che essa mostra orgogliosamente: sono quegli uomini e quelle donne, poco più che replicanti, automi che affollano le trasmissioni-spazzatura, individui che non hanno mai avuto un'esperienza propria, non sanno come sono ma sanno come gli altri si attendono che siano o che facciano, che fingono di piangere, di ridere, di litigare, di... vivere, che hanno sostituito il colloquio comunicativo con chiacchiere insignificanti e la cui inconcludente disperazione ha preso il posto di un'autentica sofferenza.

Davanti alla crescente complessità della società, degli avvenimenti, le persone sono sempre meno disposte a cambiare le loro idee in base alla propria esperienza e preferiscono leggerla alla luce di spiegazioni prefabbricate e condivise dalla maggioranza dei loro pari.

I nuovi totalitarismi son questi, è l'impossibilità-incapacità di trascendere la società e se stessi.

Uno dei compiti fondamentali della scuola dovrebbe dunque essere quello di fornire i ragazzi degli strumenti mentali capaci di dominare le "grammatiche" e le "tecniche di costruzione" dei linguaggi dell'industria della cultura, gli stessi descritti nei libri citati e in numerosissimi altri (vedi *bibliografia* a p. 92), che bisogna far conoscere, far leggere. Per non perdere o per riacquistare la nostra autodirezione, leggiamoli e rileggiamoli anche noi e non lasciamo che a farlo siano soltanto gli aspiranti dittatori. ●



Arte plastica in movimento

>> Marco Pellitteri

Per la casa editrice Valore Scuola è in corso di pubblicazione il libro di Marco Pellitteri Conoscere l'animazione. Forme, linguaggi e pedagogie del cinema animato per ragazzi (collana "Biblioteca dell'Insegnante", pp. 250, euro 12,50) che tratta tra l'altro di disegni animati e tv. Riportiamo una parte dell'Introduzione di questo interessante libro e una sintesi dell'Indice.

Parlare di animazione non è semplice. L'animazione, così come il fumetto o altre forme d'intrattenimento ritenute per bambini ma in realtà destinate, nelle loro varie forme, a tutti i pubblici, è al tempo stesso una vera e propria arte, una forma espressiva, una forma narrativa.

Qualificare l'animazione come forma d'arte è naturale. "Arte plastica in movimento" è stata, talvolta, definita. E alla radice l'animazione è questo: il movimento fatto arte; un po' come la danza, per certi aspetti. L'animazione è per ciò stesso anche una forma espressiva: gli animatori, questi particolari progettisti del moto, con le più svariate tecniche, con i più diversi strumenti esprimono la loro arte, la loro visione del mondo o la loro visionarietà, che essa sia di tipo figurativo o astratto. Tuttavia l'animazione può anche essere un linguaggio narrativo, può raccontare storie servendosi delle più consolidate tecniche affabulatorie in vigore nella narrazione *tout court*. Ed è questo il tipo di animazione più noto, quello che vediamo al cinema o alla televisione. Vedremo comunque che l'animazione "narrativa" è solo uno dei vari tipi di animazione possibili, per quanto sia quello più noto e diffuso fra il grande pubblico.

L'animazione non è solo un'attività artistica in senso stretto. Essa è anche un'industria, o meglio, può essere un'industria se inquadrata nell'ottica del voluttuario, dell'intrattenimento per le grandi platee, del cinema per famiglie, dei programmi televisivi. L'animazione è individuata in un vasto arco che va dall'espressione artistica in senso stretto allo spettacolo popolare in senso ampio. Al primo estremo di questo *range* l'obiettivo dell'animatore,

figura in questo caso per lo più solitaria o, al massimo, circoscritta *équipe* di artisti - impegnati in manufatti cinematografici quali cortometraggi sperimentali, animazioni astratte, *video-performance* realizzati sui più vari supporti tecnici - è essenzialmente di tipo estetico, incentrato intorno a una ricerca personale e su di una precisa visione artistica dell'animazione sia in quanto tecnica visuale sia in quanto veicolo di contenuti e linguaggi d'avanguardia. All'altro capo di questo ampio dominio v'è l'animazione commerciale, sia cinematografica sia televisiva, fatta di cartoon disneyani classici e contemporanei, di sit-com animate come *I Simpson*, di serie televisive giapponesi, di lungometraggi di scuola europea e destinati al pubblico dei ragazzi e delle famiglie [...].

Conoscere l'animazione cercherà di spiegare in modo propedeutico cos'è l'animazione, e cos'è in particolare l'animazione narrativa destinata ai ragazzi, proponendosi come un possibile, piccolo aiuto per gli educatori, gli insegnanti, i bibliotecari, gli studenti (e, si spera, anche gli appassionati), un *vademecum* per chi ritiene che l'animazione possa essere, oltre che un avvincente passatempo, anche un valido strumento di formazione personale, se adeguatamente utilizzato. Tuttavia, per parlare opportunamente di animazione, delle sue caratteristiche linguistiche ed espressive, e delle sue possibilità pedagogiche, è forse il caso di fare inizialmente, in questa Introduzione, un po' il "giro largo", occupandoci di



temi pedagogici, di comunicazione, di media di massa.

PEDAGOGIA E COMUNICAZIONE. COMPLESSITÀ, GLOBALIZZAZIONE, MULTIMEDIALITÀ

[...]. È attorno a tre temi centrali che, a mio avviso, è possibile inquadrare i principali approcci teorici che negli ultimi anni hanno portato a non indifferenti innovazioni nella ricerca pedagogica. Tali novità teoriche possono essere utili in vista di un inserimento organico nella didattica scolastica di nuove forme di coinvolgimento per i ragazzi, fra cui ovviamente andrà annoverata l'animazione come possibile supporto didattico-pedagogico. Si tratta delle *teorie della complessità*, del processo politico-economico e culturale popolarmente definito *globalizzazione* e dell'avvento della *multimedialità*. Tali macro-aspetti comprendono moltissimi altri fattori che hanno influenzato buona parte dei recenti approcci educativi - specie in ambito teorico - e, nel caso degli analisti più lungimiranti, ne sono stati veri e propri criteri-guida.

[...] Infine, la multimedialità. Non c'è bisogno di sottolineare che, a partire dalla fine del xix secolo, con il rapido avvento della società dello spettacolo e poi della società di massa, gli apparati produttivi si siano modificati e abbiano trascinato nel loro processo di trasformazione anche le pratiche

di gestione del tempo libero, di percezione del sé e di costruzione del senso da parte di quel nuovo soggetto sociale che sarebbe diventato protagonista, inconsapevole e pressoché assoluto, del xx secolo: il pubblico. Nell'osservare la storia dei *media* e il loro rapporto con il pubblico è facile notare il cambiamento di prospettiva: nel passaggio psicologico e sociologico dai media a tecnologia meccanica a quelli a tecnologia elettrica, e poi da questi ai media elettronici (essenzialmente la tv), fino all'altro ieri, con l'avvento dei media digitali, si sono verificati a intervalli di circa trent'anni quelli che attenti osservatori hanno definito cambi di paradigma cognitivo. Con il multimediale è avvenuto il transito dal predominio di forme mediatiche a base astrattiva (la scrittura e la stampa), proprie della cultura classica, alla compresenza, vista spesso in termini di conflittualità, con apparati mediali a base *immersiva*, quali la tv, il videogiochi, il computer. Da una società che faceva delle facoltà di astrazione la sua principale risorsa intellettuale si è passati a un approccio per il quale i media - e i saperi che essi veicolano - sono vissuti come ambienti nei quali immagini, suoni, interazioni sono l'*humus* in cui immergersi, vivere, orientarsi. Questo è particolarmente vero per le giovani generazioni, dirette interessate dei nuovi approcci teorici di area educativa.

Purtroppo la conflittualità cui si accennava costituisce una forte resistenza ideologica che solo a piccole tappe è in fase di attenuazione. Ancora nelle direttive di governo del 1997 in merito alla presenza delle tecnologie a scuola, erano evidenti le errate congetture con le quali il mondo istituzionale si riferiva al mondo dei media, ridotti a macchine di ausilio didattico invece che visti come elementi ormai fondanti della vita quotidiana delle nuove generazioni. Nel mondo della scuola bisogna ancora lavorare perché concetti e pratiche come la lettura ipertestuale, la reticolarità e soprattutto l'interattività siano accettate come parte integrante dei curricoli, e non più come appendici poco gradite.

In questo discorso sulla complessità, sulla globalizzazione e sulla multiculturalità, e infine sui *media*



di massa, si inserisce alla perfezione il dibattito sui nuovi, potenziali strumenti di apprendimento e di arricchimento emotivo che sarebbe possibile usare nella scuola e in generale con i bambini e i ragazzi. È infatti da un forte scollamento fra i metodi e gli strumenti didattici più classici, e quelli considerati ancora come “esotici” e velleitari, afferenti all’area della multimedialità e in generale esterni alla cultura libresco, che deriva l’altrettanto marcata distanza che si rileva molto spesso fra la classe docente e i giovani studenti delle scuole. Questa lontananza nella mentalità, nella formazione culturale, nei mondi di riferimento, è però colmabile se, a partire da uno sforzo di volontà e di applicazione dei docenti, si provi a calpestare un terreno comune. Questo terreno comune il più delle volte sarà più facile da attraversare qualora si tratti del grande bacino immaginifico dei ragazzi, vale a dire i loro personaggi preferiti, i loro eroi, e - in generale - i linguaggi e le forme espressive a cui essi si riferiscono con estrema consuetudine nel loro quotidiano. Fumetti, videogiochi, cinema d’animazione, in particolare.

Qui, naturalmente, ci si sta occupando nello specifico di animazione, e non a caso. L’animazione è un linguaggio dell’audiovisualità, afferente alla cinematografia da un lato, e ai codici televisivi dall’altro; non è interattiva come il videogioco ed è tuttavia dotata di un’elevatissima capacità educativa sul piano dei contenuti - cosa molto più rara nel *videogame*, per quanto quest’ultimo sviluppi notevoli capacità di coordinazione visuomotoria e nell’orientamento spaziale - e su quello dell’estetica visuale; il suo uso a scuola può basarsi su molte attività e può giovare di molti personaggi famosi e amati fra i ragazzi e le ragazze.

Prima di affrontare il soggetto principe di questo libro, è però opportuno operare qualche altra puntualizzazione su alcune modifiche che le nuove generazioni hanno attraversato contestualmente alle trasformazioni del sistema dei media. Il passaggio da media per lo più a ricezione passiva a media a ricezione attiva o addirittura interattiva sta molto modificando le pratiche fruibili mediatiche. Il contrasto fra “opera chiusa” e “opera aperta” di echiana memoria entra in questo discorso nella misura in cui talvolta non vi sia più netta separazione, nella produzione culturale, fra creatori e recettori. I giovanissimi, abituati fin da piccoli a utilizzare media interattivi in cui non vige più - non con la stessa intensità - il disequilibrio fra chi somministra i prodotti

d’intrattenimento e chi li recepisce, oggi basano il loro ascolto e la loro attenzione in modo diverso da come avveniva per i loro genitori o anche solo per i loro fratelli maggiori. È in atto un colossale cambiamento delle attitudini, degli atteggiamenti e delle facoltà d’attenzione di quella cruciale figura della dialettica interna all’apparato dei media di massa che è il destinatario [...].

Quindi l’animazione commerciale per ragazzi, nel suo complesso, con i suoi eroi e i suoi mondi narrativi, può arrivare a essere un apparato polimediale, multipiattaforma, capace non solo di generare indotti economici ragguardevoli, ma soprattutto di pervadere il mondo immaginifico dei bambini e dei ragazzi. Ora, nonostante la trattazione che segue si concentri per lo più sull’animazione intesa come forma narrativa - con i suoi stili, le sue tecniche, i suoi valori, i suoi linguaggi - e solo tangenzialmente e telegraficamente tratti delle sue caratteristiche più commerciali, è sempre bene tenere a mente che essa, così come tutte le altre forme di intrattenimento - che siano destinate ai giovani o agli adulti - non è un’isola circondata dal mare ma fa parte di un complesso sistema di interrelazioni all’interno dell’apparato dei media. I bambini questo non lo sanno, e si limitano a godere dei mondi fantastici che vengono loro proposti dalle televisioni, dal cinema e dai mercati del voluttuario; è però opportuno che lo sappiamo noi adulti, e che teniamo costantemente a mente tutta la struttura che sta sotto al vasto immaginario multimediale che fa capo a eroi animati quali Topolino, Pikachû o Shrek. ●

Sintesi dell’indice

(Sono indicate soltanto le voci principali, prive di paragrafi e subparagrafi)

Introduzione

- I. Note preliminari. Cinema, tv, mass media
- II. L’animazione, questa sconosciuta
- III. I cartoon. Pensarli, crearli, mostrarli
- IV. Le polemiche sui cartoon
- V. Un sintetico vademecum per l’animazione
- VI. Micro-guida al cinema d’animazione
- VII. Piccola bacheca degli appunti

Conclusioni

Glossario tecnico

Riferimenti bibliografici

Bibliografia

a cura di Giorgio Bini e Loredana Fasciolo

- AA.VV., *I bambini e la Tv*, Genova, Sagep, 1987;
- AA.VV. *Didattica televisiva*, Roma, Sovera, 1993;
- AA.VV., *Famiglia e Tv. Istruzioni per l'uso*, Torino, SEI, 1996;
- A. Abruzzese, *Lo splendore della Tv*, Genova, Costa e Nolan, 1995;
- S.S. Acquaviva, I. De Sandre, G. Scarpellone, *Tv e immagine del mondo nella prima infanzia*, Roma, Editori Riuniti, 1976;
- E. Arcenas, *Curriculum mass media*, Torino, SEI, 1963;
- P. Ardigzone, *Televisione e processi formativi*, Milano, Unicopli, 1997;
- B. Bachmair, *Cosa fa la Tv ai bambini?*, Torino, Leumann, Elle Di Ci, 1997;
- P. Baldelli, *Comunicazione audiovisiva e educazione*, Firenze, La Nuova Italia, 1966;
- M. Baldini, *Storia della comunicazione*, Roma, Newton, 1995
- A. Barbato, *Come si manipola l'informazione*, Editori Riuniti, 1996
- Z. Bauman, *La solitudine del cittadino globale*, Feltrinelli, 2000;
- P. Bertolini, R. Massa, *I bambini e la Tv*, Milano, Feltrinelli, 1976;
- P. Bertolini, M. Manini (a cura di), *I figli della Tv*, Scandicci, La Nuova Italia, 1998;
- N. Bobbio, G. Bosetti, G. Vattimo, *La sinistra nell'era del karaoke*, Roma, Reser, 1994;
- F. Bökelmann, *Teoria della comunicazione di massa*, Torino, ERI, 1980;
- P. Bourdieu, *Sulla televisione*, Milano, Feltrinelli, 1997;
- K. Branduardi, W. Moro, *Apprendere con la televisione*, Firenze, La Nuova Italia, 1997;
- G.P. Caprettini, *Totem tivù*, Venezia, Marsilio, 1994;
- G. Caprettini, *La scatola parlante*, Roma, Editori Riuniti, 1996;
- L. Caronia, V. Gherardi, *La pagina e lo schermo*, Firenze, La Nuova Italia, 1991;
- L. Castellani, *Leggere e scrivere audiovisivo*, Brescia, La Scuola, 1986;
- L. Castellani, *La Tv dell'anno zero*, Roma, Studium, 1995;
- G. Cesareo, *La televisione spreca*, Milano, Feltrinelli, 1974;
- G. Cesareo, P. Rodi, *Il mercato dei sogni*, Milano, B. Mondadori, 1996;
- N. Chomsky, *Il potere dei media*, Firenze, Vallecchi, 1994;
- N. Chomsky, E.S. Herman, *La fabbrica del consenso*, Milano, Tropea, 1998;
- I. Cipriani, *La televisione*, Roma, Editori Riuniti, 1980;
- Coordinamento Genitori Democratici "Loris Malaguzzi", *L'ha detto la Tv! E allora?* Torino, Gruppo Abele, 1996;
- F. Cosetti, F. di Chio, *Analisi della televisione*, Milano, Bompiani, 1998;
- M.A. Croce, *Comunicazioni di massa, tecniche audiovisive e società: una valutazione sperimentale*, Bologna, Il Mulino, 1974;
- M. D'Alessio, *Posso guardare la Tv?*, Milano, Angeli, 2003;
- M. D'Amato, *Per amore, per gioco, per forza*, Roma, RAI VQPT, 1988;
- M. D'Amato, *Lo schermo incantato*, Roma, Editori Riuniti, 1989;
- M. D'Amato, *Bambini e Tv*, Milano, Il Saggiatore, Flammarion, 1997;
- M. D'Amato, *I teleroi*, Roma, Editori Riuniti, 1999;
- D. de Kerckhove, *La civilizzazione video-cristiana*, Milano, Feltrinelli, 1995;
- J. Derrida, B. Stiegler, *Ecografia della televisione*, Milano, Cortina, 1997;
- E. Detti, *I "nemici" della lettura*, Firenze, La Nuova Italia, 1998 (2° ed. 2002);
- E. Detti, R. Maragliano, *La tv di testo*, Editori Riuniti 1991;
- A. Dorr, *Televisione e bambini*, Torino, Nuova ERI, 1990;
- U. Eco, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani, 1964;
- H.J. Eysenk, D.K. Nias, *Sesso violenza e media*, Roma, Armando, 1978;
- S. Fabri, F. Lazzarato, V. Ongini (a cura di), *Il libro nella pancia del video*, Roma, Ediesse, 1986;
- R. Farné, *Buona Maestra Tv*, Roma, Carocci, 2003;
- G. Feyles, *La televisione secondo Aristotele*, Roma, Editori Riuniti, 2003;
- Il futuro della televisione*, in "Famiglia oggi", n. 10, 1996;
- G. Gamaleri, *Televisione e diritti della persona*, Torino, SEI, 1996;
- G. Genovesi, *Scuola parallela e mass media*, Firenze, La Nuova Italia, 1981;
- R. Giannatelli, P.C. Rivoltella, *Teleduchiamo*, Elle Di Ci, 1994;
- R. Giannatelli, P.G. Rivoltella, *Le impronte di Robinson*, Torino, Elle Di Ci, 1995;
- G. Gilder, *La vita dopo la televisione*, Roma, Castelvechi, 1995;
- A. Grasso, *Storia della televisione italiana*, Milano, Garzanti, 1992,
- A. Grasso, *Enciclopedia della televisione*, Milano, Garzanti, 1996;
- P.M. Greenfield, *Mente e media*, Roma, Armando, 1985;
- J. Jacobelli, *Cento no alla Tv*, Roma-Bari, Laterza, 1996;
- J. Jacobelli (a cura di), *La realtà del virtuale*, Roma-Bari, Laterza, 1998;
- Ch.M. Lane, *Genitori col telecomando*, Padova, ed. del Messaggero, 1994;
- C. Lastrego, F. Testa, *Dalla televisione al libro*, Torino, Einaudi, 1988;
- C. Lastrego, F. Testa, *Istruzioni per l'uso del televisore*, Torino, Einaudi, 1990;
- P.G. Liverani, *Essere o non essere televisivo*,

- Bologna, EDB, 2000;
- O.G. Liverani, *Minimanuale della famiglia televisiva*, Bologna, EDB, 2000;
- M. Lodi, *La Tv a capotavola*, Milano, Mondadori, 1994;
- M. Lodi, *La realtà televisiva*, Roma-Bari, Laterza, 1998;
- M. Lodi, A. Pellai, V. Slepoj, *Cara Tv con te non ci sto più*, Milano, Angeli, 1997;
- N. Luhmann, *Teoria della società o tecnologia sociale* (1971), Milano, 1973;
- L. Lurçat, *Il bambino e la televisione*, Roma, Armando, 1985;
- B. Lussato, *I bambini e il video*, Milano, Valldard, 1991;
- M. Maida, *Scrivere con le immagini*, Torino, ERI, 1983;
- M. Mc Luhan, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Garzanti, 1997;
- M. Mc Luhan, *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, Roma, Armando, 1976;
- D. Mc Quail, *Le comunicazioni di massa*, Bologna, Il Mulino, 1986;
- M.A. Manacorda, *Il linguaggio televisivo*, Armando, 1980;
- J. Mander, *Quattro argomenti per eliminare la televisione*, Bari, Dedalo, 1982;
- E. Manna, *Età evolutiva e televisione*, Torino, ERI, 1982;
- R. Maragliano, *Manuale di didattica multimediale*, Roma-Bari, Laterza, 1994;
- R. Maragliano e altri, *Formazione e nuovi media*, Roma, NIS, 1995;
- H. Marcuse, *L'uomo a una dimensione*, Torino, Einaudi, 1967;
- F. Mariet, *Lasciateli guardare la Tv*, Roma, Anicia, 1992;
- P. Martini, *Maledetta Tv*, Arezzo, Limina, 1996;
- C.M. Martini, *Dialogo con il televisore*, "l'Unità", 1993;
- V. Mazza, *Usare la Tv senza farsi usare*, Torino, Sonda, 2002;
- E. Menduni, *La più amata dagli italiani*, Bologna, Il Mulino, 1996;
- M. Morcellini, *La Tv fa bene ai bambini*, Roma, Meltemi, 1999;
- E. Morin, *L'industria culturale*, Bologna, Il Mulino, 1969;
- W. Moro, *Didattica della comunicazione visiva*, Firenze, La Nuova Italia, 1985;
- W. Moro, *Insegnare Tv a scuola*, Firenze, La Nuova Italia, 1991;
- A. Oliva, *Ragazzi, pubblicità!*, Milano, Il Sole 24 ore, 1988;
- A. Oliverio Ferraris, *Insegnare la Tv*, Roma, Valorescuola, 1994;
- A. Oliverio Ferraris, *Tv per un figlio*, Roma, Bari, Laterza, 1995;
- A. Oliverio Ferraris, *Grammatica televisiva*, Milano, Raffaele Cortina, 1997;
- W.J. Ong, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Il Mulino, Bologna, 1986;
- P. Ortoleva, *Mass media: nascita e industrializzazione*, Firenze, Giunti, 1995;
- P. Ortoleva, *Guerra e mass media: strumenti e modi della comunicazione in contesto bellico*, (a cura di P. Ortoleva e C. Ottaviano), Napoli, Liguori, 1994;
- P. Ortoleva, *Società dell'informazione. Il sistema dei media nel Novecento*, Roma, Anicia, 1992;
- R. Parascandolo, *La televisione oltre la televisione*, Roma, Editori Riuniti, 2000;
- A. Pellai, *Il bambino che addomestica il televisore*, Milano, Angeli, 1996;
- A. Pellai, *Teen television*, Milano, Angeli, 1999;
- B. Placido, *La televisione col cagnolino*, Bologna, Il Mulino, 1993;
- K.R. Popper, J. Condry, *Cattiva maestra televisione*, Reset, 1994 (Marsilio, 2002);
- R. Porro, *Infanzia e mass-media*, Milano, Angeli, 1984;
- N. Postman, *Ecologia dei media*, Roma, Armando, 1981;
- N. Postman, *La scomparsa dell'infanzia*, Roma, Armando, 1984;
- N. Postman, *Divertirsi da morire*, Venezia, Marsilio, 2002;
- A. Quattrocchi, *Come e perché difendersi dalla Tv (e difendere i vostri figli)*, in "Maremma e dintorni", 19-20, 1986;
- A. Quattrocchi, *Dai... stacca la spina*, Pomezia, Erre Emme, 1996;
- M. Ragusa, P. Roversi, *Manuale di autodifesa televisiva*, Milano, Sperling & Kupfer, 1992;
- D. Riesman, *La folla solitaria*, Il Mulino, Bologna, 1999;
- A. Salerno (a cura di), *Violenza in Tv. Il rapporto di Los Angeles*, Reset, 1996;
- G. Sartori, *Homo videns*, Roma, Bari, Laterza, 1997;
- C. Scaglioso, *Mass-media*, Brescia, La Scuola, 1984;
- F. Scianò, *Caro amico, ti scrivo dalla Tv*, Milano, Ed. Paoline, 1996;
- S. Spini, *Televisione e problemi educativi*, Brescia, La Scuola, 1995;
- G. Statera, S. Bentivegna, *Crescere con lo spot*, Nuova ERI, 1990;
- A. Swingewood, *Il mito della cultura di massa*, Roma, Editori Riuniti, 1980;
- I. Tanoni, *Linguaggi dei mass-media e scuola dell'infanzia*, Teramo, Giunti e Lisciani, 1993;
- L. Trisciuzzi, S. Ulivieri (a cura di), *Il bambino televisivo*, Teramo, Giunti e Lisciani, 1993;
- D. Viganò, G. Michelone, M.L. Ionda, *I figli e la televisione*, Milano, In dialogo, 1995;
- V. Vita, *L'inganno multimediale*, Roma, Meltemi, 1998;
- M. Winn, *La droga televisiva*, Roma, Armando, 1977;
- M. Winn, *Bambini senza infanzia*, Roma, Armando, 1984;
- M. Winn, *Stacciamo la spina, alla droga Tv*, Roma, Armando, 1991;
- U. Volli, *Il libro della comunicazione: idee, strumenti, modelli*, Milano - Stampa, 2003;
- M. Wolf, *Teoria delle comunicazioni di massa*, Milano, Il Saggiatore, 1985;
- M. Wolf, *Gli effetti sociali dei media*, Milano, Bompiani, 1992;
- Ch.R. Wright, *La comunicazione di massa*, Roma, Armando, 1970

Piccola antologia

>> a cura di Ermanno Detti



Nel 1991 la rivista "Riforma della scuola" pubblicò, nel n. 7/8, un monografico dal titolo "La tv di testo" che avanzava proposte in fatto di tv e formazione. Quel numero ebbe un notevole successo di pubblico, tant'è vero che gli Editori Riuniti decisero di trasformarlo in un libro dallo stesso titolo a cura di chi scrive e di Roberto Maragliano. A quel numero di "Riforma" collaborarono personalità del mondo della pedagogia, della scuola e dell'università, dello spettacolo, tra cui ricordiamo M. Grazia Abbamonte,

Alberto Abruzzese,

Piero Angela, Andrea Barbato, Giorgio Bini, Giulio Carminati,

Carmine De Luca, Antonio Faeti, Franco Frabboni, Luciano Galliani,

Erica Ghini, Lilli Gruber, Loredana Lipperini, Ornella Martini,

Luisa Mattia, Enrico Menduni, Paolo Migliorini, Gianni Minoli,

Peppino Ortoleva, Chiara Ottaviano, Franco Poggianti, Filippo Porcelli,

Roberta Russo, Antonio Thiery, Fabio Troncanelli, Luca Vitali, Ugo Volli,

Sergio Zavoli.

Non ci risulta tuttavia che quelle interessanti proposte siano mai state prese in considerazione dalle forze politiche. Riproponiamo qui di seguito alcuni

**AL DI LÀ DEL PARADIGMA
COMUNICATIVO****Il piacere di essere dirottati***Ugo Volli*

È importante rendersi conto bene, discutendo della tv, di come funzioni questa dimensione funzionale; non si tratta solo della falsità scenica caratteristica di tante riprese (i muri dello studio che sono di tela dipinta, il pubblico che applaude a comando, l'albero di Natale decorato solo dal lato delle telecamere, la sistematica alterazione dello spazio e del tempo delle riprese), che funzionano così bene sulla base dell'effetto di realtà caratte-

ristico del mezzo. Il punto fondamentale è la costruzione di eventi in funzione della loro ripresa, e la creazione di domande, aspettative, domande intorno ad essi. Si può in questo caso prendere alla lettera la parola "divertimento" e pensare che il piacere consista nell'essere dirottati, portati su un'altra strada, fatti evadere. E' chiaro che questo obiettivo è comune in parte a molte arti della *fiction*, dalla letteratura al teatro; ma la televisione si avvale di un effetto di realtà ignoto alla scrittura e al palcoscenico; e soprattutto può procedere ai suoi giochi di evasione senza necessariamente avvalersi della struttura ingombrante della narrazione. I quiz, lo sport, il varietà, i concorsi di

canzoni, i giochi "estivi" sono strutture che funzionano altrettanto bene delle *novelas* per strutturare il tempo e creare imprevedibilità fittizia. Spero con questi ragionamenti di aver mostrato l'inadeguatezza del paradigma comunicativo; non - voglio ripeterlo - perché lo consideri sbagliato, ma al contrario per integrarlo con altre metafore ermeneutiche più adatte a descrivere il funzionamento effettivo di un impiego del tempo che si può misurare, in Italia, in miliardi di ore al mese. Questo è un campo abbastanza inesplorato, perché la grande maggioranza degli studi sulla televisione si sono fatti sotto l'influenza, più o meno tacita della metafora comunicativa. [...]

**LA NEOTELEVISIONE
CON FUNZIONI TRASVERSALI****Vuoti, strappi
e potenza innovativa della tv***Alberto Abruzzese*

I nuovi dispositivi elettronici portano sino alle estreme conseguenze l'artificializzazione delle facoltà e dei sensi umani. Ci mostrano la possibilità di combinare insieme - come e quando sia necessario - l'uso della scrittura così come del mezzo cinemato-

grafico, del video così come del disegno e della fotografia, della grafica così come della musica e della voce, delle immagini analogiche così come di quelle digitali; di procedimenti fortemente concettuali e di simulazioni totali dei sensi e dei desideri; di momenti rigorosamente individuali e momenti di dialogo o di impatto collettivo; di massimi localismi e di livelli planetari; di memorie personali, memorie specializzate e memorie di massa; di atti di legge e atti di pirateria; di lavoro e di divertimento; ecc. Ecco la

nuova strumentazione che si offre al bisogno che abbiamo di "costruire la realtà". Ma tutto ciò, ci piaccia o non ci piaccia, nasce dal sistema televisivo e dai suoi bordi (penso ad esempio ai *war games*, alla videoarte, al fumetto, alla pornografia, ecc.), o dalle sue emergenze (penso alla pubblicità, alle clip musicali, ecc.) o ai suoi punti di fuga e di catastrofe (penso alle radio di quartiere, ai quiz telefonici, alla tv-verità, alle "schegge", e ai "blob", alle videocassette, alla *pay tv*, al videotel...).

**SE SI È CONTRO
LE SCHEGGE COGNITIVE****La terapia:
un'overdose di lettura***Franco Frabboni*

Quale il controveleno per questa "triplice" insidia (l'isolamen-

to/solitudine del bambino, i saperi sbriciolati, il linguaggio scritto standardizzato) in agguato dietro l'angolo della rivoluzione del nostro sistema culturale? Quale steccato pedagogico va eretto sollecitamente a scuola per arginare la pervasità-invasione di una galassia semiologica elettronica, computerizzata, automatizzata?

Risposta. La barriera pedagogica "vincente", capace di reggere l'urto degli odierni "imparabili" alfabeti elettronici (simboleggiati dal televideo), è senz'ombra di dubbio quella del libro (e del suo consumo: la lettura). In altre parole. Di fronte all'irruzione di un sistema culturale elettronico si fa improcrastinabile l'appello

pedagogico - a genitori e insegnanti perché si facciano portatori "sani" del morbo della lettura. Con la finalità - aggiungiamo - non tanto di eliminare la fruizione del mercato dei nuovi alfabeti o di combatterne la diffusione e il consumo, quanto piuttosto di evitare che il *personalmedia* si renda - nella ricezione del bambino - una macchina di indottrinamento intellettuale, di cattura ideologica, di pressione e di condizionamento emotivo. Tutto questo per dire che l'alfabetizzazione (primaria e secondaria) della scuola dovrà porre nel proprio mirino pedagogico il saper leggere come padronanza/competenza ineludibile per l'allievo che popolerà da

protagonista il prossimo millennio. Sottoposto come sarà al futuro bombardamento semiologico (una vera e propria pioggia di "segni") egli dovrà essere in grado di cogliere ed allacciare i fili di un gigantesco gomitolo cognitivo: quindi, di capire e di saper usare i nessi che legano insieme i tanti anelli sparsi delle "conoscenze". L'educazione alla lettura - e conseguentemente la pratica quotidiana (a scuola come a casa) del libro - è compito primario della scuola in prospettiva duemila, se non si vorrà abbandonare il bambino - attonito e impotente - dentro ad un mondo dai segni ambivalenti, spesso incomprensibili, e fors'anche

incomunicabili? Con il risultato di dividere cultura da cultura, ceto sociale da ceto sociale. Lo scolaro di questa nostra contrada storica qualora fosse sprovvisto del controllo degli alfabeti scritti rischierebbe grosso. Nel senso che le informazioni-conoscenze che lo bombardano quotidianamente gli apparirebbero, senza scampo, come una confusa ammicchiata di *cachet* nozionistici. Una sorta di pillolario cognitivo (un cesto di "schegge" cognitive) che se restasse scisso da un quadro culturale d'insieme potrebbe accendere "discoverde" ad un sillabario di alfabeti dalle lettere magiche, superstiziose, soprannaturali.

DALLA FORMA LIBRO ALLA FORMA VIDEO

Le tre culture

Roberto Maragliano

La cultura classica è fondata sull'assunto della non omogeneità tra saperi scolastici e saperi mondani: i primi risulterebbero tanto più "formativi" quanto più si muovono su logiche e concettualizzazioni di qualità diversa rispetto a quelle praticate dai "saperi della vita" (il latino è appunto scolastico in quanto si sottrae a un uso professionale e assicura un dominio "astratto" del campo linguistico). La cultura moderna si propone di allargare l'ambito dei saperi trattati dalla scuola, includendovi alcuni degli elementi che caratterizzano lo sviluppo e l'uso dei saperi mondani: ne scaturiscono degli insiemi di conoscenze la cui garanzia di formatività non è data come presupposto ma come esito di un processo, il quale include (e in

posizione non marginale) la dimensione della loro utilità, sociale e individuale (si pensi alla recente proposta di accogliere le materie economico-giuridiche nel curriculum della scuola superiore).

La cultura post-moderna si muove, apparentemente, al di fuori di logiche predefinite, in quanto è costretta a misurarsi con l'abbattimento dei confini tradizionali tra le diverse aree del sapere: uno sconvolgimento la cui causa è da vedere nel fenomeno della moltiplicazione dei linguaggi, e quindi nell'azione del sistema dei *media*. Solo a questo livello sembrerebbe far capolino il problema, precedentemente sollevato, delle tecnologie comunicative, e quindi il tema che qui ci è stato assegnato della televisione. Non è così. Infatti la consapevolezza che oggi non possiamo non avere dello stretto legame fra processi socio-culturali e azione dei mezzi deve diventare uno strumento valido per riflettere attorno a culture che nel passato non potevamo interpretare in questa chiave: non per-

ché mancassero i presupposti fattuali ma perché mancavano i presupposti conoscitivi. E' il caso della cultura pedagogico-classica e di quella pedagogico-moderna, che andrebbero dunque riconcettualizzate tenendo conto delle loro matrici tecnologiche.

Viene dunque da chiedersi: se il post-moderno sta in intimo rapporto con la telecomunicazione, a che cosa si rapportano gli altri sistemi, su quali tecnologie fanno affidamento?

Rischiando lo schematismo, sono indotto a sostenere che alla base della cultura classica agisce la forma libro, cioè l'idea che il sapere scolastico sia circoscrivibile e linearizzabile allo stesso modo di un testo stampato (uguale per tutti coloro che lo sanno leggere, così come un'elevata esperienza di formazione dovrebbe produrre esiti simili in tutti coloro che ne sono degni). Non è il caso di sottolineare che nell'ultimo secolo la storia della scuola, le vicende dell'alfabetismo e gli sviluppi dell'editoria

hanno avuto andamenti incrociati e per molti aspetti coordinati. In altri termini la *forma mentis* della scuola classica (quella "restaurata", in ambito nazionale, da Gentile) è in tutto e per tutto coerente con la tecnologia del libro a stampa, meglio con un'idea ristretta di testo.

Con l'affermarsi di una pedagogia della modernità, che qualifica buona parte degli sforzi (prima teorici, poi pratici) messi in atto per aprire la scuola alla società e per abbattere la supremazia dei modelli trasmissivi, il libro non ha smesso di funzionare come paradigma fondamentale per la scelta e l'organizzazione dei saperi dell'insegnamento. Ma se nell'universo classico esso funziona come criterio di delimitazione-ordinamento dei saperi degni, e quindi di difesa nei confronti di ogni intrusione dall'esterno (non c'è esperienza disci-

plinare, dentro la scuola tradizionale, che non scaturisca dalle pagine del testo), nel nuovo ambito di discorso funziona più che altro come "finestra sul mondo", e come strumento formale dotato di una validità generale, capace cioè di ordinare tutto: non solo i saperi astratti ma anche quelli concreti, non solo quelli dell'"ozio" ma anche quelli della pratica, non solo le forme della conoscenza ma anche quelle dell'operatività e del comportamento. Aprirsi all'esterno vuol dire, in questo contesto, incontrare altre matrici, altre forme di esperienza, altre tecnologie della parola. Ecco dunque che la pedagogia della modernità è costretta a misurarsi con i *media*. Lo fa massicciamente una prima volta con la radio, in modi ancora più aperti una seconda (lo sta ancora facendo) con la televisione, cioè con i mezzi che

più direttamente hanno influito sullo sviluppo delle culture sociali. Ma, qui sta il punto, lo fa senza che mai venga messa in crisi la fedeltà al paradigma "epistemologico" del libro. Ne viene un giudizio di forte svalutazione delle possibilità dei nuovi mezzi, che sono considerati "secondari" e "inferiori" rispetto al testo stampato. Non a caso, dentro la pedagogia moderna, la televisione è perlopiù accolta come disturbo o espressione di una cultura formalmente povera. Nasce, indubbiamente, una prima consapevolezza del conflitto fra culture diverse (quella della lettura, quella della visione, come taluni sostengono) ma la contraddizione viene subito messa a tacere: o privando la televisione di dignità pedagogica oppure accettandola solo quando essa appare disposta a subordinare la sua azione alle forme tradizionali del libro.

SOLO PROGRESSO O SOLO PERICOLO?

Cosa possono fare insegnanti e genitori

Enrico Menduni

Nell'attesa di improbabili riforme, di futuribili codici di autoregolamentazione, di *regulations* di là da venire, l'educatore e il genitore si trovano oggi a convivere con questo scomodo concorrente che, inoltre, può essere molto minaccioso. Per riportare una frase dello sconfitto Adlai Stevenson di fronte alla vittoriosa campagna elettorale di J. F. Kennedy: "Qualche volta uno ha una buona pizzicheria che vende cose buone a prezzi onesti, ma poi di fronte gli aprono un supermerca-

to". Ecco, cari amici educatori, genitori e assimilati; ci hanno aperto un supermercato davanti al negozio e, in attesa di auspicabili ma incerte legislazioni, dobbiamo cavarcela da soli. Avrete capito che lo scrivente (anche perché ha visto la televisione dal di dentro "da dietro il bancone") non condivide l'atteggiamento degli struzzi ma neanche degli integrazionisti; è convinto che la televisione possa rappresentare, in età precoce e dosi massicce, un serio pericolo per i bambini. Si può essere proibizionisti? Si può cioè vietare ai bambini la tv? Se siete insegnanti, scordatelo: la vostra influenza su quanto avviene dietro le mura delle case, delle "famiglie", è sempre stata scarsa, figuriamoci adesso, quando c'è una oggettiva alleanza fra la stanchezza dei genitori e i desideri

dei bambini. Se siete genitori, certo che potete: purché piantate baracca e burattini e vi trasferiate su una remota montagna, senza elettricità e soprattutto senza vicini. Solo così potrete fare di vostro figlio un essere privo di sensi di colpa e altri complessi, anche se vi crescerà, come dire, un po' rustico. Se invece vivete nel mondo civile, ammesso che riusciate a far rispettare il vostro divieto, e che non abbiate parenti che si impicciano regalando televisori portatili o nonni che, mentre avete la sera di libertà, fanno le ore piccole col Maurizio Costanzo Show e il nipotino sulle ginocchia, farete di vostro figlio un infelice, torturato da compagni di scuola che gli parlano di tartarughe o api Maie o supereroi di cui non ha mai sentito parlare; e magari vessato anche da qual-

che insegnante democratico. Ne farete uno che vive fuori della sua epoca e alla prima occasione si farà una spanciata di banalità televisive un po' come quegli atei che si vendicano di una costrittiva educazione religiosa (o viceversa). L'atteggiamento proibizionista non è quindi consigliabile. Aggirate l'ostacolo: proponete qualcos'altro. Se siete insegnanti, prendete atto del consumo televisivo dei vostri allievi e commissionate ricerche, temi, disegni, problemi che ne tengano conto. Senza esagerare, naturalmente, facendone l'unico o il principale oggetto del vostro zelo; ma cercando di indurre quella fantasia, quella immaginazione, quella mitopoiesi che il mezzo in sé non produce. Utilizzando il flusso televisivo come un materiale grezzo su cui si può lavorare, in classe e a casa. Potrete anche

influenzare il consumo televisivo suggerendo particolari cose da vedere, soprattutto se saprete non scontrarvi con l'area serale in cui l'ultima parola spetta sempre ai genitori, al padre soprattutto. Però, oltre l'ultima parola c'è sempre la penultima. Se invece siete genitori, avrete qualche potere in più anche se la vostra influenza è complessivamente (lo sapete) in riduzione. Potrete evitare come la peste che il bambino sia "autonomizzato" con proprio apparecchio nella camera, perché se farete questo errore fatterete poi a trascinarlo a tavola o in salotto, con gli altri, perfino per il cenone natalizio. Ne farete un selvaggio nella sua grotta televisiva e allora non lamentatevi di quello che succede dopo, se avete barattato la vostra pace con la sua autarchia e staticità culturale. Potrete contrattare: un certo

numero di ore quotidiane, un'ora per andare a letto, la proibizione di fare certe cose (mangiare, fare i compiti, vestirsi) mentre si vede la tv. Dovrete discutere fino ad avere, dai dieci anni in su, il suo accordo. Mettete il testo per iscritto, firmatelo entrambi e fatelo rispettare. Potete fare anche un po' del lavoro che suggeriamo all'insegnante: se la sera portate il ragazzino accanto a voi sul divano per vedere la vostra trasmissione, non fate nulla di particolarmente buono perché rafforzate (in senso psicologico) in lui l'autorità di quello che vede; ma se vi sedete accanto a lui per vedere insieme un programma che a lui piace... beh, allora fate qualcosa di simpatico e di affettivo. Forse solo l'affetto può darvi un'arma in più. Lo scatolone televisivo ha tanti pregi, ma ne è completamente privo. Tenetene conto.

LA STORIA NEL VIDEO

Rigenerazione del documentario di repertorio

*Peppino Ortoleva
e Chiara Ottaviano*

[...] In ogni società, l'immagine del passato viene elaborata e fatta circolare da una varietà di istituzioni e di strumenti di comunicazione: fra le diverse forme di sapere storico si stabiliscono rapporti di complementarità, di opposizione, di interdipendenza. Potremmo parlare, schematicamente, di un "sistema sociale della storia" la cui evoluzione comincia solo ora ad esse-

re studiata. Nell'ambito del sistema sociale della storia che è proprio della società contemporanea, accanto ad istituzioni specializzate (fra le quali l'istituzione accademica) ve ne sono altre che sembrano avere piuttosto compiti di mediazione, in quanto accolgono, mettono in relazione fra loro, in qualche misura incrociano, diversi modelli di ricostruzione e rielaborazione del passato.

La televisione è uno di questi luoghi di mediazione, forse il principale: nella storia televisiva il lavoro di "divulgazione", si è venuto progressivamente intrecciando con l'interpellazione diretta della memoria del pubblico: una forma di trasmissione "verso

il basso" della cultura consolidata si è incontrata così con una forma di recupero della "storia dal basso". D'altra parte, la storia televisiva si presenta insieme come diretta continuazione del telegiornalismo, del discorso informativo, come proiezione del mezzo nel passato, e come nuova e più aggiornata versione di quella "storia ufficiale", scolastica lapidaria e monumentale, a cui è stata affidata nel corso del XIX e XX secolo la preservazione e la diffusione di un senso d'identità nazionale. La storia della storia televisiva è la storia del mutare degli equilibri fra queste diverse "componenti", ma anche della loro progressiva ibridazione.

[...]

IL RITMO DELLE IMMAGINI**Musica per i nostri occhi***Loredana Lipperini*

Certo, la Neotelevisione cambia le carte in tavola: sostituisce alla realtà unica e rassicurante proposta dalla Rai un intreccio contemporaneo di messaggi, cui si reagisce farcendo di diversi contenuti le stesse trasmissioni (i cosiddetti contenitori), inaugurando una politica del *serial* che induce a considerare ciò che viene ripetuto non un errore di programmazione ma un nuovo modello di palinsesto (esattamente come la copia diviene un fatto estetico in sé negli altri campi artistici). Non potrà che corrispondervi una fruizione incoerente, il cui tempo è diviso in segmenti, il cui discorso narrativo è colto non nel suo svolgersi "logico", ma ricostruito istantaneamente al momento di premere il tasto del telecomando. Questo spiega la fortuna di trasmissioni come "Blob" (di fatto, la riproposta da parte della stessa televisione dell'atteggiamento dell'utente) e dei formati brevi "Striscia la notizia"), apprezzati in particolar modo dalle generazioni più gio-

vani. La cui modalità di ascolto musicale coincide in pieno con quella televisiva, e la cui abilità percettiva è notevolmente più agile grazie alla frequentazione di videogiochi, videopubblicità e videomusica, ugualmente fondati sulla velocità di ricezione e di reazione, non che sull'immediatezza della ricostruzione narrativa. La telemusica diviene così uno dei tanti ingredienti di un palinsesto e al tempo stesso il suo filo rosso continuo: perde la posizione preminente della sigla (dove è finalizzata ad annunciare qualcosa di importante) e della trasmissione specializzata. Ma occhieggia ovunque e cambia fisionomia: anche quando proviene da un repertorio "alto" viene modificata, semplificata, resa accessibile. E quando viene autonomamente prodotta, fa uso di tecniche compositive elementari. Ricezione e riproduzione della musica, insomma, trasgrediscono gli antichi pregiudizi sulla preminenza della musica "scritta" anziché trasmessa oralmente. E se Walter Ong parla proprio di "oralità di ritorno", se viene in luce un sapere postmoderno fondato sull'orecchio, sul suono, sul ritmo, la televisione vi contribuisce con forza facendo della musi-

ca un'arte del quotidiano, analogamente agli altri spezzoni di prodotti culturali che regolarmente cita. [...] Dunque, vicina alla metodologia adottata dalla pubblicità, strepitosa miscelatrice di generi e di memoria, dove ogni frammento del passato e del presente trova una nuova legittimità nella sua rilettura in una struttura intertestuale, che avvicina tradizione e modernità. E in grado di fornire un nuovo "tempo" ad un linguaggio di difficile malleabilità temporale come quello musicale; togliendogli, per di più, ogni traccia auratica, ogni precisa destinazione. Specie negli spot dell'ultima generazione, che accostano con disinvoltura prodotti diversissimi: se, insomma, Mozart, serviva un tempo per reclamizzare i detersivi [...] oggi approda nell'esaltazione grassoccia del cotechino, e troviamo anche un gustoso "Pa...pa...pa... Papageno" che dal "Flauto magico" scende a decantare la pappa per i cani, e persino un Cherubino innamorato della verginità di un olio d'oliva. Il tutto non è indolore. Se Beethoven associato alla carta igienica provoca sussulti d'indignazione nei musicologi colti, non sono da meno i puristi del rock. [...]

**SIGNOR PRESIDENTE,
LE PORTO L'ITALIA
DEL GABIBBO****La Tv della regressione***Antonio Faeti*

Nell'Ottocento, i colti folkloristici che studiavano, archiviavano, interpretavano le tradizioni italiane, tendevano a comporre un quadro unitario, teso a valo-

rizzare le differenze ma anche a collegarle fra loro. Si studiava la diffusione territoriale di certe leggende e si scopriva come lombardi e siciliani avessero tanti sedimenti immaginativi comuni. Oggi il "localismo" televisivo è concepito interamente sul paradigma delle tifoserie nazi-hooligan che popolano gli stadi. Ogni comune, ogni borgo silvestre, ogni remota frazione, quando possiedono una televisione "loca-

le" diventano l'ombelico del mondo, esaltano se stessi, insultano gli altri. Imbonitori da trivio, squallide tenutarie alla Paprika, imitatori inconcepibili dei vizi delle televisioni più note e diffuse, sembrano dover conclamare eccellenze, primogeniture, traguardi raggiunti, nella cornice di quel "narcisismo sociale", o collettivo, che sembra essere l'unico approccio ermeneutico davvero convincente con cui avvicinare

questo tipo di fenomeni. Da un libro di Gustav Meyrink, *Il Golem*, uscito nel 1915 e, giustamente, considerato uno dei capolavori della letteratura fantastica di ogni tempo, ricavo una acuta riflessione sulle “rubriche tipo *Chi l'ha visto?*” che mi induce a spostare molto lontano l'ottica con cui osservare un modo molto attuale di “fare televisione”. Mi ha stupito l'aggressiva ironia con cui Meyrink si occupava di quelle tali rubriche, già molto diffuse nei giornali del suo tempo. La trasmissione che, da noi, si chiama così e va in onda da anni è, infatti, interamente permeata di un'atmosfera “da feuilleton” che

rimanda alle trame, alle sparizioni, alle commoventi agnizioni della letteratura popolare dell'Ottocento. Mi dico, allora, che si regredisce sia quando si annegano nel municipalismo più avvilente le televisioni “locali”, sia quando si ripropone un modo di interpretare la società che si fonda su concetti e su definizioni che si ricavano dall'Ottocento. Non è, propriamente, una regressione. È, piuttosto, un curioso ibrido di vecchio e di nuovo che si fonda sulla mancanza di cultura e sulla vocazione indifferenziata ad una “cattura” del pubblico che non si ferma di fronte a nessuna barriera e proclama solo

se stessa senza badare a dimensioni private, a spazi da custodirsi, a identità da difendere. Quando Orwell, acutamente, pensava al pericolo rappresentato da una televisione che invadesse costantemente il “privato”, non riusciva a prevedere fenomeni così vistosi. Il suo 1984 risulterebbe molto più duro e tetro se contenesse pagine riferite al *Chi l'ha visto?* della Raffai, pieno di divani che contengono madri affrante e babbi buonissimi, in un'eterna glorificazione dell'immobilità familistica che non sembrava davvero più proponibile, dopo anni di riflessioni, di ricerche, di proposte antagonistiche.

COME SCRIVO AGLI ITALIANI

L'informazione senza teatriti

Andrea Barbato

Due brevissime premesse: la prima è che non amo teorizzare sui miei programmi. La seconda è che, nel corso di trent'anni, ho fatto per la Tv quasi tutti i tipi possibili di trasmissioni, dagli sceneggiati alle inchieste filmate, dai *talk show* alla direzione del telegiornale: e perciò ho sviluppato la tendenza a giudicare utili e praticabili tutti i generi. *Cartolina* è forse il programma più austero non solo della Rai, ma dell'intero universo televisivo. Un fondale di carta bianca, una sedia di tela di quelle che vengono chiamate “da regista”, e una persona che parla. Per cinque minuti, da solo, guardando “in macchina”. Difficile immaginare mezzi più elementari di questi: si pensa alla pittura di qualche anno fa, l'arte “povera”.

Ma l'assenza di strumenti spettacolari non è scelta per umiltà, bensì perché sembra indispensabile a raggiungere lo scopo che la trasmissione si prefigge. L'idea delle “lettere aperte”, delle missive indirizzate al potente o al protagonista, è antica come il giornalismo, ed è un artificio retorico spesso praticato. Ha il vantaggio di coinvolgere l'interlocutore senza scomodarlo. E una tesi, un monologo, non un dialogo: e del monologo ha la forza ma anche i limiti. E come se, di un'intervista, si trasmettessero solo le domande, e non anche le risposte. La scommessa sta in questo: nel rendere le domande così interessanti e pungenti, che non abbiano bisogno di risposta. E, insieme, di sottintendere che le risposte non potranno essere che quelle, prevedibili, che lasceranno intatte le domande. Non faccio fatica ad ammettere che si tratta di una “forzatura”, sia pur legittima. Di un'espressione parziale. Ma l'aspetto di dialogo mascherato di *Cartolina*, in fondo, non è importante.

Tanto è vero che, da quando il programma esiste, solo una mezza dozzina di persone ha obiettato, smentito, precisato; e solo una ha chiesto un intervento “riparatore”. Su un totale, fra la prima e la seconda edizione, di più di trecento “cartoline”. Ciò vuol dire che anche l'interlocutore effigiato nell'indirizzo si rende conto che, a parte casi di disinformazione esplicita, non si può (o non si deve) replicare. L'intuizione del destinatario è esatta: anzi, è esatta proprio perché il destinatario vero non è lui, l'uomo segnato sull'indirizzo. La “formula” di *Cartolina*, se esiste, contiene infatti un segreto: che i veri destinatari sono soltanto coloro che ascoltano. I quali assistono alla petizione, alla richiesta, al giudizio di un giornalista nei confronti di un protagonista pubblico: ma in realtà sono loro a intercettare questa corrispondenza, a leggere la lettera altrui, ad aprire la posta... E più se ne sentiranno coinvolti, più avvertiranno di aver partecipato a qualcosa che riguar-

da anche loro, più approveranno. *Cartolina* usa deliberatamente un linguaggio chiaro, provocatorio, discorsivo. Sono convinto che la vera novità di questo miniprogramma consista nel tipo di "lin-

gua" adoperata, nella qualità dell'italiano. Né quello scritto né quello parlato. Né l'italiano colto e letterario, né il gergo giornalistico. Né la freddezza dell'attualità telegiornalistica, né l'aggettivazio-

ne e il calore dell'opinione personale. Il tentativo è quello di arrivare a una semplificazione, anche un po' ironica, che possa apparire come uno strumento linguistico disponibile per tutti.

COME SONO INFORMATI GLI ITALIANI

Intervista a Lilli Gruber

di Enrica Ghini

Essere inviato speciale nella guerra del Golfo: quali preoccupazioni, quale sforzo professionale in più?

Intanto va detto che la guerra del Golfo ha colto in qualche modo i giornalisti impreparati. Spesso abbiamo privilegiato i commenti rispetto alle notizie e quindi ci siamo dimenticati di dare alcuni elementi fondamentali per la lettura critica di quanto stava accadendo. E' stata la prima guerra tra Nord e Sud del mondo ed è stata interpretata ancora secondo gli schemi tradizionali di contrapposizione ideologica Est-Ovest. E poi per i giornalisti della Rai si sono inseriti altri elementi oggettivi che non sono stati tenuti nella giusta considerazione: ad esempio per quanto riguarda le dotazioni tecnologiche. Non cito neppure la Cnn, che nella guerra del Golfo ha giocato un ruolo fondamentale, perché per la prima volta nella storia non solo ha raccontato gli eventi in diretta ma li ha condizionati e accelerati: era usata dal regime iracheno come prima fonte di informazione, saltando anche i canali diplomatici. In quanto alla disponibilità dei mezzi penso invece alla televisione spagnola, che è arri-

vata in Medio Oriente con giornalisti, le catene di montaggio, il *producer*, il montatore, il tecnico audio-luci. Noi della Rai siamo partiti senza i nuovi computer portatili, che c'erano ma, Dio solo sa perché, non siamo riusciti ad averli.

Quali potrebbero essere le cause di questa situazione?

La Rai non è più un'azienda competitiva. L'importanza che viene data a tutto il lavoro di organizzazione e di preparazione è assolutamente inadeguata. Sia che si parli dell'uso dell'archivio di documentazione sia di alta tecnologia, la Rai è in ritardo spaventoso.

Ma la tv privata non doveva servire di stimolo?

Il problema è proprio questo. Nell'informazione televisiva non c'è concorrenza, almeno finché Berlusconi non farà i suoi telegiornali. Cosa che si guarda bene dal fare per l'enorme dispendio di mezzi. La competizione tende in genere ad alzare il livello del prodotto, ma ora si gioca solo all'interno delle tre reti Rai, il che è un assurdo. La lottizzazione poi ha imbarbarito il clima all'interno delle redazioni mixando i livelli di professionalità e omologando il prodotto verso il basso. Con le dovute eccezioni naturalmente.

Non c'è il pericolo che un'ec-

cessiva competitività porti a inventare lo scoop, a dar lievito a personalismi che alimentano il lato spettacolare a detrimento di una corretta informazione?

La televisione tende a spettacolarizzare tutto, anche l'informazione. E il rischio oggettivo insito nel mezzo stesso. Sarebbe necessario avere giornalisti più preparati sia dal punto di vista teorico che pratico. Ma fin tanto che il giornalista medio Rai viene assunto dalle segreterie dei partiti, senza una selezione attraverso un concorso pubblico, senza dei criteri professionali orientativi, senza una formazione professionale... In Rai non esiste una struttura permanente di formazione e aggiornamento del personale. Dovrebbe essere un nostro diritto, ed è scandaloso che non ci sia riconosciuto.

Nel settore della carta stampata c'è maggior tutela?

Se in Rai vincono le clientele dei partiti, nella stampa ci sono comunque i grossi potentati economici. Credo che si tratti di una situazione generalizzata. Del resto i lottizzatori lottizzano perché trovano terreno fertile, fin che c'è chi è disponibile a vendersi. Ma è anche vero che in questo gioco perverso il giornalista è la pedina più debole: non è possibile chiedergli sempre di fare l'eroe. Oggi diventa eroico, eccezionale dire di no a quelle

che in gergo chiamiamo "marchette": collaborazioni esterne, videoclip, pubblicità in diretta, e così via. L'utente invece ha il diritto di avere di fronte a sé un giornalista non corrotto, non ignorante e limpido. Se fai gli spot elettorali per un partito e poi lavori nel servizio pubblico non sei credibile. Ma ormai nel nostro paese la corruzione passa a tutti i livelli. Cosa è cambiato? Cosa sta succedendo? Qual è il livello di immagine e di reputazione che noi abbiamo rispetto al potere politico? Molto basso evidentemente. Faccio un esempio: se il giornalista che fa un'intervista a Forlani è stato assunto dalla segreteria Dc, e magari è uno stretto collaboratore dell'addetto stampa della Democrazia Cristiana, la sua sarà un'intervista di quelle che noi definiamo "in ginocchio". Terrà conto cioè di quello che Forlani vuole dire, ma non di quello che il telespettatore vuole chiedere.

MIXER OVVERO LO SPETTACOLO DELL'INFORMAZIONE

intervista a Gianni Minoli

di Luisa Mattia

Il suo modo di lavorare viene spesso definito - con una buona dose di generalizzazione - "informazione-spettacolo". È una categoria aderente al suo metodo di lavoro? Cosa significa in concreto: una diversa professionalità del giornalista, una accentuazione della competenza televisiva rispetto a quella giornalistica?

La definizione di "informazione spettacolo" è una sciocchezza.

Non è da molto che esiste la tv di massa in Italia, ma a poco a poco si affineranno anche le capacità di decodifica del telespettatore. Forse la scuola potrebbe fare qualcosa dal punto di vista dell'alfabetizzazione in questo settore?

Io credo che sia fondamentale che la scuola attrezzi i bambini e i giovani in modo adeguato per l'uso di questo strumento, utilissimo, grandioso, affascinante, ma che può anche diventare strumento di manipolazione e di disinformazione. Neil Postman ha scritto che "Vedere e non leggere è diventata la base per credere". Una frase semplice ma di grande verità. Quando mi capita di andare nelle scuole e di incontrare i giovani li invito a guardare con occhio critico. Cosa vediamo? E, dunque, cosa crediamo?

Tu credi nei fatti distinti dalle opinioni?

Esiste invece "lo spettacolo dell'informazione". E come si è scoperto? Applicando le tecniche della "fiction" all'informazione. Tecniche intese come inquadrature e sceneggiature. La crescita di una generazione di "televisionisti" cioè quelli che sono "nati" in televisione, che con la televisione comunicano e che "pensano" televisione (immagine, inquadratura, musica, montaggio e contenuti) - ha fatto sì che l'evoluzione del linguaggio televisivo portasse a sfruttare sempre di più le potenzialità della tecnologia elettronica in termini di racconto, applicandole a contenuti che generalmente erano gestiti in un modo bloccato e definito, come se fossero i canoni della bellezza aristotelica.

Verità e obiettività sono due termini talmente forti e carichi di significato che nessun teorico è mai riuscito a definirli. Ma ci sono delle regole, seguendo le quali ci si può avvicinare a una corretta informazione. Citare sempre le fonti, saperle leggere, avere una preparazione adeguata da un punto di vista culturale e politico.

Nel nostro lavoro c'è comunque un elemento di soggettività che è innegabile.

La "scientificità" lascia spazio anche alla creatività?

Intuizione e fantasia possono essere elementi assolutamente positivi, e in qualche modo garantiscono la pluralità dei punti di vista. Molti colleghi non si pongono affatto questi problemi. C'è bisogno invece che la categoria si apra al dibattito con gli utenti, con le Università, con gli esperti.

Questa è la vera evoluzione. Si è scoperto che esiste lo spettacolo dell'informazione e che questo consiste semplicemente nello scoprire che la tecnologia offre la possibilità di "fare una bella frase in più". Le "belle frasi" sono quelle che vengono definire "informazione spettacolo" da chi non capisce che cosa c'è dentro. Peggio ancora, da chi equivocando per ignoranza, pensa che un paio di bretelle rosse oppure un urlo siano l'informazione spettacolo. Quello invece è teatro, un'altra cosa. Non è certamente un caso che nel fare televisione convivano due filosofie completamente diverse nel concepire che cosa è spettacolo: una di matrice teatrale e una prettamente

televisiva o cinematografica. Per alcuni lo spettacolo è urlo e travestimento, altri - che secondo me hanno ragione - mutano e sviluppano le potenzialità di racconto che sono specifiche del cinema e oggi della televisione.

Audience e share: in che misura il "problema pubblico" condiziona la fattura di un rotocalco televisivo? L'esigenza di "bucare il video" sembra spesso avere la meglio sull'informazione.

Io non credo sia vero. C'è chi è onesto intellettualmente, chi fa buone trasmissioni e chi ne fa di brutte. Esiste secondo me un problema di fondo legato alla critica televisiva e più in generale alla risonanza che la carta stampata dà a certe trasmissioni. Le faccio un esempio: Mixer cultura fa il doppio di ascolto de "L'istruttoria" di Ferrara. In una trasmissione si parla e nell'altra si urla. E le trasmissioni di cui i giornalisti di carta stampata parlano quasi sempre non fanno ascolto. Esiste una profonda distonia tra la capacità di interpretare/representare il "fenomeno televisione" e la realtà della televisione. Intendo dire che dello schiaffo di D'Agostino a Sgarbi non è importato granché alla gente, mentre i giornalisti che scrivono di televisione lo hanno reso un evento che, peraltro, non ha fatto aumentare l'ascolto della trasmissione. Esiste un circuito sempre più perverso che vede i giornali scrivere per il Palazzo, del Palazzo, sul Palazzo mentre la gente che guarda la tv e che discute sulla tv è un mondo a parte, assolutamente separato e diverso che non entra in questo circuito chiuso. Quando i giornali scrivono di televisione ne scrivono in funzione del

Palazzo, cogliendo quegli aspetti che interessano il Palazzo.

Si parla tanto di faziosità di certe trasmissioni televisive e si discute se sia meglio l'informazione sussurrata o quella gridata. Giuliano Ferrara rincara sostenendo di non voler fare una tv perbenista, di non voler diventare un elemento del palinsesto. Mixer è una sorta di "terza via"?

Se tv sussurrata è sinonimo di noiosa, non è interessante. Se tv urlata vuol dire ignorante, maleducata, senza contenuti, non è interessante. Un messaggio forte, articolato, approfondito e nello stesso tempo efficace, se necessario anche aggressivo invece va benissimo. Mi sembrano definizioni troppo maniche e che colgono poco o nulla dell'aspetto reale delle cose. E come se chiedessimo una scelta tra lo stile de "Il Tempo" e quello di "Repubblica" o de "Il Messaggero". C'è spazio per tutti. Sono gli spettatori a valutare e giudicare. Se la televisione urlata, di "rottura" è quella di Ferrara ho l'impressione che interessi ben poche persone.

Come si fa l'informazione tv aperta al mondo e non ripiegata sul "recinto" italiano?

Che quella italiana sia un'informazione televisiva un po' circoscritta è senza dubbio vero, pur avendo avuto io come orizzonte il mondo. Credo che Mixer sia stato uno dei pochi programmi che ha sempre avuto una pagina di politica internazionale aperta e forte. Ho mandato in giro scrittori come Moravia, Manganelli, Montefoschi per raccontare il mondo. Quest'anno abbiamo fatto un roto-

calco europeo pensato insieme alle altre televisioni europee. Mentre è vero che questa è una carenza, io mi sento - sotto questo aspetto - sicuramente immune. Ma il problema comunque esiste ed è dato da molti elementi: la gente non sa le lingue e questo crea dei problemi nell'instaurare rapporti di collaborazione o comunque nel progettare servizi all'estero; l'interesse del pubblico non è poi così alto e questo comporta un rischio in termini di ascolto; è difficilissimo collaborare, perché ognuno pensa di essere il depositario del metodo principe nel fare le cose. Sotto questo punto di vista la Guerra del Golfo ha compiuto un'operazione di sensibilizzazione sistematica. Improvvisamente tutti si sono accorti che tutto dipende da tutto e se ne sono accorti nel modo più drammatico possibile cioè con il rischio di perdere la vita. L'attenzione nei confronti dell'interdipendenza dei fenomeni è cresciuta e si è stabilizzata.

Le tv commerciali hanno cominciato da poco ad attrezzarsi per i «servizi giornalistici». In prospettiva si entrerà - anche in questo settore - nel clima concorrenziale che ha contraddistinto la produzione e messa in onda dei programmi di evasione?

Sì, il rischio c'è ma c'è anche questa occasione. Ad un rischio corrisponde sempre una possibilità. Io sono un ottimista e vedo la bottiglia sempre "mezza piena" e non viceversa. Mi piace cogliere la possibilità che una nuova situazione mi offre piuttosto che coglierne il rischio. Ben vengano nuove occasioni di misurarsi.

TRA BUONA E CATTIVA TV

Intervista a Sergio Zavoli

di Luisa Mattia

Sull'informazione televisiva circolano diverse classificazioni: te spazzatura, tv sussurrata, tv perbenista, tv spettacolo e così via. Qual è secondo lei la situazione attuale del settore informazione e quali le immediate prospettive?

L'informazione televisiva ha subito le modificazioni che sono intervenute in tutte le forme comunicative. Non è cambiata soltanto la tv, è cambiata la radio, sono cambiati i giornali. I quotidiani, per esempio, hanno mutato dalla stampa periodica modi, generi, perfino scrittura. Il settimanale ha ceduto molto del proprio linguaggio alla stampa quotidiana. La tv, dovendo rincorrere la grande massa di informazioni che si produce ogni giorno per effetto di una crescente frantumazione, chiamiamola così, della realtà, è costretta ad inseguire le notizie senza più riuscire, se non in qualche caso particolare, a dar conto dei fatti in termini più approfonditi. Ne deriva che in questa tv viene in qualche modo sacrificato - quando non soccombe addirittura - l'approfondimento. Lei mi dirà che questo è in contraddizione con la nascita recente di contenitori di approfondimento a chiusura della giornata televisiva; ma non credo che l'utenza possa fruire, a un'ora così tarda, di questo pur lodevole tentativo di indugiare un po' sulle notizie e quindi sul significato degli eventi.

Lei ha recentemente sottolineato - con una evidente nota di

"rammarico professionale" - che l'informazione televisiva ha ormai abbandonato l'inchiesta giornalistica. Fino a che punto è vero questo? E se la sua affermazione a proposito di una "agonia" in atto per l'inchiesta giornalistica risultasse completamente vera, quali conseguenze ne deriverebbero per l'informazione in tv?

Per effetto della competitività, se non proprio della concorrenza, tra servizio pubblico e tv privata, i palinsesti tendono a diventare sempre più agili, nel senso che devono offrire un numero sempre maggiore di opzioni. All'interno di questi palinsesti diventa più difficile collocare l'inchiesta che, per la sua struttura, va a sgominare il progetto di rendere il palinsesto sempre più rapido e vario. È un peccato. Alla cosiddetta velocizzazione degli eventi, prodotta anche e forse soprattutto, dalla televisione, cui fa seguito questo modo concitato di dare le notizie, occorrerebbe che corrispondesse una crescita della riflessione. Ma il giornalista di oggi viene in qualche modo preparato alle necessità di fornire un'informazione molto veloce. Oggi gli si dice: "Sarai tanto più bravo quanto più sarai breve". La "mia" generazione, quella di Angela, Barbato, Biagi, Bocca, Colombo, Levi, Zucconi, ed altri, ha coltivato specialmente l'approfondimento. Basterebbe pensare ad alcune grandi inchieste televisive: L'America Latina di De Sanctis, Criscenti e Lazzaretti; La forza della democrazia di Stajano; L'autunno caldo di Pecorini; il Viaggio nel Sud di Sabel; La donna che lavora di Zatterin; il mio Nascita di una dittatura fino ad arrivare a La notte della Repubblica, attraverso Dove va l'America di Colombo e

Lazzaretti, La grande utopia di Caracciolo e mi scuso per le involontarie omissioni. Ora chiediamoci: come raccontare taluni fenomeni che diventano una vera e propria questione democratica nel nostro paese, se non affrontandoli con la volontà di capire e di far capire in modo esauriente, leale, professionale? Che ne sappiamo, per esempio, dell'Antistato, una parola usata ormai con tanta naturalezza come se fosse una sorta di controparte dello Stato? Che ne sappiamo del maresma della giustizia, del sistema fiscale o pensionistico? Che ne sappiamo del denaro mafioso ormai serpeggiante in tutto il paese? O del debito pubblico che ingoia centinaia di miliardi ogni giorno? Per concludere, si può dire: c'è una specie di "ragilismo" diffuso che fa un po' il verso all'idea che la Storia si sia velocizzata, al punto da poterne ipotizzare addirittura la fine.

La televisione "veloce" sta diventando un modello pressoché assoluto e si afferma la necessità del prevalere dell'immagine sulla parola...

C'è un'informazione televisiva, di vario genere e taglio, che per rincorrere l'immagine ha finito per comprare interviste, documentari e inchieste confezionate altrove, da altri, per altri contesti. Un "maquillage" e il prodotto sembra originale, e magari con lo stesso puntiglio, sui fatti di casa nostra. Approfondire i problemi più inquietanti della nostra società non può essere provincialismo; così come non è sempre universalismo giracchiare per il mondo. Che per il mito dell'immagine si sia poi sacrificata molto la parola è altrettanto vero.[...]