

Clementina Gily – OSCOM

Pironti Napoli 2004 con CD - Isbn 88-7937-329-3

2012 (Rivisto solo per poche note e correzioni formali.)

AMBIENTE MEDIA

STRUMENTI TECNOLUDICI

Introduzione di Raffaele Picardi, *FBNAI* e Clementina Gily, *OSCOM*

INDICE

Raffaele Picardi, Clementina Gily, *Introduzione*

Napoli, Città della scienza: Clementina Gily, *Ecologia dei media*

Castellammare di Stabia, Clementina Gily, Elisabetta Rinaldi, *Telepanda per la qualità dei media in via di estinzione*

Lioni: Viviana Reda, *La radio, meravigliosa voce*

Marcianise: Michele Contegno – Paolo Graziano, *Il telefono la Tua voce, il Tuo SMS*

San Giorgio: Giovanna Annunziata Nicola Cotugno – *Il computer*

San Giorgio: Clementina Gily – *Videogiochi e formazione*

Introduzione

Di Raffaele Picardi e Clementina Gily

Questo libro fornisce agli insegnanti del Rodari Club, che vogliono diventare *creattivi*, la metodologia e gli strumenti utilizzati dall'osservatorio bambini e media in collaborazione con l'Università Federico II di Napoli nell'attività di ricerca – azione svolta soprattutto nel corso del 2003 e che ha dato risultati concreti sia sulla formazione, sia sulla ricerca teorica intorno ai media.

La *media education* è un fine perseguito da anni da questa ricerca azione, che ha già chiarito in diversi convegni il suo compito nella formazione¹, ineludibile perché il tempo lo impone. Si è scelta la strada suggerita dai media, di educare attraverso il gioco ed il *play*, un apprendimento leggero perché piacevole anche se denso nei contenuti. Il primo maestro della didattica, Amos Comenio, indicava questo scopo ai formatori di ogni ordine e grado, un motto rimasto eluso ad onta dei tentativi. Le nuove tecnologie danno questa possibilità di realizzare il compito con una nuova didattica, che dia agli insegnanti gli strumenti e la forza per affrontare il cambiamento e collaborare ad una nuova frontiera della docenza.

Il risultato di favorire la ricerca, mentre si agisce sulla formazione, si realizza con i kit didattici elaborati nel corso del lavoro e qui editi in forma agile, che sono stati forniti in bozze² alle scuole partecipanti attivamente al Circuito Medi@mici, un'operazione territoriale in Regione Campania, organizzata dall'Osservatorio Bambini e Media della Fondazione Banco di Napoli per l'Assistenza all'Infanzia, giovandosi della direzione di ricerca dell'Osservatorio di Comunicazione Federico II e del suo *team* di operatori che dal 1998 lavorano con tesi di laurea e stage nelle scuole. Il loro lavoro è documentato in questo volume con gli scritti di Giovanna Annunziata, Elisabetta Rinaldi, Viviana Reda, Paolo Graziano, Michele Contegno e del prof. Arch. Nicola Cotugno; ma hanno collaborato all'azione anche Antonio Esposito, Maria Laura Filosa, Giuliana Porretta, Francesco Ceriello, Roberto Buono e Teresa Di Liberto. A tutti loro si deve la messa a punto di attività organizzate in curricula riassunti in *story board*, che hanno dimostrato di essere capaci di creare un laboratorio didattico multimediale intorno a cui ruotano le materie d'insegnamento, unendo alla

¹ In C. Gily (a cura di), *Il diritto al gioco*, Palladio, Salerno 2000; in G. Annunziata (a cura di), *Il diritto al gioco intelligente*, Graus, Napoli 2002; *Il sogno di Amos*, in C. Gily, *Manuale di Ludodidattica dei media*, Graus, Napoli 2003.

² Edite nel *Manuale di Ludodidattica dei Media*, presente all'ultima manifestazione del Circuito Medi@mici, a Napoli - Città della Scienza, completo del CdROM dei videogiochi educativi prodotti con le scuole nel 1999-2002 in Piemonte e Campania (Ponticelli e Secondigliano) in sperimentazioni didattiche varie per metodo ed obiettivi, con cui si è presentata l'esperienza alle scuole partecipanti.

competenza delle tecniche di composizione di un solo medium l'oggetto di studio istituzionale.

All'effetto formativo immediato, si è unita la raccolta di dati, secondo modalità prescritte, per la ricognizione del rapporto dei giovani con i media, monitorando l'esistente per consentire un *work in progress*. Per questo motivo i progetti dei laboratori sono disponibili, quel che si richiede a chi vuole partecipare è la collaborazione a questa ricerca statistica. Nei kit, inoltre, sono comprese essenziali informazioni sui diversi media e le loro tecnologie; l'apparato note e le bibliografie suggeriscono i libri e i siti più interessanti.

I capitoli del libro ricordano l'EXPO in cui si è presentata la didattica, diversa per i diversi media. In questi eventi oltre a convegni e tavole rotonde si sono organizzati laboratori che hanno messo in pratica con i piccoli visitatori (sino a 1000 ragazzi delle scuole) nei giorni dell'evento, dando l'esperienza della ricerca – azione messa a punto in diverse scuole ed istituzioni della regione, a cui vanno i nostri ringraziamenti ³.

Chiudiamo questa breve nota con un ringraziamento a tutti coloro che hanno collaborato a questo grande lavoro del 2003, tutte le persone e le istituzioni citate: ma anche il gruppo dei solerti organizzatori della ditta Mediaskill srl, che hanno consentito di gestire numeri così grandi di partecipanti e così frequenti manifestazioni.

“La macchina è uno *strumento*. (...) Tutto dipenderà dall'intelligenza con cui occuperemo lo spazio di questo strumento, senza permettere allo strumento di occupare noi stessi. (...) L'uomo sarà più forte delle macchine e saprà interiorizzare la multimedialità e volgerla a suo vantaggio mediante nuovi organi mentali”.

F. Colombo, *Confucio al Computer*, Rizzoli, Milano 1995.

³ In specie alle scuole che hanno realizzato i prodotti inseriti nel precedente volume in forma di CdROM di giochi, cioè I Circolo di Omegna, responsabili del progetto il Dirigente Loredana Lodolo, ins. coordinatore Gabriella Strino. Scuola Aldo Moro di Napoli, responsabili del progetto il dirigente R. Picardi, ins. coordinatore A. Perrotta. Scuola Aldo Moro (NA), ITIS Galileo Ferraris di Napoli, responsabile del progetto il dirigente N. Ciotola, ins. coordinatore N. Cotugno.

Capitolo primo – L’ecologia dei media

1.1 L’ambiente di vita

L’importanza dell’ambiente di vita per la formazione dice chiaramente Dewey:

“La scuola è prima di tutto un’istituzione sociale. Essendo l’educazione un processo sociale la scuola è semplicemente quella forma di vita di comunità in cui sono concentrati tutti i mezzi che serviranno più efficacemente a rendere il fanciullo partecipe dei beni ereditati dalla specie e a far uso dei suoi poteri per finalità sociali; L’educazione è perciò un processo di vita e non una preparazione a un vivere futuro; la scuola deve rappresentare la vita attuale.. Spetta alla scuola di approfondire e di estendere il suo senso dei valori collegato alla sua vita domestica”⁴.

La scuola non vive solo quella “dinamica di sistemi” che è la classe (Dupout 1984) ⁵, per il costante rapporto con il territorio e le strutture sociali che con essa compongono un sistema formativo integrato ⁶. Oggi, ancor più che nelle analisi di ieri, visto che l’*ambiente* non si riferisce più solo alla comunità d’appartenenza: si allarga al pianeta intero, per le migrazioni dei popoli, per le comunicazioni di massa che hanno reso il mondo un villaggio globale ⁷. Tutto ciò rende indispensabili le riflessioni sull’**intercultura** ⁸, sul pluralismo, la differenza, la tolleranza, l’ascolto, configurando una nuova *forma mentis* che si disegni attraverso il dialogo e la *krasis* in una nuova identità, nomade e meticcia ⁹, capace di farsi *terzo istruito*, un pensiero che non escluda né la scienza né la storia, né l’analogico né il digitale, ma che pratichi una costruttiva decostruzione – ricostruzione (Derrida), affermi i principi capaci di garantire l’assimilazione e l’incontro. La nuova identità richiede una costruzione teorica, ad opera di una ragione pedagogica ¹⁰, luogo della trasformazione dell’opposizione di pensiero logico e simbolico in incontro e confronto col disordine, nel riconoscimento della complessità.

Il pensiero complesso si pone tra il discorso anormale (Rorty) e il dialogo autentico (Gadamer). Sforza l’educazione attraverso le parole ¹¹ percorse per insegnare la metodologia scientifica e quella della comunicazione culturale per allacciare un orizzonte educativo che riesce ad essere interculturale, perché è ricchezza di un confronto senza esclusioni, nel pregio della differenza. Perché la differenza non è solo un disvalore da combattere: lo è quando si

⁴ J. Dewey, *Il mio credo pedagogico*, La Nuova Italia, Firenze 1954.

⁵ P. Bertolini G. Balduzzi, *Manuale del docente. Impariamo ad insegnare*, Zanichelli, Bologna 1990, p. 51-55.

⁶ F. De Bartolomeis, *Scuola e territorio*, LNI FI 1983.

⁷ M. McLuhan, *Il villaggio globale*, Armando, Roma 1989

⁸ F. Cambi, *Intercultura: fondamento pedagogici*, Carocci, Roma 2001.

⁹ Cfr. M. Serres, *Il mantello di Arlecchino*, Marsilio, Padova 1993.

¹⁰ G. Minichiello, *Il doppio pensiero. Razionalità e analogia nel discorso pedagogico*, Morano, Napoli 1994, p. 146.

¹¹ C. La Neve, *Parole per educare*, La scuola, Brescia 1994. Skinner, *Il comportamento verbale*, Armando 1976.

traduce in pratiche di discriminazione, ma in sé è ricchezza di punti di vista possibili. Restituirle alla sua importanza è compito della ragione pedagogica, che grazie alla sua ottica volta al futuro realizza la riflessione sulla trasformazione, privilegiando il linguaggio come luogo d'incontro e come memoria della storia.

Ma la ragione pedagogica, che è ricerca ed azione, ha anche il compito di realizzare la trasformazione, di rendere intimo grazie alla sua dimensione naturale di costruzione la nuova *forma mentis*, disegnando “un nuovo paradigma pedagogico coordinato su un principio di differenza”¹² che sappia evitare gli assassini ermeneutici, le mono tematizzazioni del reale (Marquand 1989).

In tutti questi sensi, tradizionali ed aggiunti dalla storia del mondo globale, l'ambiente è educazione (Rosati 1988). Flores D'Arcais nel 1965 lo definiva l'*alfabetiere naturale*¹³.

Da questa importanza dell'ambiente è venuta la teoria ecologica (Bateson), l'orizzonte della complessità, dell'analisi del disordine oltre che dei sistemi della cultura¹⁴. L'individuo è entità dinamica che vive un ambiente interconnesso in cui le transizioni sono una prova che lascia il segno, ma poche volte esse vengono affrontate nel modo più adatto a renderle occasioni formative consapevoli del loro potenziale. Specie perché l'analisi dell'ambiente è di eccezionale complessità: quindi nella ricerca sulla relazione individuo ambiente si parla sempre di esperienze su individui, tipizzate in via sperimentale. Alleggerire così il problema ne impedisce la determinazione. Nell'ottica di Bronfenbrenner, che lamenta questo riduttivismo,

“lo sviluppo umano è il processo attraverso il quale l'individuo che cresce acquisisce una concezione dell'ambiente ecologico più estesa, differenziata e valida, e diventa motivato e capace di impegnarsi in attività che lo portano a scoprire le caratteristiche di quell'ambiente, e ad accettarlo o ristrutturarlo, a livelli di complessità che sono analoghi, o maggiori, sia nella forma che nel contenuto”¹⁵.

Lewin¹⁶, da cui prende le mosse, ritiene fondante l'interconnessione individuo situazione come fa anche Piaget¹⁷. Proprio queste interconnessioni sono determinanti nello sviluppo, specie nelle fasi di transizione; ma il nome dice che dei due termini va fatta l'analisi: dell'ambiente non si hanno più che aneddotiche relative a casi singolari.

Ricostruire l'ambiente significa procedere ad una topologia: “L'ambiente ecologico è concepito in modo topologico, e cioè come una serie ordinata di strutture concentriche incluse

¹² F. Cambi, *Intercultura*, cit., p. 52.

¹³ “non si può pensare un processo educativo al di fuori di un contesto sociale”, dice R. La Porta in V. Sarracino, M. Striano, *La pedagogia sociale*, ETS, Pisa 2001, p. 42.

¹⁴ F. Azzali D. Cristanini, *Programmare oggi*, Fabbri 1995, p. 10.

¹⁵ U. Bronfenbrenner, *Ecologia dello sviluppo umano*, Il Mulino, Bologna 1986 (1979), p. 65.

¹⁶ K. Lewin, *Teoria dinamica della personalità*, Giunti, Firenze 1966 (1935).

¹⁷ J. Piaget, *La costruzione del reale nel bambino*, La nuova Italia, Firenze 1973 (1937).

l'una nell'altra"¹⁸, il microsistema - la base, in cui già interferiscono esosistemi – estranei ma in contatto attraverso terziarietà, mesosistemi – gli altri ambienti cui ognuno partecipa: tutto confluisce infine nel macrosistema. Stabilire un modello di raffronto tra tutto ciò tenendo presente la struttura concentrica e interrelata consente l'osservazione operata direttamente nel contesto di vita, ricavando una teoria di validità ecologica da un lato (cioè una ricostruzione mimetica dell'esistente) e la validità evolutiva ¹⁹ (trasferibile ad altre esperienze).

E' molto importante la capacità di osservare nel contesto, invece che nell'isolamento del laboratorio, perché l'ambiente non è solo quel che circonda qualcuno, descritto con estraneità: interessa "l'ambiente così come è percepito piuttosto che come è"²⁰. L'ambiente è uno spazio di vita, un campo psicologico (Lewin), ciò di cui si ha esperienza - "se gli uomini considerano determinate situazioni reali, esse sono reali nelle loro conseguenze" (Thomas)²¹. Un ambiente in cui ciascuno esercita un ruolo ²²(Mead, Goffman, Dewey); se si trasformano, si verificano alterazioni del *milieu* che influiscono potentemente sullo sviluppo. Le transizioni ecologiche sono così da esaminare con attenzione, nell'interrelazione dei termini che configurano l'ambiente.

Un ambiente di vita si costruisce attraverso relazioni che sono diadiche, triadiche, tetradiche... ²³ ma fondano in una relazione base (N+2) che va tenuta in speciale osservazione nell'analisi delle strutture concentriche che costruiscono i diversi ambienti di vita. Ancora un elemento di complessità, cui nell'orizzonte del nuovo millennio va aggiunta con forza l'ulteriore elemento delle nuove tecnologie che hanno creato l'ambiente elettronico delle comunicazioni di massa. Esso si colloca, nella linea esposta, essenzialmente come un ecosistema, specie se si pensa alla televisione e agli altri media con assoluta preminenza dell'emittente. Se invece si fa caso anche al telefono ed al computer, il ruolo dei media investe non solo il mesosistema ma finanche il microsistema, complicando spesso in modo non abbastanza analizzato anche la relazione N+2 da cui l'individuo trae la principale fonte di equilibrio di sviluppo.

1.2 Il controambiente²⁴

La presenza della televisione nell'esosistema, preoccupa da tempo chi ha a cuore la formazione (non solo insegnanti, mamme e pedagogisti). Il messaggio televisivo è

¹⁸ U. Bronfenbrenner, *op. cit.*, p. 55.

¹⁹ Ivi, pp. 65-74.

²⁰ Ivi, p. 33.

²¹ Ivi, p. 57.

²² Cfr. E. Goffman, *Il comportamento in pubblico*, Einaudi, Torino 1971

²³ U. Bronfenbrenner, *op. cit.*, p. 34.

²⁴ G. Minichiello, *Il doppio pensiero*, cit., p. 19.

confezionato da professionisti tesi alla concorrenza aziendale. E' un messaggio potentemente formativo per l'uso dell'immagine e del gioco, che immergono nel medium, e diffonde spesso messaggi di violenza ²⁵, veicola *patterns*, modelli di comportamento, non conformi alle scelte del costume, se non della morale. Ha per fine la passività dell'utente, per mettere a segno il fine propagandistico del messaggio ²⁶. La formazione non può ignorare i messaggi senza un intervento volto a controbilanciarli, approfondendo con i risultati della teoria della comunicazione ²⁷.

Nella società delle nuove tecnologie (termine che comprende tutto quel che ha radicalmente mutato l'uomo di fine millennio alterandone l'ambiente di vita, non il solo computer – treno, fotografia, cinema, aereo, telefono, radio, televisione e computer) la socializzazione per larga parte si affida ai media, come l'informazione, come il senso comune. La psicosfera della *telecommunity* sostituisce la centralità della comunicazione interpersonale ²⁸, il soggetto in rete collega elementi disparati ²⁹ rielaborandoli in modo confuso, le scuole sacrificano il sapere della complessità alla struttura dei saperi specialistici, cosa cui già si tentò di ovviare nell'unificazione dei modelli diversi di scuola ³⁰ che fu una fase della pedagogia nazionale³¹.

La velocità del tempo di vita contribuisce, le comunicazioni rapide sono a portata di mano e minano l'interrelazione con i vicini. L'ubiquità, cui si è liberi e lieti di partecipare, porta incontri più gradevoli fuori del microambiente. Ciò cambia la vita in modo inimmaginabile.

Un esempio: per Marshall McLuhan il '68 fu prodotto dalla familiarizzazione della televisione, che aveva portato nel salotto di casa Presidenti, Professori, Attori. Personaggi

²⁵ Già la *Convenzione internazionale dell'infanzia ONU* New York 20.11.89 condannava i messaggi di questo tipo – è una storia già molto bene descritta da D. Romano, la cui bibliografia, arricchita, è contenuta in un CdROM dell'Osservatorio diffuso al suo interno. F. Cambi dice "Ciò che va smascherato è la falsa necessità della violenza". Tra ideologia della violenza nei media e rete di violenza "si crea una circolarità che produce legittimazione e dà luogo alla riproduzione" in *Oltre la rete di violenza. Tradizione culturale e società*, in F. Cambi S. Ulivieri, *Infanzia e violenza. Forme, terapia, interpretazioni*, la Nuova Italia, 1990. pp. 251, 255). Cfr. Emy Berseghi, *Immagini di violenza tra letteratura e media*, ivi, pp. 63-110. Carmine Ventimiglia, *La violenza sui minori tra realtà e rappresentazione sociale*, ivi pp. 63-110.

²⁶ Ivi, p. 364.

²⁷ Cfr. P. Flichy, *Storia della comunicazione moderna*, Baskerville, Bologna 1994; id. P. Flichy, *L'innovazione tecnologica*, Feltrinelli, Milano 1997; J. Habermas, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma Bari 1995; M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 1967 (1964); R. Mansell, *Le telecomunicazioni che cambiano*, Utet, Torino 1996; R. Maragliano, *Nuovo manuale di didattica multimediale*, Laterza, Roma Bari 1998; M. Morcellini S. Fatelli, *Le scienze della comunicazione*, NIS, Roma 1994P. Levy, *L'intelligenza collettiva*, Feltrinelli, Milano 1996

²⁸ G. Acone L. Clarizia, *La metafora dello sviluppo*, Morano, Napoli 1988, cap. V.

²⁹ G. Acone G. Minichiello, *L'educazione divisa*, Armando, Roma 1986

³⁰ Cfr. G. Bertin S. Valitutti A. Visalberghi, *La scuola secondaria superiore in Italia*, 1971, che riporta i temi e le polemiche del convegno di Frascati, che discuteva la possibilità di attuare anche nella secondaria superiore l'unificazione dell'insegnamento a scopo democratico ma anche di educazione alla complessità.

³¹ L. Bellerate P. Novacco: *La situazione scolastica in Italia negli ultimi periodi*, in *Trattato delle scienze pedagogiche*

irraggiungibili invitati a cena senza etichetta. Impossibile continuare la formalità dei rapporti sociali, ed ecco l'instaurarsi della società del *tu*. La contestazione, lo spirito del '68, fu l'unica rivoluzione riuscita, i suoi esiti erano già un fatto.

Altro esempio della necessità di tenere presente tutto ciò nella formazione è il cambiamento del nostro modo di conoscere (De Kerkhove ³²) per via della sostituzione della civiltà di Gutenberg con quella della neo oralità ³³ e dell'immagine ³⁴. La società della scrittura crede nella stabilità dei testi, pratica la lettura sillabica (fatta di consonanti e vocali) che educa la mentalità analitica (è un continuo processo di analisi sintesi ed enumerazione - 3 su 4 caratteri del metodo cartesiano, resta solo l'evidenza). Il ragionamento perciò è un succedersi di dimostrazioni, dal semplice al complesso. La cultura orale, invece, è ricorsiva e non sequenziale, non conclude da premesse ma imita e rielabora, racconta. La retorica è modello del procedere del pensiero, la simbolica sostituisce la determinazione ragionata ³⁵. In questo conoscere l'immagine e il carattere ricorsivo dell'informazione dominano, quindi non vi si apprende dai particolari ma dal tutto, il legame tra le parti non è logico ma prossemico, congiunto non dedotto. Una conoscenza di cui si sono occupate le teorie dell'arti e della magia, non la logica e la filosofia. Una simile innovazione non può restare senza risposta pedagogica.

Sono brevi cenni da cui s'intende la rivoluzione cognitiva e sociale indotta dalle nuove tecnologie. Occorrerebbe dire di più: le note a corredo del testo rimandano ad alcuni approfondimenti utili. Le scienze della comunicazione e relazionali devono integrarsi per formare i giovani. Le nuove tecnologie della comunicazione sono un nuovo assetto della vita e delle istituzioni, un contro ambiente. I media richiedono criteri di lettura più complessi della tecnologia – libro, per altro ben codificati, cui si dedica l'educazione ordinaria. Il libro non si presta ad essere accolto in modo acritico, oggi: chi impara a leggere, cioè chi apprende il gusto della lettura, trova in qualsiasi libreria gli antidoti ad ogni messaggio. Mentre non è

³² D. De Kerkhove, *Brainframes*, tr. it. Baskerville, Milano 1993

³³ W. Ong, *Oralità e scrittura*, Il Mulino, Bologna 1986 (1982)

³⁴ Cfr. I corsi sull'immagine in Bruno e Kant e nei media, pubblicati nel sito dell'Università di Napoli, dove è il corso su Bruno e l'immagine in Federic@ in e-learning, sono ora in www.clementinagily.it.

³⁵ Da Ricoeur ad Heidegger a Lyotard a Gadamer a Popper, bisognerebbe citare l'intero '900: ancor più estetologi e letterati.

facile capire dove sia possibile, in questo mondo dell'informazione uniforme, trovare una chiave di lettura atta a controbilanciare il notevole numero di messaggi negativi che ciascuno riceve. Senza trascurare il libro, occorre diversificare l'orizzonte della comunicazione, dando all'audiovisivo, al computer, all'espressione mediatica in genere, una didattica adeguata.

“L'introduzione delle tecnologie dell'educazione è un processo vecchio di anni” che deve generare “un iter” attraverso un'analisi dei sistemi scuola elaborando modi di “individualizzazione” dei processi ³⁶ atti a sviluppare una capacità critica di analisi dei messaggi dei media. Occorre formare la conoscenza attraverso la costruzione di prodotti elaborati con le nuove tecnologie; come per imparare a leggere contemporaneamente si scrive.

1.3 La lingua dei media

I media per entrare nella vita quotidiana, familiarizzandosi, hanno mirato ad entrare negli interessi di tutte le fasce di pubblico, con un linguaggio adeguato. Il successo è dovuto alla capacità di essere desiderabile, tutti i media all'inizio impongono sacrifici per l'uso. Perciò i media hanno scelto l'autotelismo del gioco e della festa; quiz, arte, sport sono i generi dei linguaggi. Domina il conoscere estetico delle connessioni libere ed analogiche, della gioia di produrre; anche l'informazione, la politica, la cultura, per parlare questo linguaggio si sono spettacolarizzate. Di per sé, non è una diminuzione, ma un incremento retorico. Ma l'eccesso di retorica guasta, e la natura commerciale dei media mal consiglia la calibratura delle dosi – ed ecco la caduta di qualità dei media - inutile dimostrarla, si veda dalla scuola di Francoforte sino a Sartori, Popper, Condry. Il successo rivela invece un metodo ottimo: ottenuto non con tecniche illecite, ma con l'approfondimento delle scienze umane. La didattica ludica, che interessa target diversi a discorsi complessi, è quell'*insegnare divertendo* che Comenio indicava come obiettivo della didattica.

Senza fatica, un bambino decifra radio e televisione, comprende senso, grammatica e sintassi dell'*image mouvement* ³⁷, studia biologia, zoologia, astrofisica; oppure apprende contenuti letterari, l'arte e storia del mondo. Ciò grazie alla logica estetica che guida il linguaggio dei media – l'estetica è conoscenza non scientifica, analitica, è una logica del complesso, del

³⁶ A. G. Oettinger, *Realtà e miti della tecnologia educativa*, La Nuova Italia, Firenze 1975, pp. 41, 56, 60, 186.

³⁷ G. Deleuze G., *Cinema I L'immagine-movimento*, tr. it. di J.P. Manganaro, Ubulibri, MI 1993 (83)

sensibile, del bello-brutto, base delle analisi. Quando interviene il metodo della scienza, ottimizza l'osservazione ed i risultati, donde il privilegio nella formazione, ed insieme cristallizzazioni nel conoscere; invecchiando, il paradigma della scienza rende sordi al nuovo, diversamente da un quadro di Leonardo, che non segmenta. Perciò nella nostra didattica scolastica le materie non riescono ad integrarsi. Perciò si conosce più da un romanzo che da un trattato, a volte. Nell'estetica si comprende, diceva Kant nella *Critica del giudizio*, secondo la categoria del compiacimento, della comprensione gioiosa, di fiducia in ciò che vede e sente. E' una conoscenza diversa dalla scientifica, ma non meno ricca.

Perciò applicare una dimensione estetica, di configurazione armonica, al linguaggio, è un guadagno per l'acquisizione dei contenuti. Un libro scritto bene si legge meglio di uno scritto male, qualsiasi contenuto si presta ad essere detto in modo interessante. L'ostacolo di un contenuto difficile non impedisce al gioco di essere interessante, può rendere il percorso più stimolante, la vittoria più gratificante. Ottenere in un laboratorio un prodotto soddisfacente, utilizzando competenze linguistiche e contenutistiche, è il fine che una ludodidattica non commerciale, condotta da formatori, può conseguire.

1.4 Educazione ecologica

La lezione ludica dei media ha un'efficacia tanto sorprendente (si impara a vedere televisione per libera scelta in tre anni, a leggere un libro in quindici) da creare alla formazione un problema. Occorre dare risposte nuove alle relazioni che l'allievo instaura con l'esoambiente mondiale con cui si relaziona, costituito dai media. Va ricordato che la sola televisione assorbe 4 ore giornaliere della media degli Italiani; se aggiungessimo ad essi gli altri media (i più importanti sono giornali, fotografia, cinema, telefono, radio, televisione, computer, internet), la relazione tra il tempo che ciascuno dedica alla vita reale ed ai media potrebbe stupire.

Nella società del tempo libero, liberata dalla maledizione del lavoro, nasce l'esaltazione del gioco e dell'intrattenimento, senza che l'uomo sia preparato al concetto, che nemmeno conosce. Questo spazio è stato occupato dai media e da altre istituzioni commerciali, i casinò e le lotterie, l'azzardo in genere. Ma come sarà gestito il gioco da tutte queste istituzioni commerciali? Per garantirne lo sfruttamento economico, senza curarsi delle malattie e disagi che questo può portare. L'idea che il gioco sia un passatempo, porta a non accettarne la difficoltà, si finisce col giocare senza fantasia, con l'accettare le occasioni offerte da ambienti deputati allo scopo, Sale Bingo, Televisioni..., che si moltiplicano a dismisura. Oggi tutti abbiamo a disposizione, in tutti i momenti del giorno e della notte, alternative di

intrattenimento che sono la nostra ricchezza e povertà. Invece di placare le angosce, il gioco-intrattenimento spesso crea i conflitti e le malattie del nostro tempo, anoressie, stati d'ansia, isolamenti autistici –le attuali forme assunte dalla difficoltà di vivere.

L'esosistema deve entrare nell'attenzione della formazione ordinaria e permanente, così da illustrare, attraverso un'analisi dei giochi dei media e dei linguaggi ludici, il loro funzionamento, il giusto modo leggerli ed adoperarli.

Ma i media ormai non sono più solo esosistema, l'interattività caratterizza solo una parte dei percorsi, ma è una parte rilevante. Così essi entrano anche nel mesosistema, il sistema allargato cui si partecipa. Anche qui è rilevante lo spazio per la formazione, che può approfondire i problemi ed educare l'uso del medium, non solo tecnologicamente: si pensi al computer, al cellulare, alla videocamera, che sono ormai mezzi di espressione alla portata di tutti, senza competenza adeguata, approfondita secondo logiche mediali. Solo un mondo di produttori, che conoscano ed esercitino la lingua dei media, dice Derrida ³⁸ potrà dare una umanità alfabetizzata ai media, poco disposta a lasciarsi impressionare dal loro *latinorum*. Come lo scrivere insegna i trucchi della lettura, il testo mediale si intende producendolo.

Ancora, i media sono entrati nel microsistema, alterandone la funzionalità. La famiglia che assiste al telegiornale a cena, e poi al *prime time*, dimentica di conversare dei fatti del giorno. Il solitario che vive interagendo con il computer, dimentica i familiari: sono casi comuni. La socializzazione e modellizzazione televisiva porta ottomila ragazze a partecipare alle selezioni per le Veline, come fu per il Grande Fratello applicano modelli di comportamento non appresi dalla famiglia, ma dai media, che dimostrano d'essere parte del microambiente. Che possono diventare più influenti della persona privilegiata nella diade di Lewin, N+2, che assicura l'equilibrio emotivo.

Infine, *last but not least*, i media fanno parte del macrosistema, struttura come comprende tutte le altre. Anche questo rientra nell'attenzione della formazione, come storia ed analisi delle emittenti mediatiche e controllo – nei kit è compresa la formazione dei circoli Q-media, espressione della volontà democratica di controllo dei media.

Un'educazione ecologica perciò entra nell'eso-meso-micro-macro sistema dell'ambiente dei media; dà competenza della grammatica del percorso, i linguaggi tecnologici, e della sua sintassi, il linguaggio ludico. Quest'ultimo è un linguaggio modernamente inteso, contenuto di una forma configurata da regole e fini. Il linguaggio ludico fonda nel gioco come messa in prova del nuovo, per la curiosità di decostruire e ricostruire.

³⁸ Derrida J. – Stiegler B., *Ecografie della televisione*, tr. it. Cortina, Milano 1997 (1996)

L'utilizzo di giochi ripetitivi ed eterodiretti genera malattie da gioco, sia per i giochi dei media, sia per il gioco d'azzardo. Perché si esalta una sola categoria del gioco, l'*alea* (le altre, dice Caillois, sono *agon*, *mimicry*, *ilynx*³⁹). L'equilibrio del gioco è la variazione, il gioco è sempre nuovo, è una sfida stimolante che quando riesce diventa lavoro. Il rischio che interessa nel gioco è una in-lusio, un rompere l'ordine delle cose per guardare tutto da un altro punto di vista, che ci piace; ma se diventa eccesso di pepe, genera l'inutile ripetizione senza freno, la malattia. Si sceglie il gioco secondo il gusto, come il cibo: ma come il cibo esige una dieta opportuna. Un gioco intelligente stimola senza azzardo, Ludoteche di qualità possono risolvere la malattia da gioco.

Ciò indica alla scuola il compito di approfondire il controambiente di vita, servendosi adeguatamente delle scienze umane e sociali ⁴⁰, per imparare un nuovo impatto nei saperi specialistici, all'insegna dell'interesse e della partecipazione, i cardini dell'educazione efficace.

1.5 La metodologia del gioco intelligente

La metodologia ludodidattica fonda nell'impegno autotelico del discente. Il gioco intelligente ⁴¹, la cultura, è il vero fine dell'educazione. Il mondo delle comunicazioni di massa è in caduta di qualità non perché educa in modo ludico, ma perché la sua natura commerciale si impegna nella *costumer's satisfaction* invece che nella *costumer's care*. Se la cultura diventa un gioco senza banalità, si salverà anche il medium libro. La pedagogia, la prima ad approfondire il gioco, non gli ha dato spazio nella formazione ordinaria. Come se la cultura non fosse divertente. Come se il gioco non fosse una cosa seria.

Mentre lo è: sia lecito citare la conclusione di uno studio fatto di recente⁴², lo spazio del gioco è l'indeterminazione, la libertà limitata di movimento. Si identifica perciò con ogni attività creativa ed equilibrata da regole (Caillois), lo sa lo sportivo, il bambino, lo scrittore: è questo che caratterizza la fantasia, che se perde equilibrio diventa melanconica fantasticheria ⁴³. Il

³⁹ Sono rispettivamente la competizione, il rischio, l'imitazione, la vertigine, cfr. Caillois R., *I giochi e gli uomini. La maschera e la vertigine*, Bompiani, Milano 1958

⁴⁰ V. Sarracino, M. Striano, *La pedagogia sociale*, ETS, Pisa 2001

⁴¹ "vale a dire problematizzante", cfr. Cosimo Laneve, *Per una teoria della didattica. Modelli e linee di ricerca*, La Scuola, Brescia 1993, p. 42.

⁴² Sono le conclusioni del ns. *In-Lusio, il gioco come formazione estetica*, Graus 2002, 2°. Scriptaweb 2006, ora in www.clementinagily.it

⁴³ E. Zolla, *Storia del fantasticare*, Il gioco è la fantasticheria da cui nasce l'arte (Schiller), il progetto del futuro ideale e reale (Marcuse), la messa in prova di sé (Huizinga). Per Rodari è la liberazione dell'immaginario in una nuova Fantastica: come disse la maestra Santoni quando si accorse che i suoi alberi, a guardarli di soppiatto, giocavano ai quattro cantoni: "il cosmo rivela, con tutto il rispetto, la sua sostanza ludica" G. Rodari, *Il gioco dei quattro cantoni*, Einaudi 1981. Il libro ha concluso una prima fase di convegni dedicati al gioco organizzati

gioco che non stanca è gioco intelligente, che accetta la sfida del nuovo, com'è nella sua natura.

La scuola può educare ai media attraverso il gioco in un laboratorio, attuando una didattica di terzo livello⁴⁴, di collaborazione tra ricerca e azione in classe:

- per insegnare quel che il medium non insegna, cioè la decodifica dei messaggi latenti;
- per tradurre in ludodidattica la cultura, nel limite in cui ciò è possibile.

Limite ormai esteso, perché il medium computer consente una didattica ludica delle materie per larghi settori dei saperi. Ma anche per questo settore occorre la scansione pedagogica e didattica dei curricula, per districarsi tra le metodologie e le tecniche, che non sono né sovrapponibili né duttili. Anche il computer richiede educazione critica.

La ludodidattica chiarisce gli algoritmi del percorso, partendo dall'analisi delle categorie del gioco. La prima è che il gioco è autotelico, contiene in sé il suo fine. Se non è divertente, non è un gioco. Forma l'immaginario in quanto sospende il giudizio di realtà: perciò è uno strumento di educazione ecologica, di tipo termostatico⁴⁵. Nell'universo dei frammenti lo spazio della fantasia e la sua grammatica⁴⁶, consentono di esercitare connessione e pensiero critico, che hanno bisogno degli interi. Una visione del mondo non si costruisce da frammenti, anche tutti positivi. L'educazione della fantasia, nel mondo d'oggi, è indispensabile ovunque, per rispondere alla sfida del tempo, la sconnessione del quadro, la perdita di senso: il punto di vista non è il punto di fuga. L'educazione estetica è la soluzione della frammentazione del conoscere.

1.6 Laboratori

L'ecologia dello sviluppo crede che il laboratorio falsi l'osservazione, dando "la scienza del comportamento inusuale di bambini posti in situazioni insolite con adulti sconosciuti per il più breve tempo possibile"⁴⁷. L'analisi dell'ambiente di vita, della relazione dei gruppi nell'intrecciarsi dei reticoli⁴⁸, si compie nel complesso. Per focalizzare il centro d'interesse, si crea una situazione sperimentale, accertandone la validità ecologica ed evolutiva⁴⁹. Il laboratorio ha la sua funzione, non di verifica ma di scoperta: confronta "due o più sistemi

dai due osservatori promotori anche del presente volume, che trovi negli Atti dal titolo C. Gily, *Il diritto al gioco*, Palladio, Salerno 2000; G. Annunziata, *Il diritto al gioco intelligente*, Graus 2001.

⁴⁴ Cosimo Laneve, *op. cit.*, p. 33.

⁴⁵ Postman N, *La scomparsa dell'infanzia*, Armando 1985, dove parla dell'insegnamento da lui istituito alla New York University, *Ecologia dei Media* sia del suo intenderla come un'educazione termostatica, che risponde all'ambiente.

⁴⁶ Rodari G., *Grammatica della fantasia*, Einaudi, Torino 1973.

⁴⁷ U. Bronfenbrenner, *Ecologia dello sviluppo umano*, Il Mulino, Bologna 1986 (1979), p. 51.

⁴⁸ Chiesi A.M., *L'analisi dei reticoli*, Angeli 1999: dimostra che i legami deboli possono diventare forti, se collegati in rete – come le sinapsi del cervello.

⁴⁹ U. Bronfenbrenner, *Ecologia, cit.*, pp. 43, 65-74.

ambientali o componenti strutturati di questi ultimi, cercando di controllare accuratamente altre fonti di influenza con l'assegnazione casuale (esperimento strutturato) o con l'abbinamento (esperimento naturale)" per l'analisi; rivela il molecolare, si deve andare al molare ⁵⁰. Solo così si può costruire una ricerca – azione in cui un attore – ricercatore metta in opera una ricerca micropedagogica determinata su di un solo scopo di qualità ⁵¹.

Il laboratorio così è luogo di costruzione comune, di ricognizione di ambienti, ruoli, aspettative di ruolo ⁵². Il senso in cui lo si propone oggi all'attenzione del mondo della scuola. "Il laboratorio si configura come un ambito didattico in cui si svolgono attività finalizzate alla produzione e alla rielaborazione cognitiva di determinati materiali e contenuti. Tali attività sono basate sul coordinamento di progettualità, ricerca, manualità, abilità comunicative" ⁵³: è l'ambiente adatto per lo sviluppo ecologico, la didattica delle materie vi diventa educazione alla complessità. La conoscenza non è solo analitica ⁵⁴, i paradigmi della mente si spiegano secondo ottiche analogiche o neobiologiche, che a volte si toccano ⁵⁵.

I laboratori qui descritti partono dall'educazione alla televisione ⁵⁶ e si estendono a tutti i media, ma portano in sé la didattica delle materie e la formazione della persona.

1.7 L'ibridismo dei media: orizzonte della complessità

L'ottica scelta è poliedrica: spaziare con lo sguardo su tutti i media perché essi sono un mondo complesso le cui categorie si comprendono solo muovendo dal tutto. McLuhan parlava dell'ibridismo dei media ⁵⁷, le caratteristiche di uno passano all'altro. I quotidiani inventano la frammentazione, che semplifica il testo per *trasformare la plebe in popolo*: ciò resta in tutti i media, ma ciascuno a suo modo, rioperando sui precedenti.

L'ultimo nato dei media, il cellulare, raffigura l'ibrido: scrive, telefona, fotografa, filma, passeggia in rete. Una sola piccola *console* rende signori della tecnologia dell'espressione. Siamo al giro di boa: dal dogma *il mezzo è il messaggio*, bisogna passare ai media ibridi,

⁵⁰ Ivi, , p. 74-76; cfr. p. 205 e sgg.; p. 85.

⁵¹ "Sperimentalismo è dimensione contraria alla qualità, a meno che non s'intenda come innovativo anche senza ancora rifarsi a strategie euristiche rigorose e teoricamente fondate. Ma non è positivo per la provvisorietà e l'isolamento di un argomento" p. XVII-XXI. D. Demetrio, *Micropedagogia. La ricerca qualitativa in educazione*, La Nuova Italia 1992.

⁵² Goffman, *op. cit.*

⁵³ R. Farnè, *Il laboratorio* in L. Galliani L. Santelli Beccegato, *Guida alla laurea in scienze dell'educazione*, Il Mulino, Milano 1995.

⁵⁴ Elster, *L'io multiplo*, Feltrinelli, Milano 1991. Gardner H., *Formae mentis*, Feltrinelli 2010 (1983). E. Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Cortina, Milano 2001.

⁵⁵ Maturana H.- F. Varela, *L'albero della conoscenza*, Garzanti, Milano 1992

⁵⁶ Piero Bertolini, *L'infanzia e la sua scuola*, La Nuova Italia, Firenze 1984, pp. 16-18.

⁵⁷ M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, tr.it. Il saggiatore, Milano 1967 (1962)

occorre educare ai media nel complesso, con la guida del Maestro di Gioco ⁵⁸. Il ruolo può essere interpretato anche dal docente, se sa assumere il ruolo montessoriano di spettatore attore che guida le azioni ambientali, non fa lezione. Lo sperimentatore che sa diventare parte dell'esperimento riesce alla ricognizione dell'ambiente ecologico, matura le giuste richieste di una politica sociale per raccordare micro e macro ambiente⁵⁹; riesce alla collaborazione educativa:

”l'apprendimento basato sull'osservazione è facilitato quando la persona che osserva e quella che è osservata ritengono che stanno facendo qualcosa insieme” ⁶⁰. “L'educazione è negoziazione del senso, partecipazione e confronto di valori condivisi, soggettivamente vissuti e rinegoziati, anche mediante una riflessione teorica su di essi” ⁶¹.

Confronto tra le due o molte menti, che conoscono attraverso universi linguistici, verbali e simbolici, un percorso estetico di cui il laboratorio costruisce l'habitat.

⁵⁸ Il termine è di Hermann Hesse

⁵⁹ S. Rodotà, *Tecnopolitica*, Laterza, Roma Bari 1997

⁶⁰ U. Bronfenbrenner, *op. cit.*, pp. 113, 205, 105.

⁶¹ G. Minichiello, *Il doppio pensiero*, *cit.*, Morano, Napoli 1994, p. 11. Elenca le categorie corrispondenti: **Pensiero semantico** -logos, realtà, astrazione (concetto), argomentazione, scienza /tecnica, istruzione, società, necessità, digitale, emisfero sinistro **Pensiero simbolico** – Mythos, interiorità, concretezza (metafora), narrazione, cultura, formazione, comunità, gioco, analogico, emisfero destro , p. 16.

Capitolo secondo – I laboratori:

La televisione – la qualità in via di estinzione

Clementina Gily – Elisabetta Rinaldi - EXPO Laboratori di Castellammare di Stabia (NA)

Il Terzo Rapporto Censis/Ucsi fornisce dati sul comportamento dei giovani verso i media. Si conferma che la tv è il primo medium da prendere in considerazione, perché ha grande influenza sull'ambiente ecologico della formazione, interessa tutte le età, l'emittenza vi è centralizzata e commerciale. Dal rapporto risulta che non basta considerare il numero delle televisioni accese per sapere quel che la gente pensa dei singoli programmi e della televisione. Occorre fornire strumenti per l'analisi qualitativa della televisione. A questo tende il progetto Telepanda, che si articola nei laboratori qui presentati e nell'azione socio culturale della ricerca – azione sulla qualità dei media, attualmente in corso.

La tv propone, si lamenta da tempo, modelli comportamentali aggressivi e violenti e così innalza la soglia di accettabilità collettiva della violenza; è spesso l'educatore sessuale dei giovani, fa pubblicità indiretta di alcool e tabacco attraverso un processo di "glamourizzazione"⁶², invade con la pubblicità gli spazio del consumo e provoca meccanismi di identificazione che inducono aspettative inadeguate. I comportamenti suggeriti in tutto il bombardamento di immagini⁶³ si colloca tra il conscio e l'inconscio. Senza diventare oggetto di decontestualizzazione attraverso una discussione fuori del gruppo dei pari, rischia di essere un pericolo insidioso su cui la scuola non interviene.

Perciò il metodo conversazionale è scelto come strumento privilegiato della sperimentazione, perché si presta in modo speciale a tematizzare e discutere la qualità dei media. Telepanda (educare alla televisione significa salvare la qualità dei media, in via di estinzione con un progetto ecologico), come gli altri laboratori, articola una struttura di gioco attraverso riflessioni critiche e processualità di costruzione di un prodotto dei media, secondo il metodo del teaching-learning che consente di analizzare i processi del medium⁶⁴. I modelli di gioco sono in questo capitolo dedicato ai laboratori brevemente descritti; possono essere forniti in edizione completa dall'Osservatorio Bambini e Media in kit su CdROM, da cui è possibile stampare tutto l'occorrente del gioco, dai test alle immagini, ai modelli di registrazione. I dati rilevati vanno restituiti per continuare il percorso di ricerca legato all'azione didattica.

2.1. Scheda informativa

Terzo Rapporto Censis/Ucsi presentato il 30 ottobre 2003⁶⁵

Televisione, cellulare e radio sono i media in assoluto più apprezzati dai giovani, perché tutti e tre dotati di un modello di comunicazione diretto, fluido, personale, disimpegnato e interattivo. Internet è una vera eccezione, spacca in due il mondo giovanile. Tutto ciò che è cartaceo - libri, quotidiani, periodici - essendo percepiti all'opposto come pesanti,

⁶² "Effetto che rende socialmente accettabile, desiderabile ed addirittura eleva a status symbol una serie di comportamenti che invece hanno ricadute negative sullo stato di salute individuale e collettivo, A. Pellai, *Teen television: gli adolescenti davanti e dentro lo schermo*, Franco Angeli 1999, p. 57.

⁶³ Cfr. la recente ricerca di M. D'Alessio, *Posso guardare la TV?. Come dare una risposta consapevole ai nostri bambini*, Angeli, Milano 2003.

⁶⁴ L. Galliani, *Il processo è il messaggio*, Cappelli, Bologna 1979.

⁶⁵ Realizzato in collaborazione con la Fondazione COR, Mediaset, Mondadori, l'Ordine dei Giornalisti, la Rai e Telecom Italia; hanno partecipato alla presentazione G. Guzzetti G. Roma, R. Pastore; L. Cornero, L. Del Boca, C. Fuscagn, A. Gavosto, P. Mieli, M. Paolini, L. Pogliana, M. Rosso G. Rumi; G. De Rita, E. Rossi.

impegnativi, unidirezionali, rigidi, non giocano un ruolo preminente nelle diete mediatiche giovanili, pur essendo queste generalmente, molto variegata e molto ricche.

I giovani italiani sono grandi consumatori di media. Fra i 14 e i 30 anni, infatti, il 90,7% è utente "abituale" della televisione, il 90,4% del cellulare, il 71,1% della radio, il 48,4% ha letto almeno tre libri nell'ultimo anno, il 44% sfoglia un quotidiano almeno tre volte alla settimana, il 38,7% è utente "abituale" di internet, il 15,2% sfoglia abitualmente periodici, e il 14,1% segue anche la TV satellitare. *Fra le diverse generazioni di giovani (14-18 anni; 19-24 anni; 25-30 anni) le differenze sono fortissime.*

Non di poco conto sono anche le differenze di genere fra i giovani. La televisione (92,5%), il cellulare (92,2%), la radio (75,5%) e i libri (55,9%) fra le donne riscuotono consensi in maniera sensibilmente maggiore rispetto alla media; mentre quotidiani, internet e periodici si confermano un terzetto oltre che più adulto che giovanile anche più maschile che femminile. Lo stesso vale per un uso più ludico dei media, generalmente più diffuso fra le donne. Nel gioco della vicinanza/lontananza dei media internet e libri costituiscono i fattori di reciproco scambio di ruoli nelle diete mediatiche femminili e maschili dato che internet è molto più vicino agli uomini (28,4% contro il 17,5% delle donne) così come i libri sono molto più vicini alle donne (16,4% contro l'8% degli uomini). *Cosa cercano nei media?* Conoscenze, nella percentuale più alta, pari al 34% del totale; informazione, per il 31,3%; utilità per il 14,3%. Tutti gli altri item - divertimento (8,7%), emozioni (5,4%), compagnia (4,6%), ideali (1,8%) - riscuotono consensi molto più bassi. Ma anche qui sono percepibili eccezioni generazionali: sotto i 18 anni la ricerca di divertimento sale fino al 15%, ossia quasi il doppio della media.

Cosa li disturba di più nei media? La volgarità, soprattutto, nella percentuale più alta del 23,3%; poi l'impressione che in fondo i media "vogliano imporre il loro punto di vista" (20,7%); e al terzo posto la superficialità (15,1%). Una terna di critiche tutt'altro che trascurabili, tenuto conto della provenienza giovanile, ossia quella considerata quasi sempre quiescente rispetto ai media.

La televisione nasce alla metà degli anni '30, per l'invenzione del sistema elettronico che la realizza in modo moderno, ad opera dell'americano Wladimir Zworykin; per l'inizio delle trasmissioni in Germania (22-3-35 - 1000 apparecchi) ed in Inghilterra (2-11-36 - 25.000 apparecchi)⁶⁶. Si diffonde però solo nel dopoguerra, gestita con un monopolio in Europa⁶⁷ e con la libera concorrenza in America), due gestioni che caratterizzano le produzioni nel senso della qualità ovvero dell'intrattenimento; della pubblicità limitata ovvero illimitata; della scarsa, o invece riuscita, economicità di gestione. Oggi in tutto il mondo in 7 case su 10 c'è un televisore. E' l'elemento principale della globalizzazione culturale⁶⁸ e del risorgente localismo, visto che la produzione è accentrata in pochi paesi e crea stridenti contrasti nei paesi non produttori.

E' nata con la televisione una nuova cultura centrata sull'immagine elettronica, che ha cambiato la nostra conoscenza dalla scrittura all'oralità, dalla logica analitica all'analogica,

⁶⁶ E. Menduni, *La televisione*, Il Mulino, Bologna 1998.

⁶⁷ Monteleone F. - *Storia della RAI*, Laterza, Bari Roma 1980

⁶⁸ M. Mc Luhan, *op.cit.*

che rende necessaria l'educazione estetica, come guida alla connessione. Già nel mettere frutta su di un tavolo per comporre una natura morta da poter disegnare, si scelgono connessioni che non sono già nelle cose, che allenano ad impostare le direzioni dell'attenzione. I laboratori sono un esempio delle enormi potenzialità di questo percorso.

Questa nuova cultura ha i suoi generi, che vanno conosciuti: la riflessione su di essi mette ordine tra gli elementi molto diversi che li compongono, ma che nel linguaggio televisivo tendono ad amalgamarsi in un flusso unico che Bettetini definisce *marmellata*, una vera risorsa di incapacità critica. Ragionare sui generi evidenzia le somiglianze e le differenze, fa comprendere le confusioni con finezza. Consente anche di analizzare le categorie, le grammatiche, le sintassi del linguaggio televisivo; particolarmente complesso per la presenza di parole, musica, immagini, ma anche di intenti commerciali, pedagogici (!), ludici. La *fiction* in tutte le sue specie è la produzione più consistente, le sue serie (create per affezionare l'ascolto) hanno creato una specie di vita alternativa che rischia di sembrare più persistente della reale: e forse lo è, se si pensa alla soap opera⁶⁹ *The Guiding Light (Sentieri)*, trasmessa dal 1937 in radio, dal '52 in tv, e ancora in produzione. Le sitcom (la prima fu *I love Lucy – Lucy ed io*) e i telefilm (*Lassie, Furia, Star Trek*), le saghe (hanno fine) sono generi diversi di produzione narrativa, ma in tutte la figura dominante è divenuto il produttore, piuttosto che il regista, come impone la complessità del quadro, che richiede competenze manageriali più che estetiche. Generi di rilievo sono ancora i giochi, i quiz, i varietà⁷⁰. L'informazione, come politica e come sport, come informazione scientifica, ha un ruolo centrale: la ripresa dei grandi fatti della storia, degli eventi dei media⁷¹, ha rappresentato la prima trasmissione di grandissimi ascolti, dalle Olimpiadi di Berlino all'incoronazione di Elisabetta II. Ed è tuttora così.

La televisione, si vede da tutti questi esempi, è diventata contenuto di cultura, oggetto di conversazione, modo per allacciare socializzazioni virtuali. L'educazione alla televisione mira a rifiutare il suo messaggio principale – *gettate via il telecomando*, goal specifico dei programmi contenitore, dai varietà ai talk show – consentendo un uso critico del mezzo. Grazie al telecomando ed il satellite è diventata neo-televisione, sempre più capace di diventare un medium che, gestito con attenzione, può diventare artefice di una notevole, benefica, acculturazione, capace di raggiungere tutti, anche i ragazzi che evadono per vari

⁶⁹ Il nome dice chiaro l'intento commerciale di dare sostegno alla pubblicità, cfr. C.Gily ed., *Frammenti di mondo*, SEN, Napoli 1999, ora in www.clementinagily.it.

⁷⁰ A. Grasso, *Enciclopedia della televisione*, Garzanti

⁷¹ Meyrowitz J., *Oltre il senso del luogo*, Baskerville, Bologna 1994

motivi l'obbligo scolastico. Una risorsa che va formata negli utenti, educando ad evitare l'ascolto passivo, nelle emittenti, chiedendo una migliore qualità dei programmi.

Non si deve limitare il tempo di ascolto, ma educare a scegliere; il *couch potato*, l'ascoltatore passivo, è il vero nemico da battere.

2.2 Telepanda - Patterns Game – la celebrità

Il *Patterns Game* è il Gioco dei modelli che la televisione propone; è adatto per gli adolescenti, nel delicato passaggio alla vita adulta, quando

pensano ad “una serie di fughe più o meno metaforiche dal mondo degli adulti (nel...) gruppo dei propri pari (...). La televisione gioca un ruolo non indifferente nella proposizione di modelli e valori di riferimento indirizzati agli adolescenti”. Il coraggio di assistere a scene violente è una dimostrazione di coraggio⁷². “La televisione con i suoi messaggi espliciti e soprattutto impliciti (si esiste se si appare) su come comportarsi, pensare, vestirsi, viaggiare, acquistare, parlare, divertirsi, su chi “conta” e chi no, chi vince e chi perde, chi è forte e chi è debole, propone valori e opinioni”⁷³, proponendo una identificazione che esula dalla microambiente di appartenenza. Il suo potere di conferire fama la presenta come artefice della fortuna. L'immagine attraente conta più che del valore, del lavoro, dell'impegno

Gli adolescenti costituiscono un target interessante per la televisione. Trasmissioni come *Grande Fratello*, *Saranno Famosi*, *Operazione Trionfo*... offrono modelli da esaminare con i ragazzi per mettere a fuoco il problema nella forma del *talk show* a soggetto, i modelli di conversazione consentono una rilevazione dati⁷⁴, assumendo aspetto di *focus group* non strutturato. Vanno definiti giudizi su programmi, personaggi, sulla televisione in genere, tra reale e ideale.

Individuare i generi e i programmi più visti e graditi è la prima tappa del percorso, che si attua con metodologia quantitativa, con test sulle preferenze nell'utenza e nella programmazione

⁷² A. Pellai , *Teen television: gli adolescenti davanti e dentro lo schermo*, Franco Angeli 1999, p. 31.

⁷³ A.Oliveiro Ferraris, *TV per un figlio*, Laterza, Bari 1997, p. 150.

⁷⁴ Esempio di un modello relativo a questo gioco:

1. Vedi il Grande Fratello (G.F.)? con quale frequenza e con quali media (stream, televisione, internet)?
2. Sai a cosa si ispirano l'idea ed il nome del programma?
3. Hai visto “The Truman Show”? Ti sembra che si possa fare un paragone con il G.F.?
4. Parteciperesti ad un'edizione del G.F.? Perché?
5. Se fossi un genitore saresti contento che tuo figlio vi partecipasse?
6. Quale ti sembra il livello culturale degli “inquilini” della Casa?
7. Che differenza con l'anno scorso? Parli del G.F. in classe o in famiglia?
8. Chi è il vostro “inquilino” preferito? Perché? Secondo te, come sono stati scelti?
9. Ti è capitato di vedere programmi in cui compaiono i vecchi ed i nuovi “inquilini”? (Buona Domenica, Costanzo show, Mai dire Grande fratello etc...) Sono diventati famosi?
10. Come chiederebbe Daria Bignardi: descrivi con un aggettivo la trasmissione.

(17 domande a risposta multipla). Ad ogni risposta sono attribuiti punti che qualificano il partecipante, generando un primo gioco di identificazione. Segue la costruzione delle scale di gradimento che elencano i programmi da scegliere e consentono l'identificazione dei più graditi. Si individuano gli argomenti della conversazione, nella nostra sperimentazione modello (attuata in una scuola media di Milano (classi I e III) dalla laureanda Elisabetta Rinaldi ⁷⁵) sono *Saranno Famosi*, *il Grande Fratello*, *i Simpson*. Una discussione sulla celebrità meritata – immeritata, importante – non importante nella vita di ognuno; un'altra sul mutamento della famiglia d'oggi, i cui problemi sono così diversi da ieri. Il procedimento qualitativo si completa, nel caso della celebrità, con la visione e commento del film scelto, *Eroe per caso*⁷⁶, di Stephen Fears (1992). Ciò amplia il discorso con una narrazione congrua, e fa riflettere sui diversi linguaggi dei media.

Il film già fa parte della seconda parte del gioco, quella qualitativa, il cui metodo è la conversazione guidata ⁷⁷. L'intervista di gruppo trasforma l'analisi in un gioco collettivo di riflessione su qualità e contenuti del vissuto televisivo, nel raffronto tra modelli proposti dalla televisione ed esperienze concrete. Ne emergono le rappresentazioni sociali ⁷⁸ del problema, mentre si agisce in modo formativo stimolando un punto di vista personale. Tutte le conversazioni sono registrate e trasformate in un protocollo, che viene letto in classe ed accettato, in esempio di informazione corretta e metodo condiviso.

La terza fase del gioco consiste nella trasformazione della riflessione qualitativa in un percorso di quantità, più efficace dal punto di vista della comunicazione del risultato. È il processo della costruzione di scale di attribuzione, che consentano di visualizzare quantitativamente i risultati delle analisi qualitative fatte nella conversazione, disamina

⁷⁵ Un più ampio estratto della tesi è pubblicato in C.Gily (a cura di), *Manuale di Ludodidattica dei media*, cit..

⁷⁶ Film: “**Eroe per caso**”

1. si può essere eroe per caso?
2. cosa spinge il protagonista ad entrare nell'aereo?
3. un uomo ha un carattere o molti modi diversi per reagire alla vita?
4. Se fosse tuo padre saresti orgoglioso di lui? E' un buon modello educativo?
5. credi che l'eroismo esista nella nostra società? Cita esempi di vita personali o mediatici
6. avresti fatto la scelta di accettare una lode e i vantaggi conseguenti per via di una menzogna?
7. pensi che sia giusta la conclusione che conferma questa scelta?
8. quale ruolo ha avuto l'informazione nel fatto?
9. La giornalista ha rispettato la deontologia professionale (principi morali di correttezza, riservatezza)?
10. credi che il giornalista oggi rispetti le notizie?
11. sai cosa significa scoop? Credi sia una giusta scelta di un giornalista inseguirlo?
12. credi sia facile manipolare l'informazione? Che ruolo ha oggi nella nostra vita?

⁷⁷ La conversazione ha il fondamento essenziale nell'eguaglianza dei diritti dei parlanti, la turnazione, l'intervento mutuo dei partecipanti, ciò la rende uno strumento formativo, che con metodologie adeguate può essere usato didatticamente. Se guidata da un metodo e da un maestro di gioco che tenga il bandolo della conversazione dirige meglio il target a nuove acquisizioni. C. Gily, *Le regole anomiche della conversazione*, Atti dell'Accademia Pontaniana, ora in www.clementinagily.it.

⁷⁸ Moscovici S. - Farr R. (a cura di), *Rappresentazioni sociali*, Il Mulino, Bologna 1984

dell'informazione presente nel prodotto. La rappresentazione sociale si visualizza in una scheda che quantifica la valutazione soggettiva, precisandone il campo semantico e l'atteggiamento critico.

Il campo semantico, qui la rappresentazione sociale della celebrità si determina attraverso le parole chiave emerse, limitate alle sette/otto più frequenti. Esse vengono valutate in una scala di attribuzione che segnala quattro qualità in modo eminente e dà la loro gradazione quanti-qualitativa, grazie al punteggio attribuito che disegna una scala semantica dei valori comuni emersi.

CELEBRITA':

Abbiamo scelto i termini dell'analisi della Celebrità: dai un voto da 1 a 10 ad ogni aggettivo.

INDISPENSABILE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ESALTANTE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

MOTIVANTE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

INDIFFERENTE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

DELUDEnte

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

DEQUALIFICANTE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

VALORIZZA UN SOLO ASPETTO

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Altrettanto si può fare nella valutazione del singolo programma:

SIMPSON

Sono stati scelti alcuni termini che si possono riferire al Cartone dei Simpson. prova a dare un voto da 1 a 10 ad ogni aggettivo.

ORIGINAU

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

INTELLIGENTI

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

DIVERTENTI

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

VOIGARI

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

SGRADEVOU

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ESAGERATI

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ESEMPI NEGATIVI

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

CRITICA SOCIALE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	X
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

L'atteggiamento critico si misura nella scelta tra aggettivi bipolari tratti dalle conversazioni, in modo da costruire una rappresentazione grafica:

GRANDE FRATELLO - SARANNO FAMOSI - SIMPSON

Quali sono le impressioni che ricavi dalla visione di questo programma?

- **Prova a valutarlo, come lo definisci?**

Buono/cattivo, piacevole/spiacevole, educativo/diseducativo

- **Pensi che sia un programma:**

interessante/non interessante, ti prende/non ti prende, ha su di te un effetto forte/debole, divertente/noioso, vivace/lento, vecchio/giovane

- **E dal punto di vista della qualità come lo trovi?**

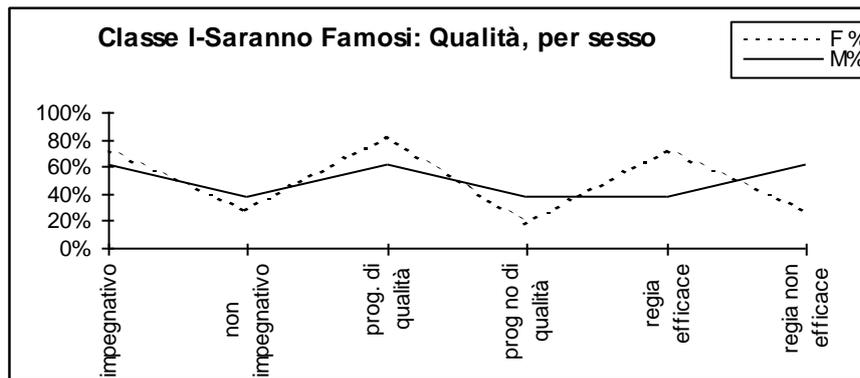
Programma di qualità/non di qualità, impegnativo/ non impegnativo, regia efficace/inefficace,

Secondo te è un programma:

per grandi/piccoli, per ragazze/ragazzi, da vedere insieme/da soli

Da queste valutazioni si ricava l'atteggiamento critico in grafici che raffigurano la diversità di valutazione del programma, che si è differenziata per genere. Nella sperimentazione di prova

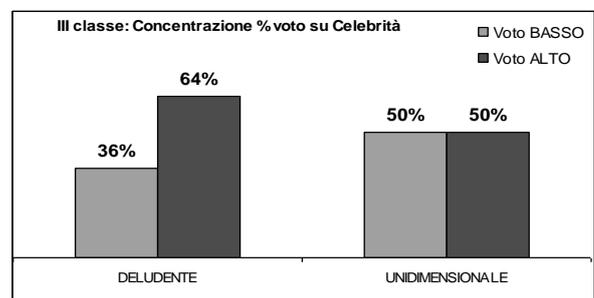
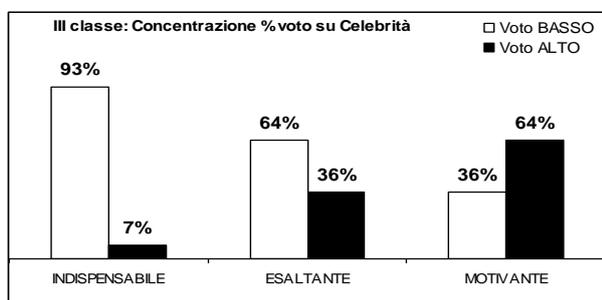
del gioco, sono risultate alcune rappresentazioni grafiche dell'atteggiamento critico:



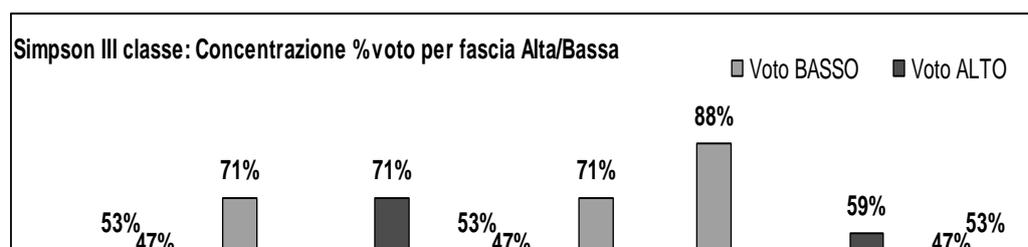
La differenza di genere è sensibile, evidenzia la maggiore partecipazione nel giudizio delle ragazze rispetto ai ragazzi, interessati in genere a programmi più infantili.

Articolare il quadro dei giudizi porta non solo ad una possibilità per il ricercatore di monitorare in modo adeguato i programmi, ma favorisce la coscienza di sé da parte dei partecipanti, aiutati dalle domande a scelte che approfondiscono la valutazione.

Concludiamo con la rappresentazione grafica del quadro semantico, ricavata dalla stessa sperimentazione, che dà l'idea del prodotto qualitativo e quantitativo conseguito dal gioco. Vi si riconosce la capacità dei ragazzi ad intendere che nelle trasmissioni sottoposte alla loro attenzione è presente l'esaltazione di messaggi come esibizionismo, attenzione a se stessi, competitività. Del pari è chiara la valutazione che l'opportunità offerta da questi programmi è troppo allettante per poterla ignorare. Il ragionamento indulge a prendere le distanze dagli eccessi per cui la fama è sicuramente motivante ma non certo indispensabile.



Per quanto riguarda la valutazione dei programmi, i Simpson, la scheda mostra che il programma è molto visto, perché divertente, perché i personaggi, benché esagerati, evidenziano con intelligenza la critica sociale. Se i ruoli nelle famiglie sono cambiati, guardarli con ironia paradossale può insegnare ad intendere il nostro tempo.



2.3

Giochi con la televisione

TELEDIETA

La TV nasce in Italia come monopolio di Stato proponendosi l'ideale pedagogico di *educare – informare - intrattenere...* può essere ancora valido questo assunto? La televisione è un medium che bambini e ragazzi usano anche troppo: educare alla televisione è insegnare l'ascolto attivo e la scelta tra i programmi. Il gioco didattico della **Teledieta** nasce dalla **Dieta televisiva**⁷⁹, una riduzione contrattata del consumo di televisione; rispetto alla **Dieta** di Menduni, la **Teledieta** esplicita il proprio carattere nel gioco conversazionale, a danno della riduzione del consumo. La conversazione oggi non è scomparsa ma è diventata appannaggio della conversazione con i media (Bettetini ha definito la *conversazione audio visiva* con il televisore). Se nella conversazione, come dice Moscovici, si formano le rappresentazioni sociali, cioè i capisaldi del senso comune, non lo si può lasciare alla televisione è la prima battaglia da combattere. La prima regola di una conversazione corretta è rispettare il turno e far parlare tutti – la televisione attua una conversazione solo apparentemente corretta, quindi, che agisce come imbonimento e propaganda. E' una vera educazione alla legalità.

La **Teledieta** non vuole ridurre il tempo di ascolto ma far pensare, con i punteggi negativi suscita consumi aggiuntivi, a compenso di trasgressioni nella dieta: telegiornali e informazione scientifica hanno avuto un vero boom, passando da fanalino di coda a secondo programma visto, dopo che sono stati loro assegnati punteggi negativi (sono risultati anche primi tra i programmi brutti). Oppure fa attribuzioni mirate ma scorrette se tolte dal loro senso polemico (es. il programma di varietà del sabato equiparato nel punteggio al film di violenza, per condannare i programmi che si comprano a scatola chiusa). Sono innovazioni nate nelle esperienze e convalidate nella pratica.

Il meccanismo del gioco costruisce una dieta di televisione: un foglio punteggi cambia di settimana in settimana graduando i programmi consigliati e sconsigliati con il punteggio, costa di più il programma peggiore; ciascuno deve totalizzare da 1 a 100 al giorno, se si vuol vedere un thriller (vale 80 punti) poi bisogna digiunare! Chi partecipa opera delle scelte, ed è il primo risultato; discute i punteggi con il Maestro, spesso difficili da capire senza la teoria della comunicazione, ed è il secondo risultato. Poi nelle conversazioni mirate, su di uno schema prefissato o su lucidi di personaggi (es. *Simpson* e *Gli antenati* per focalizzare la diversità della famiglia oggi e ieri), approfondisce le proprie opinioni e consegue le competenze necessarie per leggere i media. Il *Diario di bordo* ed i test che accompagnano l'esperimento forniscono dati di rilevazione dell'audience infantile.

⁷⁹ E.Menduni, *op.cit.*

MINITEL

Adatta le Teledieta per i bambini più piccoli che ancora non leggono né contano sino a 100. Semplifica le procedure e centra nell'analisi di cartoni animati e spot pubblicitari, ma risponde allo stesso criterio teorico, pur nella differenza del kit, che si compone di figure e di attribuzione di punteggi fino a 10. Il percorso rientra nell'educazione all'immagine. Data l'alta frequenza degli spot pubblicitari nei cartoni e la tendenza dei bambini più piccoli a guardarli come un qualsiasi spettacolo, si propone nel **Test** e nei **Votiamo per** elementi per discutere l'attendibilità delle immagini pubblicitarie. Sono giochi collettivi che si documentano con un'intervista redatta dal docente.

Come la **Teledieta**, si articola in 8 settimane di gioco, un incontro la settimana della durata di due ore (totale di 16 ore). Il primo incontro è dedicato alla spiegazione del lavoro da svolgere e alla visione dei materiali da utilizzare: il cartellone e le schede.

Ai bambini viene consegnato un foglio dove sono indicati (in parole o in icone) cartoni o programmi contenitore (come La Melevisione, Rai 3) e spot pubblicitari – il bambino metterà una crocetta su quelli che ha scelto. A fine settimana ciascun bambino porterà in classe il foglio e insieme all'insegnante si calcola il punteggio di ogni bambino e si discute l'esperienza.. Ogni lunedì al bambino sarà fornita una nuova scheda da compilare. Vince il bambino che ha totalizzato alla fine il punteggio minore – cioè che ha visto i programmi migliori senza eccedere nel tempo.

Per educare al turno di conversazione, il Maestro di Gioco si munirà di un pupazzetto che lancia al bambino che deve parlare. Che tutti debbano parlare è una regola del gioco della conversazione.

IL CARTELLONE. L'allestimento del cartellone è molto importante in quanto grazie alle immagini esso, di fronte a bambini che ancora non sanno leggere e scrivere, rappresenta la mappa strategica del lavoro, il punto di riferimento per la conversazione in classe: sul cartellone i bambini vedranno rappresentate le icone della televisione, i titoli (di cui riconoscono la grafica) dei cartoni preferiti. Esso verrà materialmente creato ritagliando ed incollando giornali (precedentemente raccolti dall'insegnante) personaggi, didascalie e quant'altro riguardante i programmi che i bambini sono invitati a segnare sulla scheda, a casa.

TELEPANDA

Il progetto si articola in quattro settimane, di cui la prima si dedica alla **Teledieta**. Individuati i programmi più seguiti, segnalati ai ragazzi programmi di qualità da monitorare per fare la differenza con quelli più visti, si discute nella seconda settimana la qualità dell'offerta televisiva. Un esempio di stimolo alla conversazione può essere quello riportato nel riquadro

Gioco d'interpretazione

1. FASE (codici della comunicazione televisiva)

- Facciamo vedere ai ragazzi, in ordine sparso, delle immagini che rappresentano diversi mezzi utilizzati per comunicare qualcosa e per stabilire relazioni con gli altri.
- Facciamo poi classificare le immagini raggruppandole in insiemi che devono essere definiti mediante informazioni generali [comunicare con gesti - comunicare con parole - comunicare con le immagini - comunicare con gli oggetti - comunicare con i suoni - comunicare con le luci]
- Definire con i ragazzi il tipo di comunicazione degli esempi detti

2. FASE (comunicazione intenzionale e non intenzionale)

- Chiediamo ai ragazzi di individuare programmi televisivi che 'hanno' come fine evidente quello di voler comunicare qualcosa, programmi televisivi che 'apparentemente non hanno' questo fine e programmi televisivi che 'non hanno' questo fine, motivandone la classificazione.

3. FASE (riflessione sulla pubblicità televisiva)

- Facciamo soffermare l'attenzione dei ragazzi su vari esempi di pubblicità (es. pubblicità progresso e pubblicità demenziale) e chiediamo loro quanti messaggi intelligenti e di *qualità* passano sullo schermo
- Chiediamo ai ragazzi se è sufficiente un contenuto di qualità per fare una *TV di qualità* oppure occorre altro

4. FASE

- Chiediamo ai ragazzi di individuare i programmi di *qualità*. Pochi? Tanti? Di *qualità* per quali spettatori?

La terza settimana completa la discussione sulla valutazione dei programmi delineando criteri di qualità (contenuti interessanti, la presentazione estetica, la scioltezza e velocità, la poca pubblicità, il divertimento, le menzioni speciali) e si procede ad una votazione che stabilisce una graduatoria, sulla base della quale si elegge il programma preferito dalla classe.

L'ultima settimana si dedica a creare con i ragazzi una pubblicità del programma scelto, attuando lo story board dall'idea di fondo allo slogan, al cartellone illustrato.

VIDEOGIORNALE

Anche in questo gioco si parte **Teledieta**, che imbastisce l'oggetto dell'attenzione. Invece della conversazione guidata si procede ad un corso di formazione sul *newsmaking* (compreso nel kit di gioco), che è la costruzione della notizia, prima della scrittura, nel mondo dello sciopero degli eventi (Baudrillard). Nel nostro mondo viviamo tra cose esistenti che non si fanno e cose inesistenti che si fanno: occorre ragionare sull'obiettività della notizia, sui media come *agenda setting*, sulle regole deontologiche dell'informazione.

La seconda settimana, sulla base della divisione in ruoli dell'informazione (allegato 2 del kit di gioco), si compone la redazione e si invita ciascuno ad una costruzione libera di un testo inerente alla propria specializzazione. Sulla base degli elaborati la riunione di redazione, cui partecipa il Maestro di Gioco, decide gli argomenti del giornale.

Nella terza settimana si confrontano gli scritti e si discute il montaggio del videogiornale, che non deve durare più di mezz'ora nella redazione finale, con la ripartizione degli scritti in servizi, notizie di fondo, inserti ecc. e scegliendo gli allievi per i ruoli in video ed i tempi relativi in una riunione di redazione al giorno. Per la partecipazione collettiva, si possono realizzare diversi servizi e poi scegliere insieme i migliori.

La quarta settimana è dedicata alla ripresa del videogiornale, dando attenzione alle capacità attoriali e vocali, discutendo il comportamento degli *anchor man*.

TELEFICTION

Il Maestro di Gioco qui va a costruire la coscienza partecipativa dei ragazzi che avrà come risultato la realizzazione di una fiction "fatta da loro". Lo stimolo parte dal coinvolgimento in una o più tipi di lettura (accluse nel kit di gioco) per dare l'idea di diversi modelli di scrittura e dei dialoghi. Si apre anche uno spazio di conversazione e narrazione di episodi in 10 minuti, per esercitare alla sceneggiatura a tempo. Nell'esempio di Rodari, dopo la lettura si crea il binomio fantastico con due parole chiave che hanno colpito i ragazzi, si creano nuove storie, tra cui si opera una scelta.

La seconda settimana si inizia la sceneggiatura in gruppi di tre secondo le metodologie della scrittura cooperativa. Le regole sono che ogni storia dovrà avere da 6 a 10 personaggi con presenze di protagonisti e comparse, la forma del testo dovrà essere esclusivamente dialogica.

La terza settimanali occupa nel controllo dei testi e nella collazione di una redazione finale, così che l'intera classe partecipi. Il metodo è una lettura ad alta voce che coinvolge tutti i componenti.

La quarta settimana passa alla drammatizzazione della fiction, registrandola con i seguenti criteri

La scelta dei ruoli sulla base e le proprie attitudini e predisposizioni.
Recitazione da parte di tutti delle scene scritte.
Recite in successione da parte dei 3 gruppi.
Elezione dei migliori attori.
Prova definitiva.

Questo innesca nei ragazzi la motivazione capace di determinare un vero gioco di squadra, superando la logica dell' affermazione individuale a vantaggio della produttività ed al successo del gruppo. Recitare in pubblico, più che una straordinaria occasione di maturazione del sé linguistico, è una formazione relazionale.

Il grande fratell...ino

Conversazioni sulla celebrità (v. Patterns Game⁸⁰) preparano alle selezioni per chi avrà il ruolo di protagonista dentro la *casa* (creata coi banchi); esse consistono in quiz sulle materie, prove di abilità (anche al computer), faccia-a-faccia con la classe in una prova di spigliatezza. I testi *d'esame* sono preparati dagli allievi e scelti dal Maestro di Gioco per l'abbinamento ai concorrenti, divisi in due squadre. Ogni componente la squadra riceve un voto, dato dall'altra squadra. I primi sei sono *ospiti*, gli altri spettatori.

Se ci fosse una forte prevalenza dovuta alla differenza di genere, si discute il tema (Allegato 2 del kit). Si prova la *casa* il *confessionale*, la *platea*, illustrando la complementarità dei tre spazi (Allegato 3).

Nella realizzazione del gioco gli ospiti recitano a soggetto secondo un canovaccio, dando speciale importanza ai all'improvvisazione su tema.

Gli ospiti si sottopongono alla prova (un test di domande). Visto il tipo di gioco, che sottolinea l'importanza dell'immagine di sé che si riesce a trasmettere e le diverse capacità di intelligenza e cultura dell'uomo (Allegato 3 del kit) chi non sa rispondere può cavarsela con spirito, cimentarsi in una prova a scelta degli avversari, chiedere l'aiuto della sua squadra, ricavando un punteggio di 6, 5, 4, secondo l'ipotesi attuata nella risposta.

Agli alunni che fanno da pubblico, verrà chiesto di entrare nel "*confessionale*" (es. dietro la lavagna) per dare voto ai rappresentanti della squadra *nella casa* esprimendo la preferenza scritta di un solo 3, un solo 2, un solo 1 abbinato al nome dei 3 *ospiti*. Le preferenze possono essere motivate in un contraddittorio severamente regolato dal Maestro di Gioco. La seconda parte della votazione, che non verte sulle capacità "scolastiche", ma sulla valutazione della simpatia, spigliatezza, prontezza, può conferire anche un 6-5-4, a preferenza – se si attua una conversazione sul rapporto forma contenuto (Allegato 4 del kit).

La vittoria del gioco è ai punti, viene decretata alla fine del gioco con una premiazione (artigianato fatto dai ragazzi), dopo una discussione fondata su Huizinga e sull'importanza della vittoria nello sport (Allegato 5 del kit).

SPOT, SPOT, SPOT

CURRICULUM (TUTTI I KIT SONO ORGANIZZATI IN CURRICOLA):

Prima settimana Tre tranches di immagini pubblicitarie (nel kit sono allegati i lucidi) aprono la discussione, disegnano la storia, discutono la retorica del messaggio. La discussione con i

⁸⁰ il modello esamina: la conoscenza e diffusione della trasmissione del grande fratello, il valore che le attribuiscono i ragazzi, il modello culturale che da essa viene loro veicolato, confronto con trasmissioni improntate a dinamiche esibizionistico – voyeuristiche.

ragazzi raffronta passato e presente, si protocolla subito la loro rappresentazione collettiva della pubblicità; si invita a conversare a casa sul tema prima di redigere il protocollo finale.

Seconda settimana: gruppi di tre scelgono l'argomento da pubblicizzare tra Pubblicità alla scuola - alla famiglia - a mio cugino - al gioco/prodotto scelto

Cartellone pubblicitario, filmato, cartone animato, fotografia, slogan si progetta a partire dal prodotto (Allegato 1 del kit) e si costruisce lo story board.

Terza settimana

Si radunano le idee sviluppate a casa, si discute lo story board completandolo si procura l'essenziale per la realizzazione

Quarta settimana

Ultimata la morfologia di presentazione nella sua concatenazione definitiva, la revisione dei testi con il loro tempo e spazio, l'aggiunta delle musiche e rumori di fondo, si realizza il prodotto nella tecnologia prescelta.

Capitolo terzo – I laboratori:

La radio – Misteriosa voce

Viviana Reda - EXPO Laboratori di Lioni (AV)

La grande diffusione della televisione ha fatto parlare del superamento dell'esperienza della radio: i due media hanno in comune la regia in diretta (opera aperta) ed il flusso di conversazione organizzata in palinsesti, che si acquista con l'apparecchio, una sola volta. Ma invece il tempo della radio non è finito.⁸¹

Un apparecchio radiofonico è economico e portatile, consente un ascolto privato, nel confortevole isolamento della propria stanza. Il suo uso è compatibile con lo studio ed il lavoro. Molti giovani sono interessati per questo alla radio: la musica e il giornale radio sono le trasmissioni più ascoltate, Radio DeeJay ha sorpassato Radiodue nel giugno 2003.

Le trasmissioni si sono adeguate a questi gusti, diminuendo in varietà, specie nelle radio private: chi ricorda il passato può rimanere deluso del panorama attuale. La ludodidattica della radio insegna ai giovani a conoscere e ricostruire i programmi del passato, e quelli d'oggi. Fa storia della radio e insieme stimola a servirsi di una comunicazione essenziale.

Servirsi della voce significa comunicare contenuti. Nel tempo della neo oralità di cui parla Walter Ong saperlo fare è importante. La radio è il regno della voce, in tutte le sue modulazioni di frequenza retorica.

La composizione del testo radiofonico abitua a misurare le espressioni sulla potenza comunicativa, a gestire il testo nella forma voluta, a fare attenzione alle sfumature delle espressioni.

Nelle trasmissioni musicali protagonista della radio è la voce del DeeJay: presentatore, attore, comico, amico al telefono, parlatore più o meno solitario, deus ex machina che decide l'ascolto. E' protagonista di storie, l'esempio del comunicatore, colui cui si presta orecchio e convince mistificando (ad es. Io uccido di Giorgio Faletti, il film La leggenda del Re Pescatore): per la sua centralità a scomparsa, molto nota e molto ignota, conosciuta nell'impalpabile voce.

L'intrusiva potenza della voce si mescola al dialogo intimo, appartiene al sé, amico sincero che non turba, lo spegniamo quando vogliamo. Misteriosa, la voce si incorpora al flusso di coscienza, non costringe a ruoli, chiede solo il nome di battesimo. Lascia pensare in libertà, è la voce narrante che accompagna la mente, invita a pensare, non urta con la diversità: la musica scioglie il calore nelle vene. L'intimità non permane nel divismo della televisione.

Ed è qui il suo fascino, come il pericolo. La voce che sentiamo come nostra si confonde con l'intimo. Può influenzare di più, non imponendo ma convincendo.

Anche solo nel diffondere gusti come quello segnalato della povertà dei generi, esigenza commerciale camuffata da obbedienza al target. Ma non era difficile né raro, una volta, seguire Alto gradimento o Gran Varietà o Chiamate Roma 3131... La qualità dei testi era incomparabile con qualsiasi DeeJay⁸².

3.1 Scheda informativa

⁸¹ 36 milioni di ascoltatori al giorno, mercato in netta ripresa sul fronte pubblicitario nel 2003, divisi in percentuali diverse tra le diverse reti con una variazione tra 1.550 e 7.500 (le reti RAI 1 e 2, DeeJay, Radio Montecarlo, Radio capitol, radio 24 le preferite): Convegno "Il mondo pieno di radio" del 28 giugno 2003 .

⁸² Cfr. R. Arnheim, *La radio l'arte dell'ascolto*, Editori riuniti, Roma 1993

Nell'Enciclopedia della comunicazione realizzata on line da Rai Educational il vocabolo radio viene precisato in base alla storia del medium attraverso le sue applicazioni e dunque considerato come un'abbreviazione non di una parola sola, ma di una serie di parole che ne hanno definito di volta in volta l'identità: radiofonia, radiotelegrafo, radioricevitore, radiotrasmissione, secondo lo stesso mecca *lascia pensare in libertà, voce narrante che accompagna la mente*, ismo che ha formato auto da automobile, moto da motocicletta e foto da fotografia.

“La sua origine remota è nel latino *radius*, che significa raggio e si riferisce alle onde elettromagnetiche irradiate dalle trasmettenti. Dopo essere diventata una parola a sé, radio ha formato decine di termini tecnici, da radiocronista a radiolina a radiotaxi, rischiando spesso di essere confusa con l'altro radio -, quello delle radiazioni, di radioattivo, radiografia e radioterapia. Attraverso i vari significati della parola radio – leggiamo più avanti - si possono per tanto ripercorrere le tappe dell'evoluzione tecnologica del nostro paese, come sfogliando un album di vecchie foto nel quale il posto d'onore spetta a Guglielmo Marconi, l'inventore della telegrafia senza fili e delle radiotrasmissioni. I primi prototipi risalgono agli anni Venti, infatti nel 1923 in Italia la radio era usata solo dalla Marina militare. Il 6 ottobre del 1924 l'Unione Radiofonica Italiana diede il via alle prime trasmissioni radio pubbliche. In quegli anni con radio si indicava ancora solo la radiofonia, la tecnologia della trasmissione della voce a distanza o meglio, come si diceva allora, la telefonia senza fili. Negli stessi anni, prima tra gli addetti ai lavori e poi nella lingua di tutti, si iniziò a usare radio anche come aggettivo, nelle espressioni trasmissione radio, onde radio, industria radio.

Alla metà degli anni Trenta, il termine *radio* passò ad indicare l'apparecchio radioricevitore che permetteva l'ascolto dei programmi. In quel periodo le famiglie che potevano gustare l'emozione di un programma radio erano ben poche: non più di un italiano su cento possedeva una radio e la maggior parte si trovavano nell'Italia del nord. Già prima della guerra la parola *radio* stava ad indicare l'ente che trasmette per radio, oppure la stazione trasmittente. In Italia questo ente, chiamato prima URI, si era trasformato all'inizio degli anni Trenta nell'EIAR, *Ente Italiano Audizioni Radiofoniche*, e poi in RAI, *Radio Audizioni Italiane*, nel 1944, con mezza Italia ancora occupata dai tedeschi. Negli anni di guerra, però, l'attenzione di molti italiani andava di nascosto al segnale di Radio Londra, dalla quale si potevano avere a getto continuo notizie sull'andamento del conflitto. Per chi è nato e cresciuto nell'era della televisione è difficile immaginare come potessero funzionare l'intrattenimento e l'informazione diffusi per radio.

Negli anni del dopoguerra, con più di 5 milioni di apparecchi, la radio era il principale mezzo di comunicazione di massa in Italia, tanto che anche le comunicazioni clandestine tra persone private della libertà, come i detenuti o i soldati, si chiamavano *radiocarcere*, *radioscarpa*. La radio era molto più seguita dei giornali quotidiani, prima di tutto perché per leggere un quotidiano occorre un livello di istruzione che nel 1950 ben pochi italiani possedevano, e poi perché ascoltare la radio costava meno che comprare il giornale: come la televisione, anche la radio, fino alla metà degli anni Sessanta, si ascoltava nei locali pubblici, e non era necessario possedere un apparecchio. Le condizioni della comunicazione sono profondamente mutate negli anni. Gli enti radio pubblici e privati devono fare i conti con la televisione e la radio trova oggi buona parte del suo pubblico anche in chi va in automobile o nei giovanissimi, utenti conquistati con una lunga tradizione di intrattenimento e buona musica.”

Sito internet <http://www.educational.rai.it/lemma/>

Nel vasto e articolato mondo dei media e delle comunicazioni la radio occupa oggi certamente una posizione secondaria rispetto alla televisione e ad internet per ascolti, diffusione e quantità di ore dedicate. In un mondo fatto di immagini e rappresentazioni infatti la *scatola sonora* sconta sin dall'apparire delle prime trasmissioni televisive questa "lacuna iconica" - si parlò all'epoca di "tv senza immagini". Tuttavia la sopravvivenza del medium radiofonico fino ai giorni nostri mostra chiaramente le straordinarie capacità insite nel mezzo che non ha subito passivamente la televisione; la radio degli anni Cinquanta e Sessanta piuttosto, traendo stimolo da questa competizione convulsa, reagisce trasformandosi, modificando rapidamente i suoi linguaggi, ampliando la rosa dei generi proposti⁸³, differenziando i pubblici e individuando nuove efficaci strategie comunicative. Il lungo e accidentato percorso compiuto dalla radio dal 1895 – anno in cui l'italiano Guglielmo Marconi metteva a punto la prima rudimentale apparecchiatura radiofonica – ad oggi passa per la storia sociale e politica, per la sociologia e le comunicazioni di massa, per l'antropologia sociale ma, soprattutto, come per tutti i media, la storia della radio e della radiofonia attraversa, intersecandola profondamente, la storia del "pubblico, con le sue abitudini, i suoi mutamenti, i suoi gradimenti ed i suoi malumori; oggetto indecifrabile e, insieme, determinante punto di riferimento".⁸⁴

E il pubblico della radio è un pubblico per lo più di giovani, lo è stato da sempre: negli anni della liberalizzazione dell'etere sono moltissime le radio amatoriali messe su da gruppi di adolescenti appassionati di musica, durante i tumultuosi anni Settanta, poi è stata la radio – e non certo la tv "di stato" – a dar voce alla diffusa protesta giovanile. Oggi il pubblico della radio si divide fondamentalmente tra giovani e giovanissimi appassionati di musica (scelta legata al contenuto) e una fascia di utenza "in movimento" cioè costretta in automobile per lunghe ore e che perciò si serve della radio come medium *d'accompagnamento* che può essere ascoltato senza dover essere visto (scelta legata al tipo di fruizione).

3.2. Giochi in voce. Interviste impossibili.

La radio mostra, da principio, di avere delle sue proprie caratteristiche che la terranno distinta dagli altri media, anche quelli di ultima generazione, continuando ad avere una posizione di riguardo. Apparentemente vicina alla televisione per la sua enorme diffusione popolare, la radio nel tempo ha mantenuto una sua profonda originalità che la vuole medium popolare di larghissima diffusione ma allo stesso tempo la rivolge ad un target trasversale che rende molto

⁸³ I generi radiofonici di quegli anni spaziano dall'informazione al varietà. All'apparire delle prime trasmissioni televisive si registra una graduale scomparsa del radiodramma, assai in voga nei primi anni, che cominciava ad apparire la copia scialba del dramma televisivo ed una crescita esponenziale delle ore di trasmissione dedicate alla musica e alle dirette telefoniche: entrambi resteranno in definitiva i programmi peculiari della radio. Un'interessante descrizione dei linguaggi e generi radiofonici è contenuta in R. D'Avanzo, Rosa A.A. Russo, *D'onde radio*, Graus Editore, Napoli, 2003, pp. 65-76

⁸⁴ Cfr. F. Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia 1992, p. 27

più variegato il mondo della programmazione radiofonica. La radio trasmette, senza imbarazzo o reticenze, teatro, discussioni letterarie o specificamente politiche, informazione specialistica dei diversi settori oltre ad una più ampia programmazione che include informazione, musica, giochi e talk show. La radio sussume su di sé la diversità sociale alla quale si rivolge seguendola in macchina, in treno, nei locali. Ovunque la comunicazione immediata della diretta radiofonica si può confondere con la nostra giornata, con i nostri vissuti, dando ad ognuno un tappeto sonoro diverso. Se la radio in questo modo risponde ad un bisogno sempre maggiore di mobilità (quasi ubiquità) della società contemporanea che deve essere perennemente informata sulle notizie, sui risultati di calcio e perché no, anche sull'ultimo successo del cantante del cuore. A questo bisogno continuo di informazione risponde una voce, una musica, una sonorità che si inserisce nel più ampio ritmo urbano, flusso sonoro in cui le onde radio si amalgamano ai rumori della città, in mezzo ai quali continuamente ci muoviamo e agiamo.

La radio non è solo il mezzo cui chiediamo un po' di musica per tenerci compagnia in macchina, ma è anche l'unico mezzo che risponde in maniera non invasiva alla richiesta di una compagnia meno invasiva e generalista⁸⁵ della televisione che coinvolge l'udito ed il senno in una conversazione che ancora fa proprio il linguaggio tradizionale, alfabetico⁸⁶. Le voci della radio hanno infatti aiutato la diffusione di una omogeneità linguistica ancora molto incerta nella prima metà del secolo. La radio ottimizza l'uso della lingua italiana, slegandola sempre più dallo scritto, dalla necessaria dipendenza dalla scrittura e dalla stampa.

“La nuova radio sviluppa un propria cultura dell'oralità ma nient'affatto di ritorno o secondaria, perché quella dipendenza dalla scrittura e dalla stampa, ipotizzata da Ong, vale soltanto per l'epoca pretelevisiva della radio e per quelle radio pubbliche che non hanno saputo o potuto emanciparsene.” Essa appare fondata “su un flusso e un ritmo che lasciano uno spazio primario alla ripetizione di frammenti parlati e sonori dedicati a quei particolari temi⁸⁷” che vengono costantemente ripresi e riduffusi tramite il mezzo radiofonico che diviene così luogo di cesura tra le diverse istantanee del reale⁸⁸.

Per raggiungere facilmente i fruitori dell'informazione radiofonica, ad esempio, si è fatta un'attenzione crescente alla

⁸⁵ E. Menduni sottolinea il passaggio dalla radio generalista ad una radio a flusso che riesce ad andare incontro agli utenti in maniera molto più efficace e dettagliata. Vedi E. Menduni, *Il mondo della radio*, Il Mulino, Bologna, 2001.

⁸⁶ La differenza tra il linguaggio alfabetico e linguaggio iconico va considerata nella consapevolezza che se il primo stimola un'intelligenza analitica sequenziale e gerarchica, il secondo invece è un tipo di apprendimento simultaneo e non gerarchico, in cui le immagini non vengono recepite in ordine di importanza ma a seconda della distanza dal fuoco, ovvero dal centro.

⁸⁷ Menduni, *Il mondo della radio*, cit., p.75.

⁸⁸ Come nota Levi Strauss, in *Il pensiero selvaggio*, “La caratteristica del pensiero mitico, come del bricolage sul piano pratico, è di elaborare insiemi strutturati, ma utilizzando residui e frammenti di eventi.(...)il pensiero mitico, da vero bricoleur, elabora strutture combinando insieme eventi, o piuttosto frammenti di eventi, e cammina in quanto si instaura, crea, sotto forma di eventi, i suoi strumenti e i suoi risultati, grazie alle strutture che fabbrica senza posa e che sono le sue ipotesi e le sue teorie.”

“chiarezza espositiva, linguaggio (anche nel senso della lingua) sorvegliato e corretto, ritmo veloce ma non inutilmente frenetico, legami concettuali - senza "salti" contenutistici che disorientano l'ascoltatore - fra le varie notizie ma anche senza la tentazione (che spesso c'è) di utilizzare notizie come riempitivi, di fatto se non di volontà. Ogni notizia o servizio devono essere armonizzati con il resto del giornale: la brevità, l'alta cadenza, l'impaginazione, la scelta degli argomenti (e il modo di esporli) devono corrispondere ad una immaginaria linea continua che non deve avere brusche impennate così come altrettanto brusche cadute: le pause contenutistiche non meno che formali (e questo vale non solo per le trasmissioni giornalistiche) in radio sono mortali⁸⁹.”

Questo ci dice chiaramente come il linguaggio con cui la radio ci parla ottimizza le possibilità della nostra lingua utilizzandola sapientemente e modulandola accortamente proprio perché possa al meglio valorizzare ed essere valorizzata dall'unico corpo presente nel linguaggio radiofonico: quello della voce. Nella comunicazione via radio infatti si annullano di colpo tutti quei segnali linguistici di natura diversa che ci aiutano a decrittare il mondo, a capirne facilmente i segnali. La comunicazione vocale in radio è assoluta e non si confonde con le informazioni (involontariamente recepite) dagli occhi che automaticamente decrittano messaggi di tipo mimico- gestuale, segnali della comunicazione di un linguaggio del corpo che coinvolge anche la moda e lo stile di ognuno. Un abito (es. un abito talare), un copricapo (es. un turbante orientale), un segno di riconoscimento (una semplice paletta nelle mani di un vigile in borghese) ci comunica moltissime cose, così come un indumento banale come una minigonna dà messaggi contrastanti se a portarla è una ragazza molto giovane o una donna non più tale. La vista ci aiuta a collegare particolari visivi a comprenderli in un insieme significativo (es. un abito talare portato da un ragazzo che sta entrando in un locale dove si festeggia Halloween mostra il mascheramento da parroco come gioco per una festa). Tutto questo costruisce generalmente ciò che potremmo definire un “teatro del mondo”, fatto di scenografie, costumi e personaggi che parlano e si muovono in un contesto animato. La vista ci aiuta d'altronde a decrittare il linguaggio corporeo- gestuale che accompagna ogni tipo di comunicazione talvolta sostituendosi addirittura alla parola. Ne *Gli esami non finiscono mai* di E. de Filippo, video registrata dalla RAI, il protagonista Guglielmo Speranza decide, dopo un percorso biografico lungo e tormentato, di non parlare più, di morire senza più proferire parola. Non si asterrà però dal mostrare, con il linguaggio mimico dell'espressione facciale, chiaramente la sua opinione sui pareri espressi dai medici accorsi al suo capezzale per diagnosticarne il male. un meraviglioso monologo muto di un consumato professionista della scena che seppe valorizzare tutti gli elementi comunicativi che il teatro offre⁹⁰.

⁸⁹ Mugnai, *Seminario sul linguaggio radiofonico di parola* pubblicato in dispensa sul sito dell'Università degli Studi di Siena

⁹⁰ La riscrittura de *La tempesta* di W. Shakespeare fu l'ultima avventura teatrale di Eduardo de Filippo che vide la pubblicazione nel 1984. Benché nascesse come progetto editoriale, *La tempesta* ebbe una sua ulteriore traduzione nel 1985 quando andò in scena inaugurando la trentatreesima edizione del Festival Internazionale del

Nonostante ciò, paradossalmente la radio ha accolto, diffondendolo ad un pubblico molto vasto, un “teatro della voce” particolarmente interessante perché se da un lato veicola esempi altissimi della cultura italiana e non solo, allo stesso tempo si offre come esempio generale delle potenzialità della voce e del suo sapiente utilizzo. Il caso delle *Interviste impossibili* è esemplare da questo punto di vista”, ideate da Vittorio Sermonti (storico della letteratura, narratore e uno dei migliori autori radiofonici) trasmesse dal 1973 al 1975, dialoghi fantasiosi, spiritosi e ironici con personaggi del passato, con copioni concepiti e interpretati, per la parte degli intervistatori (gli “intervistati” erano invece interpretati da attori molto noti, fra i quali, ad esempio Anna Maria Guarnieri, nel personaggio di Lucrezia Borgia, Romolo Valli in quello di Giosuè Carducci e così via) da intellettuali già allora famosi. La regia era di nomi altrettanto eccellenti: Nelo Risi per dirne uno⁹¹.” Il caso di questo programma diviene esemplare se pensiamo alla straordinaria coincidenza di forma (quella vocale) e contenuto (tematiche e concetti) che sono svolti. La voce infatti si pone come corpo nuovo che attualizza significati che, sopiti nello scritto, ritornano alla presenza dell’*hic et nunc*, dello spazio e del tempo propri di ogni azione teatrale. Tramite la voce si recupera così la forte espressività di un linguaggio totale proprio della comunicazione teatrale che utilizza, nella sua forma più tradizionale, codici linguistici diversi (mimico-corporeo, linguistico, scenografico e di costumi). La comunicazione radiofonica offre quindi altissimi esempi di attualizzazione di messaggi altresì complessi come quelli letterari, attraverso un linguaggio vocale che si caratterizza per la sua immediatezza e per la sua facile fruizione. Immediatezza e fascino dell’ascolto non sono però sinonimo di mediocrità o semplificazione eccessiva dei contenuti o delle forme linguistiche che li esprimono. Come nota Merlino:

“[...] io credo che convenga porgere al “cittadino” un’immagine plausibile ma alta di sé, in una lingua familiare e ricca, così che l’artificiosa figura del cittadino (ma la stessa cosa potrebbe essere detta per l’uomo colto o “coltivabile”) operi il prodigio di convertirsi in soggetto reale. È in questa opera che io scorgo la grande pedagogia della radio (e mi rincuora vedere usare oggi la parola “pedagogia” senza timidezza o vergogna), proprio perché essa è il luogo deputato per ricordare le forme antiche del discorrere, per affinare quelle in uso e per inventare le forme nuove, se forme saranno e non vagiti.”⁹²

Da questo punto di vista il medium radiofonico si offre come laboratorio più propriamente pedagogico e didattico di sperimentazioni possibili che partono proprio da esempi suddetti, chiaramente più complessi e sofisticati. Se riflettiamo sul materiale delle interviste impossibili

teatro, a Venezia⁹⁰. Essa rappresenta un *unicum* nel *corpus* eduardiano, non solo in quanto unico esempio di traduzione-riscrittura di un testo straniero, ma perché con essa Eduardo sperimenta una assoluta novità drammatica. La collaborazione con i fratelli Colla porterà sulla scena personaggi-marionette che parlano tutti con una sola voce, quella di Eduardo, il demiurgo che li ha riportati in vita, rievocandoli e ricollocandoli in una nuova isola prima di tutto linguistica e di sperimentazione vocale.

⁹¹ Mugnai, *Seminario sul linguaggio radiofonico di parola*, cit.

⁹² G. Merlino, *Pensieri inattuali su radio e conversazione*, in *Cento anni di radio*, Venezia, Marsilio, 1995., p. 61.

comprendiamo bene che l'espressione vocale finisce con l'essere il prodotto artistico di ciò che, più semplicemente, si pone come uno sforzo di lettura espressiva. La trasposizione di un testo dalla sua forma scritta alla sua forma *agita*, resa presente e reale dalla lettura, è un'operazione complessa che consente però la socializzazione e la condivisione di un testo che viene vissuto collettivamente come una vera e propria esperienza⁹³

La lettura si propone infatti come una di quelle quattro abilità fondamentali che, dalle proposte degli studi linguistici fatti dal GISCEL⁹⁴ fino ad oggi, rimane uno degli ambiti più importanti ma forse più trascurati della educazione linguistica in Italia. Insieme alla capacità di scrivere, parlare ed ascoltare, l'attività della lettura si offre come attività formativa che l'alunno svolge "sul campo" all'interno della classe guidato dall'insegnante e dall'ausilio dei compagni. Tramite l'attenzione e l'educazione ad una lettura attenta e meditata che sia prima silenziosa e poi ad alta voce, i discenti possono familiarizzare con un testo non solo al livello contenutistico, ma anche e soprattutto a livello stilistico-formale. Ecco perché la lettura si presenta come punto nodale tramite il quale partire per:

- a) la sperimentazione pratica dell'uso della lingua e dunque l'occasione per il miglioramento delle possibilità del *parlare* nei suoi diversi contesti
- b) la valorizzazione dell'attività dell'*ascoltare*: l'ascolto primario è quello rivolto al testo che si offre come spunto di riflessione e di comprensione delle possibilità implicite ed esplicite proposte dal testo stesso (ad esempio un testo può dire un contenuto in maniera seria o in maniera ironica volendo aprirsi a prospettive interpretative di diversa natura)
- c) la formazione di una più adeguata e completa capacità di *scrivere* che utilizza una molteplicità di esempi afferenti a generi di natura diversa (sia nel campo letterario che nell'ambito della scrittura mediatica, dai copioni della radio alle sceneggiature delle fictions).

Le potenzialità della voce si sperimentano in maniera particolare nella comunicazione radiofonica, come segnalò già Gadda negli anni '50:

"[...] Notiamo che le regole fondamentali del parlato radiofonico esprimono una esigenza tecnica - intrinseca adattabilità dello scritto al mezzo che lo diffonde - oltretutto un diritto economico e mentale del radioascoltatore abbonato, il quale, pagando un "servizio", chiede che questo "servizio" venga reso nei termini dovuti.

⁹³ Non si dimentichi a questo proposito la prospettiva epistemologica di un approccio culturalista e costruttivista a livello pedagogico e didattico che insiste proprio sulla necessità di abbandonare uno stile direttivo di insegnamento in cui l'insegnante si propone come depositario della verità a favore di uno stile partecipativo e cooperativo in cui il sapere viene continuamente discusso e vissuto sul piano esperienziale come frutto dell'interazione positiva dei membri del gruppo, insegnanti ed alunni (in questa prospettiva si inseriscono le tecniche e le metodologie del *circle time*, del *brain storming* e del *role playing*). Sull'apprendimento cooperativo si vedano: M. Comoglio, *Educare insegnando. Apprendere e applicare il cooperative learning*, LAS, Roma, 1998 o dello stesso autore *Il cooperative learning. Strategie di sperimentazione*, Gruppo Editoriale Abele, 1999, o ancora F. Toriello, *Scuola e percorsi trasversali di formazione*, ESI, Napoli, 2003.

⁹⁴ Il Giscel è il Gruppo di Intervento e Studio nel campo dell'Educazione Linguistica, fondato nel 1975.

Per il radioascolto i termini sono: accessibilità fisica, cioè acustica, e intellettuale della radiotrasmissione, chiarezza, limpidezza del dettato, gradevole ritmo."⁹⁵

Dunque "chiarezza, limpidezza del dettato, gradevole ritmo" sono i dettami intimi del parlare radiofonico cui si aggiunge un altro elemento di cruciale importanza: la sapiente gestione delle pause. Se in una conversazione frontale il silenzio, corredato da una sapiente mimica, può essere ancor più espressivo, il silenzio radiofonico può invece essere un involontario mancamento che zittisce inopportuna la comunicazione.

Questi moniti sono le linee guida con le quali si può gestire un percorso di insegnamento-apprendimento tramite alcuni esempi di esercitazioni da svolgere in classe e da rivolgere idealmente alla stesura di un copione radiofonica, che verrà, in un secondo momento, letto espressivamente in classe. In questo modo si potrà contemporaneamente svolgere un duplice esercizio: quello di ideazione e scrittura di un testo radiofonico e quello della resa vocale. Ecco perché sembra più facile partire (soprattutto per alunni compresi tra i 6 e i 13 anni) da soggetti semplici che i bambini e gli insegnanti già conoscono. Per realizzare una intervista impossibile bisogna infatti selezionare un soggetto e dei personaggi di ambito fantastico o storico, ai quali porre domande diverse riguardanti le loro caratteristiche ma anche argomenti nuovi e originali.

Per consentire al gioco di svolgersi nella maniera più ampia possibile una volta selezionato un soggetto, ad esempio le avventure di Pinocchio, occorre che vengano selezionati dei brani da leggere in classe in modo tale che quei materiali servano a diversi scopi:

1. i materiali selezionati (es. la nascita di Pinocchio, l'episodio di Mangia Fuoco, quello del grillo parlante, quello dell'incontro con la fata, l'episodio del gatto e la volpe, quello del Paese dei balocchi e quello della balena) possono essere letti in classe per ricordare e discutere insieme i segmenti principali dell'opera collodiana
2. i materiali possono essere altresì il banco di prova per fare esercizio sulle possibilità della lettura. Ogni personaggio può essere infatti caratterizzato da un timbro particolare di voce e una particolare caratteristica di dizione (es. Mangiafuoco ha una voce profonda e grossa mentre il gatto parla balbettando con una voce impastata)⁹⁶.
3. da questi materiali sarà facile evincere le caratteristiche dominanti di ogni singolo personaggio (utili per ideare le domande dell'intervista) da discutere e problematizzare in classe per redigere la prima parte del questionario dell'intervistatore, quello "informativo" che illustrerà le caratteristiche generali del personaggio che si intervista

⁹⁵ Carlo Emilio Gadda, *Norme per la redazione di un testo radiofonico*, Roma, 1953, edizione fuori commercio (ma poi pubblicato nel 3° volume delle *Opere* di Gadda, Garzanti, Milano, 1991), p. 5. Il testo, comparso anonimo, era destinato ad uso interno della RAI, e veniva allegato ai contratti di collaborazione.

⁹⁶ A questo scopo gli insegnanti non dimentichino l'importanza dell'uso di materiali diversi qualora li ritengano adeguati e significativi. A proposito di Pinocchio ad esempio, il materiale è davvero tantissimo. Al di là dell'adattamento cinematografico della Disney e di quello, più caro a noi italiani, di Comencini, non va tralasciato il Pinocchio di Carmelo Bene che, a differenza delle altre riscritture beniane, segue abbastanza da vicino la scrittura di Collodi. La caratterizzazione vocale dei personaggi e il sapiente uso degli strumenti tecnologici di amplificazione vocale offrono un alto esempio dei risultati cui si può fare riferimento, traendo anche spunto da essi. L'utilizzazione di questi materiali è tanto più facile se si pensa che il Pinocchio di Carmelo Bene è stato pubblicato in CD ed è di facile reperimento.

4. i materiali servono altresì a offrire uno spunto di riflessione su ciò che il testo non dice, su idee di svolgimenti possibili della storia che si sviluppano dal testo o da una sua assenza (ad esempio: chi sono il gatto e la volpe? potrebbero essere emissari della fatina che cercano di corrompere e di imbrogliare Pinocchio per fargli imparare che *i casi della vita sono tanti* e non bisogna essere troppo ingenui e creduloni).

In questo modo il testo non si configura più come un'opera chiusa all'interno della quale tutto è già deciso e preordinato, ma si giunge, tramite una formula ludica e laboratoriale, alla fucina creativa dell'autore ed ai materiali con cui esso lavora. Ogni opera può configurarsi come un'opera aperta sulla quale intervenire per una possibile riscrittura. Ogni lettura avrà dunque questo senso: ascoltare il testo ed il messaggio proposto e, contemporaneamente, riscrivere secondo le proprie suggestioni l'opera stessa. In questo modo il lavoro in classe sarà sempre un lavoro che coinvolge sia l'aspetto più propriamente analitico e razionale dell'intelligenza sia quello più propriamente creativo ed esperienziale⁹⁷ che non esclude l'intelligenza emotiva del discente⁹⁸.

Coinvolti in maniera attiva, gli alunni si sentiranno sempre più vicini ai personaggi ed alle storie narrate, cosicché sarà poi facile ideare un questionario diviso appunto in due parti: una prima che vorrà dare notizie informative sulle qualità e le peculiarità dei personaggi e delle situazioni una seconda all'interno della quale le vicende dei personaggi potranno animarsi in maniera anche diversa dal soggetto originale. Chiaramente le domande dovranno riguardare i diversi personaggi che parleranno con voci differenti gli uni dagli altri. Il Laboratorio, a questo punto, sarà incentrato sulla scrittura di un testo in cui compaiano domande dell'intervistatore e risposte degli intervistati che potranno anche dare spiegazioni diverse dei singoli avvenimenti. Questa fase laboratoriale e di discussione è simile a quella del Role Playing anche se qui il prodotto finale sarà un testo scritto che non trasgredisca le caratteristiche del parlato radiofonico di cui si è discusso in precedenza. Lo sforzo principale sarà dunque, a questo punto, quello di creare una scrittura funzionale ad uno scopo particolare che rispetti le regole del genere in cui si inserisce.

Dopo la fase di elaborazione del testo si è pronti alla sua messa in onda. In quest'ultima fase gli alunni dovranno, memori della sperimentazione fatta sui testi, dare vita ai personaggi tramite la caratterizzazione vocale e, se è necessario, tramite l'uso di rumori, fruscii, brusii o

⁹⁷ Per quanto riguarda la problematica relativa alla pluralità delle intelligenze si segnala: H. Gardner, *La nuova scienza cognitiva. Storia della rivoluzione cognitiva*, Feltrinelli, Milano, 1983 o dello stesso autore *Forme mentis. Saggio sulla pluralità dell'intelligenza*, Feltrinelli Milano, 1987.

⁹⁸ A questo proposito si rimanda a D. Goleman, *L'intelligenza emotiva*, Rizzoli, Milano, 1996; D. Goleman, *Lavorare con l'intelligenza emotiva*, Rizzoli, Milano, 1998; C. Variale, *Cervello, Emozioni, Prosocialità*, Liguori, 2002. La bibliografia relativa a questa problematica è chiaramente molto più vasta, ma le linee essenziali e le principali indicazioni bibliografiche sono rintracciabili nei testi già segnalati cui si aggiunge: A. R. Damasio, *L'errore di Cartesio. Emozioni e ragione*. Adelphi, Milano, 1995 o dello stesso autore *Emozione e coscienza*, Adelphi, Milano, 2000.

quant'altro sia necessario a rendere gli effetti ricercati dalla drammatizzazione. La registrazione finale della sperimentazione sarà il momento conclusivo del lavoro svolto, un saggio dell'elaborazione delle tematiche e dei soggetti. questo lavoro finale sarà quindi utile a scopi diversi: testimoniare , tramite un prodotto finale, la complessità della sperimentazione ed offrire un momento di verifica agli stessi attori partecipanti al progetto sulla qualità del lavoro svolto⁹⁹.

La sperimentazione, in questo complesso percorso che va dalla lettura alla esposizione, alla messa in scena vocale si relaziona all'età dell'utenza. La voce infatti da sola può offrirsi come strumento di riscrittura del testo che - alterando l'intonazione, le sfumature, dosando attentamente le pause e i silenzi – diviene canovaccio sul quale ricostruire, attualizzandolo, il senso dell'opera. Esempi teatrali non mancano: materiali utili sono non solo le opere di Carmelo Bene (ad esempio la sua riscrittura dell'*Amleto*) ma anche ad esempio la riscrittura del *La tempesta* ad opera di Eduardo de Filippo pensata per essere realizzata da marionette animate dalla sola voce di Eduardo che avrebbe dovuto dare la voce a tutti i personaggi¹⁰⁰. In questo senso il lavoro sulla voce si profila come un percorso aperto e complesso tanto più elaborato quanto più le condizioni consentano una problematizzazione ulteriore adatta a classi di età più mature.

3.3. Giochi con la radio: Radio Classe

Se la radio è riuscita, nonostante la concorrenza di nuovi media, a mantenere specificità contenutistica e formale, che caratterizza l'oralità secondo canoni differenti a seconda delle necessità comunicative. La nuova oralità condivisa è caratterizzata dal suo essere

1.Intenzionale (a differenza della vista che generalmente si limita a registrare i dati del reale, l'ascolto invece presuppone l'intenzionalità dell'utente) 2. evocativa ed espressiva (perché non può contare sulla interconnessione di segnali linguistici diversi come quelli mimico-gestuali); 3. ubiqua perché mobile; 4. attuale ovvero non sempre riferisce uno scritto; acusmatica (ovvero un suono che si sente senza capire da dove viene tipico dell'urbanità rumorosa secondo Kant); inoltre 5. essa si inserisce all'interno di un ritmo urbano (che comprende i rumori e i suoni della città e degli ambienti circostanti) può essere generalista

come nota Menduni:

“Questi elementi mostrano come la radio sia un medium di largo utilizzo che consente la piena libertà d'uso ad ognuno, sia per quanto riguarda i luoghi e i tempi della fruizione sia per quello che riguarda la tipologia di programmi cui si fa riferimento. Per questo la comunicazione radiofonica deve essere chiara, definita e rispettare la cadenza oraria tipica di una radio che non vuole"Questo ascoltatore non vuole adeguarsi agli orari, vuole un flusso al quale collegarsi quando può, o quando ne ha voglia.

⁹⁹ Il progetto del laboratorio può essere articolato e presentato in questo modo anche al Collegio dei Docenti in modo da essere inserito nel POF, proprio perché sviluppa non solo gli obiettivi specifici inerenti all'insegnamento della lingua italiana, ma anche obiettivi generali come 1. favorire la socializzazione; 2. creare le condizioni perché emergano le potenzialità di ciascun allievo, valorizzandone le doti e gli interessi; in questo senso sembra utile segnalare gli strumenti di una possibile autoverifica del lavoro svolto.

¹⁰⁰ Vedi V. Reda, *La tempesta* di Eduardo, Atti dell'Accademia Pontaniana, Napoli, N.S., Vol. L (2001), pp.283-308.

Spesso l'ascolto è puramente casuale, e sempre condiviso con altre attività. La radio di flusso è la risposta a questo tipo di attesa. Negli Stati Uniti da almeno trent'anni sono stati selezionati, e continuamente aggiornati, del "formati" comunicativi; delle tipologie di emittente fondate sulla necessità di corrispondere ad un proprio pubblico, ad un proprio target, identificato secondo parametri di età, di sesso, di reddito, etnici, indispensabili per accedere alla pubblicità. Si tratta di formati parlati e musicali, informativi, sportivi, etnici, per chi guida, per il giorno e per la notte." ¹⁰¹

Il punto da focalizzare è perciò la struttura dell'organizzazione del palinsesto radiofonico che si adatta a questo tipo di fruizione nel **clock** orario sequenziale che offre anche la struttura basilare all'interno di una sperimentazione didattica. Il palinsesto radiofonico è vario, si svolge sul **clock** di un'ora; ogni programma mira ad essere contenuto dai 5 ai 15 minuti. L'attività dei gruppi si svolgerà a seconda delle diverse finalità scelte, il lavoro preparatorio perfezionerà abilità e conoscenze specifiche. I gruppi possono essere seguiti da docenti diversi in percorsi paralleli che tengano conto di attitudini e percorsi formativi individuali. I programmi confluiranno nella registrazione finale. Il carattere basilare delle trasmissioni radiofoniche (dalle previsioni metereologiche, bollettini sul traffico, curiosità, dati di borsa, informazioni varie) è la brevità, la chiarezza, il rispetto del tempo, così che le notizie giungano complete all'utente che si sintonizza:

Il concetto fondamentale per la radio di flusso è la *rotation*. Non è il pubblico ad adattarsi a orari precisi ma l'emittente gli viene incontro (con modifiche dovute soltanto al "clima" dei diversi momenti della giornata) in cicli periodici. In questo tempo circolare l'intervallo tra due successivi inizi della programmazione, il *clock*, è generalmente di un'ora (...). Ogni *clock* ha i suoi isoritmi (...) lo stesso ripetitivo andamento circolare si estende alla pubblicità, che proprio alle ripetizioni ricorrenti del messaggio affida la sua efficacia. Del resto questo andamento rotatorio è analogo a quello della musica leggera intesa come formato e come microtesto: essa si basa sulla ripetizione di una stessa strofa, con varianti tonali e testuali, con diversi accompagnamenti, con improvvisazioni, assolo suoni fuori campo che si rincorrono tra loro (simile ai videoclip) ¹⁰².

Il Maestro di Gioco discute con i partecipanti il loro uso della radio; i più ascoltano la radio sin da piccoli per sentire i cantanti preferiti o le notizie sportive: si può approfondire, notando la potenzialità di mezzi sempre più complessi che offrono una perfetta trasmissione dei segnali sonori (musica, suoni, voci), in diretta. Si discute della volontà di lavorare in radio in confronto ad altri media. La discussione precisa poi il progetto complessivo, passaggio indispensabile perché la classe si dividerà in gruppi ¹⁰³ che lavoreranno separati ai diversi programmi di **Radio classe**, fino all'ultima fase, il laboratorio di registrazione. Il goal è realizzare un'ora di trasmissione radiofonica nel lavoro cooperativo, che offre la possibilità di lavorare in gruppi distinti sviluppando i programmi da inserire all'interno del palinsesto.

¹⁰¹ E. Menduni, *La radio nell'era della TV*, Bologna, Il Mulino, 1994, p.98-99.

¹⁰² E. Menduni, *Il mondo della radio*, cit. p.123.

¹⁰³ Per quanto riguarda la composizione dei gruppi "è possibile formare gruppi omogenei o eterogenei: nel suo complesso, comunque, è opportuno che i gruppi siano formati per insiemi eterogenei, perché una composizione di questo tipo può determinare un vantaggio per i più deboli, come per quelli più abili." R. Pititto, *La comunicazione difficile*, La scuola, Brescia, 2000, p145.

Questa modalità di lavoro si potrà svolgere anche secondo il modello del team teaching ¹⁰⁴, che consente di agire contemporaneamente sulla preparazione dei diversi gruppi; qualora non fosse possibile applicare questa tipologia metodologica, le fasi saranno successive.

Il **clock** comprende programmi svariati, ne indichiamo qualcuno.

3.3.1. Il radiogiornale

Il lavoro preparatorio per l'elaborazione di un breve radiogiornale sarà quello di lettura in classe di articoli di quotidiani o riviste. Nel lavoro di lettura sarà significativo comprendere l'importante caratteristica informativa dei testi in questione che tutti rispondono alle cinque domande fondamentali che ci consentono di comprendere dove, quando, chi, cosa, e perché si dà una notizia. questo lavoro preliminare consentirà di saper leggere una notizia ma anche di saper produrre un articolo di giornale. Le esigenze della comunicazione radiofonica impongono inoltre la necessità, qualora sia necessario di trasferire in un linguaggio verbale i contenuti grafici e iconici del testo a stampa. Fondamentali per questo tipo di comunicazione sono anche brevità e chiarezza dell'elaborazione dei testi. Il radiogiornale è una parte molto importante della strutturazione del palinsesto: è infatti una tipologia di programma tra i più seguiti della programmazione.

Al lavoro preliminare potrà seguire una fase esecutiva di materiali finalizzati alla messa in onda di un vero e proprio radiogiornale ideato e realizzato dagli alunni, considerando: 1. *la necessità di organizzare una piccola redazione* nella quale alcuni cureranno le notizie ed altri si dedicheranno a realizzare delle interviste (i servizi) da inserire sulle notizie principali. tra gli alunni si dovrà inoltre sceglierne uno che, avendo una voce più chiara e una dizione migliore, potrà fare lo speaker al momento della registrazione; 2. *la necessità selezionare le notizie in base al tempo della durata del tg.* Dopo una prima carrellata di notizie lette dallo speaker pochi minuti potranno essere dedicati all'approfondimento di una di esse 3. *la necessità di organizzare il materiale delle notizie con un criterio di importanza, creando una gerarchia ragionata in base a cui le notizie si susseguono.*

Il parlato tipico della cronaca è di tipo descrittivo poiché con le sole parole vuole costruire un'azione o un fatto e renderlo immediatamente comprensibile. Si tenga quindi conto nel caso di interviste condotte in esterni che il rumore di fondo non intacchi la qualità della registrazione e la sua fruibilità.

3.3.2. L'intervista radiofonica

Il lavoro preliminare alla realizzazione dell'intervista verterà sulla lettura in classe di interviste di diversa natura per comprendere nuclei concettuali o tematiche principali sulla base delle quali si strutturano le domande da rivolgere agli intervistati. In questo modo si può stimolare l'attenzione sulla difficoltà di articolare un questionario in maniera corretta, ovvero in modo tale che esso si focalizzi sulle problematiche da prendere in esame.

L'intervista è uno strumento comunicativo di facile fruizione e di accattivante piacevolezza che coinvolge un vasto pubblico che preferisce la discreta compagnia della radio a quella della televisione. E' quindi possibile che alcuni alunni ne abbiano già esperienza e che possano fornire utili spunti per la scelta del tema e del soggetto da scegliere. Nella fase esecutiva il gruppo potrà organizzarsi come una piccola redazione che elaborerà diversi questionari relativi a differenti rubriche. Si tenga presente l'importanza, nel redigere i questionari, delle risposte criterio che gli alunni dovranno segnalare, ovvero risposte orientative dalle quali si coglie il senso e la specificità di ogni domanda. Per la messa in onda

¹⁰⁴ Sul modello del team-teaching si veda: J. T. Shaplin- H.F. Holds, *Team-Teaching. una nuova organizzazione del processo educativo*, Loescher, Torino, 1973; M. Bair -R Woodward, *La pratica del Team Teaching*, , Loescher, Torino, 1974.

sarà poi selezionata l'intervista che verrà ritenuta più appropriata tra le differenti proposte che ogni membro della redazione avrà offerto.

3.3.3. Lo spot

Il lavoro preliminare consiste nella analisi di pubblicità presenti anche nelle riviste o nei giornali, la radiofonica è più discorsiva. Dalla formulazione pubblicitaria allo slogan efficace, al piccolo sketch si scrive il tema pubblicitario, per favorire l'iscrizione alla scuola. Senza le immagini, lo spot enfatizza l'importanza del messaggio e del suo target. Se esso si rivolge a bambini è giusto inserire le attività ricreative, le gite organizzate, le attività parascolastiche, il buon rapporto con docenti e paradocenti; se ai genitori i profitti che derivano dall'impegno comune di insegnanti ed allievi, dall'uso di metodologie innovative, da sperimentazioni e mezzi tecnologici. Se ad entrambi i target, occorre scegliere la misura dell'informazione.

Appare inoltre importante riflettere sul modo in cui trasmettere questo messaggio (Ad es. creare una pubblicità comparativa) e sulla conclusione ad effetto di esso tramite la creazione di uno slogan efficace.

3.3.4. Il talk-show

Il talk show sviluppa la possibilità di drammatizzare una vicenda reale o inventata tramite la metodologia del role playing su soggetti preesistenti, basati sull'invenzione di un soggetto semplice (fabula) cui dare uno svolgimento non seguendo le linee del suo logico sviluppo, inventando una storia che coinvolga tutti i membri di un gruppo di lavoro. La storia deve sembrare realistica e verisimile, per consentire una attorialità spontanea. Perciò è meglio di un vero e proprio testo scritto, un canovaccio (testo che non realizza tutte le segmentazioni narrative, utilizzato nel teatro della commedia dell'arte, teatro di strada che procedeva "a soggetto", improvvisando). Lo sforzo va concentrato non sulla scrittura dettagliata ma sui personaggi:

- chi sono i personaggi
- il carattere dei personaggi
- il modo in cui i personaggi si relazionano tra di loro
- la vicenda centrale
- conclusione della vicenda a lieto fine (o meno).

Segue la scelta degli attori in seguito a prove e la registrazione.

3.2.3.5. Il radiodramma

Il lavoro preparatorio è descritto nel 3.2.2 (Interviste impossibili). Il gruppo lavora per la messa in onda di una novella o un racconto breve. Questo gioco mette alla prova le potenzialità espressive della lettura che nel mezzo radiofonico vengono ad essere esaltate. Il gioco della lettura di fiabe o altri testi sarà molto stimolante per gli allievi perché si prefigge di esaltare le possibilità della voce tramite che, tramite l'intonazione e l'uso di timbri e registri vocali, migliorerà le capacità di rendere i diversi stati d'animo e le caratterizzazioni dei singoli personaggi, sullo stimolo del Maestro di Gioco che contrappone la voce di *nonna anziana*, il *narratore*, l'*orco*, lo *gnomo*, i versi degli animali.

Per la selezione del materiale più adatto alla lettura si propongono *Fiabe italiane* a cura di Italo Calvino, o i racconti di Gianni Rodari, oppure

- testi in lingua italiana estremamente semplici e comprensibili
- testi brevi che si adattino ad un contenitore radiofonico
- testi narrativi con significative parti dialogate
- testi teatrali molto brevi (es. atti unici)

La realizzazione finale dei programmi di un palinsesto adatto ad un clock sarà il momento di efficace verifica del lavoro svolto, nella costruzione del prodotto finale, cui sarà poi data opportuna pubblicità. La messa in onda o la registrazione dà il senso della realizzazione e testimonia le potenzialità del lavoro di gruppo e dell'apprendimento cooperativo. I materiali raccolti e utilizzati possono essere strumento efficace di prova per un lavoro che si snoda lungo l'arco di una intera annualità e che può continuare, a livelli sempre più complessi, anche negli anni successivi. L'esperienza conclusiva, su un piano strettamente operativo, andrà a verificare infatti, al di là degli obiettivi specifici, obiettivi generali quali le abilità sociali¹⁰⁵ fondamentali nello sviluppo psico-affettivo degli allievi senza tralasciare un'esigenza, di matrice propriamente estetica, di educare tramite percorsi di gioco¹⁰⁶.

¹⁰⁵ Le abilità sociali sono fondamentali nel più ampio discorso di educazione alla cittadinanza, nel quale l'attività formativa viene inserita in un contesto più vasto che è quello del sistema mondo. A questo proposito sembra infatti riduttivo ogni discorso formativo di tipo specialistico e segmentale, in quanto "l'oggetto dell'educazione non è dare all'allievo una quantità sempre maggiore di conoscenze, ma è costruire uno stato interiore profondo, una sorta di polarità dell'anima che l'orienta in senso definito, non solamente durante l'infanzia, ma per tutta la vita." E. Morin, *La testa ben fatta*, Raffaello Cortina Edizioni, Milano, 2000, p.45

¹⁰⁶ Si veda anche, a questo proposito, G. Annunziata (a cura di), *Il diritto al gioco intelligente*, Graus Eurocomp2000, Napoli, 2002; C. Gily, *In-Lusio. Il gioco come formazione estetica*, Graus, Napoli, 2002.

Capitolo quarto – I laboratori:

Il telefono – telefonofotocinegrafia

Michele Contegno, Paolo Graziano - EXPO Laboratori di Marcianise

Se la radio è la Voce, il telefono è la Tua voce. Oggi è anche il medium ibrido divenuto reale. La cultura dei media è unitaria, le caratteristiche inventate da un medium restano negli altri, in un complesso lavoro chiasmatico che va inteso dalla teoria della comunicazione. Conoscere la teoria e tecnica della fotografia serve al fotografo, conoscere la categorie del mondo dei media serve all'uomo in quanto tale.

Un messaggio fotografico o cinematografico non è quello scritto, detto al telefono, detto con un SMS. Giocare col cellulare non è giocare in sala o con una console, ha la cifra del silenzio – ne occupa l'unico spazio residuo, la sala d'attesa. Il medium ibrido consente di passeggiare tra i media visti come un tutto.

Tra i giochi perciò si trovano quelli su Foto e Movie, quelli che riprendono il ruolo della Tua Voce, e il Gioco in silenzio, il cellulare come ombra. Il telefonino¹⁰⁷ ci perseguita ovunque, è in tasca, senza ci si sente spersi. Occorre imparare ad usarlo, in un nuovo galateo¹⁰⁸. Ma anche imparare ad usarlo per confrontarsi con l'ultima sfida della comunicazione, che rivoluziona il modo in cui da trent'anni guardiamo al mondo dei media.

Non più compartimenti stagno tra le tecnologie dei media (McLuhan 1964, il mezzo è il messaggio), ma l'apertura alla teoria della comunicazione (McLuhan 1964, ibridismo dei media), che identifichi le categorie dei media, gli elementi che fanno da fulcro alla cultura digitale.

I due relatori hanno fatto il punto sul medium telefono e sulla nuova lingua degli SMS; che ha riportato in auge la scrittura insieme con la mail digitale. Ma si va creando una nuova lingua, di cui è interessante vedere la novità.

4.1. Scheda informativa

Il telefono è “una specie di traduttore simultaneo che trasforma la voce in segnale elettrico e la invia, dopo averla rielaborata, lungo una coppia di fili elettrici fino al ricevitore. Nel ricevitore il segnale elettrico viene nuovamente tradotto in forma acustica in modo da riprodurre i suoni originari. Si dice che il telefono opera secondo un sistema di comunicazione analogico, in quanto il segnale elettrico “imita” in qualche modo la voce umana”¹⁰⁹.

La comunicazione della parola attraverso l'elettricità inizia nella prima metà del 1800, ma l'invenzione - telefono fu brevettata il 14 febbraio del 1876 alle ore 12 da Alexandre Graham Bell. Oggi si riconosce anche in America che l'inventore fu piuttosto Antonio Meucci, un italiano che non riuscì a conseguire, con il brevetto, lo sfruttamento economico della scoperta. Due ore dopo Bell, si presentò allo stesso ufficio brevetti di Washington Elisha Gray, che voleva anche lui brevettare un telefono. Perché in verità le invenzioni della comunicazioni di massa sono piene di

Cfr. A.A.V.V. *Il parlator cortese. Il telefonino e la sottile virtù della discrezione*. Telecom, Roma 1999, P. Attivissimo, *Telefonino. Guida ragionata alla telefonia cellulare in Italia*. Apogeo, Milano 1997

¹⁰⁸ P. Stefanato, *Galateo del telefonino*, Antea, Milano 1996

¹⁰⁹ D. Borrelli, *Il telefono*, Ellissi, Napoli 2000

sfaccettature e spesso risultano dalla somma di una serie di microinvenzioni, sollecitate tutte dalla convinzione sia possibile arrivare a qualcosa d'irreale, come la comunicazione a distanza, un sogno antico dell'uomo, dal tempo dei tam tam e dei segnali di fumo. Sia Bell che Meucci s'imbatterono nella tecnica giusta occupandosi di terapie connesse all'elettricità ed ai non udenti. Basta uno spunto per realizzare la scoperta. Nelle comunicazioni di massa il fatto teorico, tecnico, economico, sono tutt'uno.

Il telefono è uno dei primi nati della catena mediatica, ma gode di eccezionale vitalità. Punto di svolta nella riuscita familiarizzazione, nonostante gli altri costi dell'installazione, ha ripetuto negli anni recenti la sua performance con il cellulare. Ciò che consente al telefono, e poi alla televisione, di ambientarsi così facilmente nelle nostre vite ¹¹⁰, nel tempo della velocità ¹¹¹, è la loro la struttura conversazionale ¹¹².

Dopo il telegrafo ottico dei Chappe, il telegrafo elettrico di Samuel Morse, il telegrafo senza fili di Guglielmo Marconi, il telefono ha realizzato la comunicazione a distanza efficace grazie alla trasmissione dei discorsi comuni, non comunica messaggi cifrati ma la voce. Nella modernità che si globalizza oltre il senso del luogo, il salotto portatile (l'automobile) l'amicizia portatile (il telefono), il mondo portatile (la televisione), legano chi va all'avventura al suo mondo, alle sue chiacchiere, alle sue abitudini di pensiero ricorsivo.

Un mattino Saint Loup mi confessò che aveva scritto mia nonna per darle mie notizia e suggerirle l'idea, visto che tra Doncières e Parigi c'era un servizio telefonico, di chiacchierare con me. In breve, quel giorno stesso avrebbe dovuto chiamarmi al telefono e lui mi consigliò di essere alla posta per le quattro meno un quarto. All'epoca il telefono non si usava così frequentemente come oggi. Tuttavia l'abitudine impiega così poco tempo a spogliare del loro mistero le forze sacre con le quali stiamo in contatto che, non avendo avuto la comunicazione immediatamente, il solo pensiero che ebbi fu che era una cosa troppo lunga e scomoda e quasi l'intenzione di sporgere reclamo: come ora accade a noi tutti, non trovavo abbastanza rapido a mio parere, nei suoi bruschi cambiamenti, l'ammirevole incantesimo in virtù del quale pochi istanti bastano perché appaia, accanto a noi, invisibile ma presente, la persona con cui vogliamo parlare e che, restando al suo tavolo, nella città in cui abita (per la nonna era Parigi), sotto un cielo differente dal nostro, con un tempo che non è necessariamente lo stesso, in mezzo a circostanze e preoccupazioni che ignoriamo e che questa persona sta per dirci, si trova di colpo trasportato a centinaia di leghe (lei e tutta l'atmosfera in cui resta immersa), vicino al nostro orecchio, nel momento in cui il osto capriccio l'ha ordinato. E siamo come il personaggio di quel racconto a cui una maga, per averne espresso il desiderio, fa apparire, in un chiarore soprannaturale, la nonna o la fidanzata mentre sfogliano un libro, versano lacrime, raccolgono fiori, vicinissime allo spettatore e tuttavia lontanissime, nel luogo stesso in cui si trovano realmente... E non appena la nostra chiamata è riecheggiata, ella notte piena di apparizioni alla quale le nostre orecchie sono aperte, un lieve rumore – un rumore astratto- quello della distanza soppressa – e la voce della persona cara si rivolge a noi.

¹¹⁰ Cfr. R. Silverstone, *Televisione e vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna 2001.

¹¹¹ Cfr. P. Virilio, *Dromologia*, Costa e Nolan, Milano 1987.

¹¹² Cfr. P. Burke, *L'arte della conversazione*, Il mulino, Milano 1997; G. Bettetini, *la conversazione audiovisiva*.

E' lei, è la sua voce che ci parla, che è qui. Ma come è lontana! Quante volte non ho potuto ascoltarla senza angoscia, come e dinanzi a quell'impossibilità di vedere, se non dopo lunghe ore di viaggio, colei la cui voce è vicina al mio orecchio, sentissi ancor meglio tutto quanto c'è d'ingannevole nell'apparenza del riavvicinamento più dolce, e a quale distanza noi possiamo trovarci dalle persone amate nel momento in cui sembra ce ci basterebbe stendere la mano per trattenerle. Che presenza reale quella voce così vicina – nella separazione effettiva! Ma anche anticipazione di una separazione eterna! Marcel Proust , I Guermites 1921

La maggiore difficoltà incontrata dallo sviluppo del telefono è stata il dispositivo di rete necessario per dare efficacia al medium; collocare i cavi e disporre di un numero di abbonati sufficiente non fu semplice. Eppure molti ne videro l'utilità appena nacque, se non prima della sua nascita. Si diffuse subito nei grandi alberghi, come il Walford Astoria. Ma perché fossero efficaci le comunicazioni occorreva moltiplicare le linee, allargare la rete: nel 1879 a Parigi erano appena 48 (Bertho 1986), in America la *civilizzazione* telefonica generò altre abitudini nella vita civile, viste le grandi distanze tra gli amici, favorendo la suburbanizzazione, l'abbandono della città, favorito dalle comunicazioni terrestri. Radio e televisione ne profitteranno anche loro. Così il telefono prima della prima guerra mondiale, era già diffuso ¹¹³. Va ricordato oltre agli inventori, perciò, Théodore Vail il direttore dell' ATT, ex compagnia Bell, che realizzò la rete telefonica per realizzare "un sistema in grado di assicurare la comunicazione con ogni corrispondente possibile, in qualunque momento", come diceva nel 1909. In America nel 1910 il 25% delle famiglie americane aveva un apparecchio in casa, nel 1925 più del 40%. Negli anni 30 un venditore spiega le ragioni del successo: gli uomini sbrigano gli affari, le donne conversano con genitori e amici, prendono appuntamenti, fanno la spesa, segnalano le emergenze. Hanno scoperto l'interrelazione in vestaglia.

Insomma il successo del telefono è il risultato delle invenzioni, dell'industria, ma poi della simpatia del pubblico. I media sono accettati o no dagli utenti (tanto per dirne uno: il fax, inventato nel 1800, ebbe successo solo dal 1962, la tv via cavo è attiva dagli anni '50). Il telefono grazie alla struttura discorsiva fu il primo a familiarizzarsi, il cellulare ha superato di gran lunga ogni più rosea aspettativa industriale. Se la conversazione spinge anche l'uomo silenzioso a partecipare al discorso, questo successo va posto all'attenzione del mondo della formazione. Coinvolge l'interesse e spinge a studiare le nascoste regole dell'interrelazione. La struttura a due della comunicazione telefonica pone in atto un rapporto mai unidirezionale, mai tra emittente e ricevente, sempre interattiva.

¹¹³ C. Fischer, *Storia sociale del telefono. America in linea 1876-1940*, Utet, Torino 1994.

“Ci sono persone che quasi non riescono a parlare al telefono senza irritarsi. Perché il telefono a differenza della pagina scritta e stampata, esige una partecipazione completa. Molte persone, quando telefonano, sentono un forte impulso a *fare ghirigori*. E' un fatto, questo, in stretto rapporto con la principale caratteristica del medium, che richiede la partecipazione di tutti i nostri sensi e le nostre facoltà. A differenza della radio, esso non può essere adoperato come 'fondo'. E dal momento che ci dà un'immagine auditiva debole, la rafforziamo e la completiamo con l'impiego di tutti gli altri sensi. Quando l'immagine auditiva p invece ad alto potenziale, come nel caso della radio, noi visualizziamo l'esperienza o la completiamo con il senso della vista... Il telefono è una forma partecipazionale che esige un partner con tutta l'intensità della polarità elettrica” Mc Luhan 1964

Molto educativo quindi può risultare l'uso del telefono, per ragionare sul proprio rapporto con la voce lontana che entra nella nostra intimità, per alcuni è più semplice parlare al telefono che di persona.

Io: *Esco dall'ascensore, sento squillare un telefono, dev'essere il mio. Mi precipito verso la porta di casa, devo aprire tre serrature (e sbaglio regolarmente le chiavi di ciascuna), armeggio con frenesia crescente, finalmente riesco ad entrare, piombo sul telefono, ma quando dico pronto, non squilla più.*

Allora mi prende un velo di angoscia, comincio a ipotizzare chi poteva essere, e non mi viene da tranquillizzarmi all'idea che, se aveva un motivo importante, si rifarà vivo. No, penso che quella telefonata non si ripeterà più, penso che forse era un'occasione unica che non si ripresenterà, e mi sento privato di un frammento di vita, per un soffio la mia esistenza avrà un corso diverso.

L'altro: (al cellulare, ognuno è l'altro da osservare)

Palcoscenico: una cabina gialla lungo i viali. Spettatori: 4, io che attendo da più tempo, ho diritto a un posto di prima fila. Protagonista: un giovane che da un quarto d'ora sta mettendo in atto una conquista via filo.

Tra i 4 che attendono si è creato un profondo spirito di solidarietà che durerà finché non toccherà al prossimo entrare in cabina. Per ora facciamo tintinnare i nostri gettoni con effetti da orchestra sudamericana. A turno accerchiamo la cabina tentando di incrociare lo sguardo dribblante del giovanotto. Come a uno spettacolo di mimi, ci sforziamo di interpretare i gesti dell'attore per capire e la rappresentazione volge al termine. Ecco: no, ha semplicemente postato il baricentro sull'altra gamba, e riparte. Si aggiusta la cravatta, ride fragorosamente buttando la testa indietro (dal che traiamo la convinzione che le cose si mettono bene e la speranza che presto arriveremo in porto) ma subito dopo assistiamo ad un evidente rovesciamento della situazione. Il Nostro è sulla difensiva; dice no e poi no, nega recisamente con la testa con le mani, stiamo arrivando alla disperazione tipo film muto: fronte aggrottata, spalle cadenti, il corpo che si affloscia e intanto cerca una posizione più comoda contro le pareti di vetro. Gli umori del pubblico si adeguano: ben ti sta, almeno ti sbattesse giù il telefono. Ma ecco la spettacolare rimonta, umile dapprima, insinuante poi, e infine spudoratamente aggressiva. Raggomitolato sul ricevitore, si intuisce che il seduttore sta giocando le sue carte migliori puntando sull'intimità. Esser lì, testimoni, diventa imbarazzante. Senza staccare lo sguardo magnetico dal quadrante dell'apparecchio, il giovane riesce a recuperare dalle tasche una sigaretta, la accende e soffia diabolicamente il fumo nel microfono. Per simpatia, fumiamo anche noi all'esterno. Sentiamo di essere arrivati in dirittura di arrivo. Il sorriso di là dal vetro si fa sempre più largo, le frasi sempre più fitte. Ecco, ora si stacca lentamente dall'apparecchio, con cautela per non rompere l'incanto, torna alla realtà, apre la

porta, ci squadra con un'occhiata imbarazzata, guardoni! E esce di scena quasi aspettandosi l'applauso.

*Tocca a me: formo il numero guardando la platea nervosamente: sarò all'altezza?*¹¹⁴

Il cellulare intrinseca al linguaggio l'immagine (gli *smiles*); oggi comunica con le foto ed i filmati – come avevano immaginato Albert Rorida (*Ventesimo secolo* 1883) e Jules Verne (*La giornata di un giornalista americano* 1889). Ma l'istantanea estesa dalla foto ¹¹⁵ al filmato deve dare da riflettere – senza montaggio, è una condivisione di esperienza, un'icona più che un segno.

Il neo-telefono cellulare è il primo medium ibrido: costituisce la lingua unitaria dei media unificandone le diversità. Gilder dice da tempo che è la dimensione del futuro, una *console* per tutti i media, il *teleputer* ¹¹⁶, nella sua definizione: ed è oramai nelle capacità dell'industria fornirci questo computer tuttotfare. Ma il cellulare è già nelle nostre mani e stiamo sperimentando il suo linguaggio, si pensi all'esplosione degli SMS. Il primo cellulare è stato prodotto dalla Ericsson nel 1973, dal 1995, grazie alle piccole dimensioni, ha conquistato i mercati diffondendosi in modo capillare.

In tutte le sue forme, il telefono caratterizza un vasto settore del mondo degli affari, si pensi al terziario avanzato, alla dematerializzazione degli scambi che avviene col telemarketing e con Internet (cambiando il mondo del lavoro). Altri aspetti sono rivoluzionati dai sondaggi, che rapportano immediatamente centri di potere e denaro con la periferia, forniscono informazioni utili (call center).

Il medium ibrido condiziona il messaggio, dà spunti nuovi, è un settore di rilevanza commerciale ed industriale. Tutto questo rende indispensabile l'interesse del mondo della formazione, informativo e formativo, della ricerca, per le grandi novità che il cellulare reca in sé dal punto di vista della teoria della comunicazione.

L'utente individuale del telefonino precisa un proprio modo d'uso alternativo, mescolando i linguaggi dei media, geste in prima persona il passaggio: nella prospettiva che della futura unificazione dei media in una grande rete comune, il cellulare è un importante punto di sperimentazione. Il salto cognitivo effettuato dai media richiede uno sforzo di comprensione e di formazione. In positivo, il medium ibrido può educare al rapporto corretto con i media, cioè insegna a scegliere, diventando una valida risposta all'indottrinamento mediatico. Il medium ibrido può mettere al riparo dalla volgarità dei media e ricollocare l'uomo attivo al posto di comando nell'informazione e nell'intrattenimento, invece di dover subire l'emittenza.

¹¹⁴ Luca Goldoni, *Il telefono nel costume*, in P. Bianucci (a cura di), *Il telefono, la tua voce*, 1978

¹¹⁵ Cfr. R. Barthes, *L'ovvio e l'ottuso*, Einaudi, Torino 1985

¹¹⁶ G. Gilder, *La vita dopo la televisione*, Castelvocchi, Roma 1995.

SMS - Solo messaggi stupidi?

«Un alleggerimento del linguaggio, per cui i significati vengono convogliati su un tessuto verbale come senza peso, fino ad assumere la stessa rarefatta consistenza»¹¹⁷. Se avesse potuto vivere ancora qualche anno, Italo Calvino – dalle cui *Lezioni americane* è tratta questa definizione della leggerezza in letteratura – sarebbe stato affascinato dalla impalpabile levità di un SMS.

Testo sintetico¹¹⁸, forma di comunicazione semi-sincronica¹¹⁹ la pratica linguistica s'impronta alla rapidità, fatta di sigle, abbreviazioni, sottintesi, ammiccamenti, spesso in aperta violazione dei codici espressivi e persino delle convenzioni grafiche vigenti. Con la sua diffusione però assistiamo all'aumento delle espressioni fatiche (coordinate temporali - “Ti disturbo?”, “Puoi parlare?” - e spaziali “Dove sei?”, tradotto in SMS con il fulmineo “Dv6?”) e alla comparsa di fenomeni di spreco semiotico, il piacere della ridondanza. Un esempio di sfruttamento creativo è costituito dalle emoticons, le “faccine” abbozzate con la tastiera alfanumerica a commento del testo.

Carica di connotazioni oltre la sinteticità della comunicazione, l'SMS assume il valore di una “marca” espressiva, di una pratica estetica. La lingua degli SMS non può essere considerata semplicemente come una forma “ridotta” della lingua naturale, ma deve essere studiata come un sistema espressivo autonomo, capace di integrare linguaggi diversi e costantemente rinnovato da una ricca attività di produzione segnica. I brevi messaggi di testo, agilmente trasmessi da un terminale all'altro, leggeri nella forma e forse nei contenuti, risultano gravidi di strategie e virtuosismi comunicativi, che ne fanno una preziosa occasione di esplorazione delle frontiere della lingua.

Un linguaggio si compone delle abitudini e, contemporaneamente, della spinta all'innovazione dei parlanti; esso vive di convenzioni e invenzioni e si forgia costantemente nella dialettica tra i vincoli imposti dalle condizioni materiali della comunicazione e le

¹¹⁷ I. Calvino, *Lezioni americane* [1988], Mondadori, Milano 1993, pp. 20-21. Cfr. I. Calvino, *Prima che tu dica 'pronto'*, Mondadori s.d.

¹¹⁸ Il telegramma, secondo Fausto Colombo antenato dell'SMS, impiega comunque alcune ore per completare il percorso dal destinante al destinatario. Esistono, inoltre, altre differenze sostanziali, come la presenza di un mediatore esterno nell'atto di produzione (l'ufficio postale) e l'assenza di vincoli rigidi per le dimensioni del testo: la brevità, nel telegramma, è soprattutto una questione di convenienza economica (F. Colombo, *Il piccolo libro del telefono. Una vita al cellulare*, Bompiani, Milano 2001, pp. 48-49).

¹¹⁹ Il cui vantaggio principale risiede nella maggiore libertà concessa al destinatario: posso ricevere un messaggio e procrastinare il momento della lettura, frapporre tra me e quest'atto le delizie dell'attesa, maturare il desiderio di rispondere. «La fondamentale differenza tra il sincrono e il semi-sincrono sta nella peculiarità di lasciare al ricevente la discrezionalità del *quando ricevere* la comunicazione» (P. Montefusco, *I tempi di comunicare. Sincrono e asincrono nel nostro sistema comunicativo quotidiano*, in “il verri” XLVI, n. 16, maggio 2001, p. 48).

opportunità che, d'altro canto, queste offrono. Dietro quei pochi caratteri che viaggiano da un cellulare all'altro sotto forma di SMS, si possono rintracciare tutte le caratteristiche di un linguaggio autonomo e vitale, che manipola codici, costruisce regole di comunicazione e – come molti idiomi tecnologici – integra sistemi espressivi diversi (grafica e scrittura, ad esempio) che s'influenzano e si arricchiscono a vicenda.

Per questo alcuni studiosi ritengono ormai poco soddisfacente considerare il telefonino una *protesi*, perché «in senso lato è protesi ogni apparecchio che estende il raggio d'azione di un organo»¹²⁰. Le potenzialità e gli usi attuali del telefonino ci inducono a pensare che quest'oggetto sia qualcosa di più: un modo di essere *nella* comunicazione più che un mezzo di comunicazione; un *segno identitario* più che un semplice accessorio. «Esso non è da intendere come una semplice potenzialità ulteriore acquisita da un soggetto già dato, ma come una *batteria di modalità* che, trasformando l'individuo, porta alla costituzione di una *nuova forma di soggettività*»¹²¹.

Dall'analisi delle regole con cui avviene la mutazione¹²², si vede comparire negli SMS la presenza dell'oralità dietro la scrittura. Il meccanismo di sostituzione del significante si basa sulla forma fonica e non su quella grafica (ad es. il codice numerico sostituito all'alfabetico) delle rispettive sostanze espressive. Il linguaggio degli SMS costituisce un esempio di quelle forme dell'oralità almeno parzialmente recuperate con l'avvento dei nuovi media, che Eric A. Havelock raduna sotto l'etichetta di *oralità secondaria*. Ciò che distingue l'oralità diffusa nel mondo post-industriale da quella primaria, pre-alfabetica, è l'impossibilità di cancellare il condizionamento della cultura del messaggio scritto. Basta pensare al mezzo cinematografico o alla moderna pratica musicale per concludere, con Havelock, che accanto e dietro il messaggio acustico c'è sempre la traccia scritta. Ma, nel complesso rapporto che oralità e scrittura intrattengono nelle civiltà tecnologiche, è vero anche il contrario: gli SMS mostrano che, spesso, dietro la scrittura si possono scoprire le tracce dell'oralità¹²³.

3.2 Telefonofotocinegrafia

3.2.1 Laboratorio fotografico

Il laboratorio fotografico attua un modello classico, specializzandosi sull'istantanea, la ripresa tempestiva del caso, che dona all'immagine il potere di rivelare, oltre le intenzioni dell'autore

¹²⁰ U. Eco, *Iconismo e ipoicone*, in *Kant e l'ornitorinco*, Bompiani, Milano 1997, p. 317.

¹²¹ G. Marrone, *C'era una volta il telefonino*, Meltemi, Roma 1999, p. 10.

¹²² Il testo completo dell'articolo di P. Graziano, *SMS, solo messaggi stupidi?.*, trovi in C. Gily, *Manuale di Ludodidattica dei Media*, Graus, Napoli 2002.

¹²³ Cfr. E. A. Havelock, *La musa impara a scrivere. Riflessioni sull'oralità e l'alfabetismo dall'antichità ai giorni nostri* [1988], Laterza, Roma-Bari 1995.

(cfr. *Blow up*). Il che non esclude la tecnica, che va educata nello studio e nell'esercizio per dominare le tecniche dell'inquadratura. Ne diamo qualche nozione.

Il linguaggio per immagini ha regole precise, va inteso come codice di comunicazione, oltre la parola. Ogni elemento compositivo dell'immagine può essere utilizzato per condizionare l'osservatore. Si tratta a volte di minimi particolari che passano inosservati ma che si comportano da catalizzatori tra messaggio e osservatore che li coglie e li memorizza. Un fondale vuoto, senza riferimenti visivi, tende a concentrare l'attenzione sul soggetto, che sarà analizzato semplicemente per quello che racconta.

Un pittore, per migliorare la "composizione" di un quadro può fare tutti i cambiamenti che vuole. Può aggiungere, cancellare, ricominciare da capo. Tutto ciò non può il fotografo, dopo lo scatto, la "composizione" è fatta. Fino a quel momento si poteva scegliere ed escludere, dopo, più nulla.

Comporre un'immagine fotografica significa fare in modo che le sue diverse parti formino un'unità: è necessario che l'interesse si concentri su ciò che è veramente importante, linee e forme si dispongano in modo armonioso, luci ed ombre ben equilibrate, l'immagine va racchiusa in una cornice naturale e "organica", non ingombrante e non artificiale.

Per ottenere questo risultato il fotografo può scegliere:

1. di *dirigere il soggetto* fino a quando è certo di avere realizzato una buona composizione (soluzione ideale, ma si deve dare una condizione di totale controllo sul soggetto);
2. *cambiare il punto di vista* fino a quando il soggetto immobile appare ben inquadrato;
3. *aspettare il momento buono* e scattare rapidamente.

Si possono indicare **alcuni elementi di base** da tener presente quando si compone una fotografia:

1. la **semplicità** può rendere un'immagine più efficace. In questo senso è consigliabile che ogni fotografia abbia un solo soggetto, dato che i soggetti multipli si traducono in centri multipli di interesse e perciò dividono l'attenzione di chi guarda.

2. i **contrasti netti** sono spesso più efficaci. E' evidente che una composizione formata da colori tra loro contrastanti rende l'immagine più forte e immediata per l'occhio che la guarda.

3. lo **sfondo** è una parte importante e di cui facilmente ci si dimentica al momento dello scatto (per questo motivo può accadere spesso di ritrovarci elementi assolutamente involontari e di disturbo... ad es. un oggetto fuori contesto, o semplicemente brutto; o anche un colore più forte di quello del soggetto, che distrae l'attenzione da quest'ultimo).

4. l'**orizzonte** (se c'è nell'immagine) è una linea (quindi non necessariamente l'orizzonte naturale, ma qualsiasi linea che tagli la foto) che divide la foto in due parti: collocato in posizione centrale dà un effetto di massima stabilità all'immagine, collocato in alto sposta l'attenzione verso il basso della foto, posto in basso sposta l'attenzione verso l'alto.

5. le **linee di forza** hanno la stessa funzione dell'orizzonte, infatti quelle orizzontali vengono definite in maniera identica, e anche quelle verticali seguono lo stesso meccanismo. Per questo è evidente che: se la linea verticale è centrale si ottiene l'effetto di massima stabilità; se è collocato a destra sposta l'attenzione verso sinistra; infine, se collocato a sinistra sposta l'attenzione verso destra.

6. **luce e ombra** hanno una funzione molto importante. Sorvolando qualsiasi dettaglio tecnico (dato che con le attuali macchine automatiche non è data la possibilità di intervenire facendo delle scelte) bisogna tenere in considerazione che le zone chiare sono le prime ad attirare l'attenzione, mentre le zone scure danno peso e spessore ad una fotografia. E' opportuno quindi fare attenzione se il soggetto è illuminato nella maniera giusta per comunicare ciò che si vuole (ad es. secondo questo ragionamento se il soggetto è vestito di

scuro e dietro di lui passa un'altra persona vestita di bianco sarà quella ad attirare maggiormente l'attenzione).

7. infine, per quanto riguarda il **soggetto** si può fare un semplice commento per non complicare eccessivamente le cose. E' evidente che la posizione del soggetto nella foto cambia il significato della foto stessa, quindi è importante prestarvi attenzione. (es. la vicinanza e la grandezza del soggetto cambiano l'importanza che questo ha nella composizione, come anche la posizione centrata o decentrata dà un effetto di maggiore stabilità o movimento).

La fotografia si può insegnare solo nella parte relativa alla tecnica fotografica, le idee non si possono insegnare. Ciò che si può apprendere attraverso l'acquisizione di tecniche fotografiche è la capacità di comunicare attraverso l'immagine un messaggio. Alla creatività e all'immaginazione è lasciato il compito di creare questo messaggio.

La discussione con i ragazzi passerà poi dalle informazioni alla ripresa: meglio se si può utilizzare un UMTS. Le foto si discuteranno insieme e si deciderà a chi inviarle come messaggio. Il prodotto del laboratorio è la galleria fotografica, anche in CdROM.

3.2.2. Movie, l'istantanea del cinema

La novità dell'istantanea fotografica passa nell'UMTS alla ripresa, rendendo omogenei il linguaggio del cinema e della televisione, che perciò chiamiamo **movie**, riprese istantanee che, come le foto, valgono se sono opere d'artista, capace d'incontrare l'accadimento al momento giusto. Le foto che fanno epoca sono dotate di un imprevisto, come fanno i fotografi di moda che usano i motori per scattare foto in sequenza: non si può predeterminare quella riuscita, che ha colto l'inafferrabile.

L'istantanea cinematografica è quella del filmino amatoriale, Super8 o Videocam, dal fascino slabbrato, denso di memoria. Il *pubblico* non l'apprezza, ma è denso di valore comunicativo. E' presto per dirlo, ma dall'UMTS potrebbe nascere una nuova lingua per immagini, fresca ed immediata, di grande valore estetico, fortemente innovativa.

Queste notizie si discuteranno con i ragazzi con giochi semplici, girando riprese con l'inquadratura giusta (3.3.2.1), meglio se con un UMTS; si discutono i movie, si scelgono i migliori, ci si interroga sulla persona cui inviare il messaggio. Il prodotto del laboratorio è il cdROM contenente le riprese.

3.2.3. Gioco in silenzio

Il terzo laboratorio focalizza il problema dei videogiochi, senza approfondire il tema, oggetto di laboratori al computer. I giochi in dotazione del telefonino sono interessanti per gli appassionati come quelli di ogni *console*, quindi si possono praticare sedute di gioco simili a quelle esposte nel capitolo seguente.

Qui si affronta la novità del gioco portatile, che si può preferire alla vita reale in ogni momento, scegliere al posto dell'SMS o della foto nel medium ibrido. Lo si può usare a scuola, nelle ore riservate al sonno, nei momenti di attesa. E' importante dotare il bambino, in specie, della capacità di gestire bene il medium. Dalla discussione possono emergere norme di comportamento necessarie, decaloghi da costruire nel confronto delle opinioni, che sono il prodotto del laboratorio.

Si parte dalle domande: quando è bene isolarsi a giocare? Non si rischia di trascurare amici e compiti? Il continuo giocare che effetto ci fa? Non è meglio giocare con la console con un amico? La riflessione tematizza il silenzio sempre più assente nella vita di tutti, mentre è il momento dell'incontro con sé, dell'assimilazione (Piaget) del mondo.

Il silenzio aiuta la coscienza di sé, una superficie riflettente che acquista una forma personale per conoscersi, come ci conoscono gli altri, come ci sentiamo nell'immagine intima. Il sé si forma nell'interrelazione quotidiana, le esperienze nuove sconvolgono lo specchio d'acqua

della coscienza con movimenti repentini che stupiscono, generano piccole tempeste. Il silenzio riporta la calma nell'acqua, allinea i protagonisti del giorno, ordina i pensieri, ristabilisce il nostro io – l'interrelazione si fa tra l'io e il resto, ci vuole il resto, ma ci vuole anche l'io.

Oggi il telefono cellulare, i suoi giochi, le sue televisioni in tasca, è un rischio da non sottovalutare per l'impatto esplosivo che può avere nel formare l'uomo mediatico come automa, consumatore di media. La salvezza è anche qui il telecomando, la regia della propria vita. L'antidoto giusto per un gioco sbagliato, lo sanno bene le mamme, è lanciare un altro gioco, il proprio gioco. Il laboratorio insegna a costruire il consumatore di media capace di equilibrio ed autocontrollo.

3.3. Altri giochi con il telefono

Se la scrittura intuitiva degli SMS ha preso il sopravvento è perché appare semplice ed immediata, diretta e rapida. Ma purtroppo non si adegua sempre alla grammatica ed all'ortografia italiana, le sue leggi stanno prevalendo sulla tradizione della lingua italiana in contesti sempre più trasversali. Il rischio di un impoverimento del linguaggio si bilancia con l'acquisizione di elementi nuovi. I giochi al telefono aiutano a compiere queste riflessioni.

3.3.1. Inchiesta sul telefono

Per meglio comprendere il medium si inizia con il confronto tra le esperienze all'interno della classe, per avere consapevolezza e poi produrre una verifica scritta, una tappa importante di chiarificazione dell'uso del telefono per i giovani. Un test strutturato è lo strumento che avvia il *brainstorming*, volto ad elaborare le domande brevi ed incisive sulle abitudini rispetto al telefono fisso e mobile, dalla scelta delle suonerie al modello telefonico acquistato. L'elaborazione delle domande è un lavoro complesso, che richiede un percorso di comprensione dell'oggetto e delle problematiche relative.

Ultimato il testo del sondaggio, ogni alunno si impegnerà in una piccola inchiesta telefonica. Si raccomanderà di comportarsi da intervistatore, che non deve manifestare le sue opinioni al riguardo; al momento dell'intervista sarà quanto più è possibile distaccato, utilizzerà un tono impersonale e neutro, per non condizionare l'intervistato anche solo con un tono ironico o allusivo. Questo discorso contribuisce a dimostrare l'importanza dell'interrelazione attraverso la voce, che va modulata con coscienza. Questo favorisce la riflessione metacognitiva sul tema.

Al termine si redigerà la statistica risultante dal sondaggio.

3.3.2. La voce del telefono

Molti ragazzi hanno il telefonino: si può ragionare sulla comunicazione d'oggi suscitando in loro sicuro interesse. Il nuovo modo dell'interrelazione è oggi più usato che cosciente. La dimensione discorsiva, come la narrativa, si profila come dimensione ermeneutica all'interno della quale è giusto e significativo dare rilevanza alle diverse interpretazioni possibili del mezzo e dei messaggi da esso veicolati¹²⁴. La discussione collettiva, gestita con la tecnica del

¹²⁴ J. Bruner, *La cultura dell'educazione*, Feltrinelli, Milano, 2002. Ancora a questo proposito C. Taylor aggiunge: "stiamo cercando di stabilire una lettura dell'intero testo, e per far questo ricorriamo a letture delle sue espressioni parziali; eppure, siccome abbiamo a che fare con il significato, con il produrre senso, dove le espressioni hanno senso o meno solo in relazione ad altre, le letture di particolari espressioni dipendono dalla lettura di altre." C. Taylor, *Interpretation and sciences of man*, in P. Rabinow e W. M. Sullivan, *Interpretative Social Science: A reader*, University of California Press, Berkley 1979, p.28.

brain storming, intorno al concetto chiave della nuova comunicazione cellulare. Il “C’era una volta”, sospensione del realtà veloce, ed il “come se” sono giochi ¹²⁵ che possono aiutare a comprendere.

La discussione del medium ibrido articola perciò una breve drammatizzazione da comporre con i ragazzi, che poi la reciteranno usando i telefoni (davvero o per finta), articolando il discorso delle varie possibilità a disposizione di un telefono.

L’istanza comunicativa di fondo è che la velocità dell’informazione toglie tempo alla parola ed alla comunicazione meditata, mentre il cellulare la ipertrofizza addirittura, comparendo in tutte le situazioni, in tutte le mani. L’uomo che segue i ritmi e la logica dei mezzi di comunicazione di massa può trovare in esso un altro elemento di follia, oppure un modo per riequilibrare il suo orizzonte. Dal computer di Matrix alla vita degli Amish, il mondo d’oggi prevede, come sempre, infinite possibilità: una mappa concettuale può rappresentare i livelli della comunicazione e fare da guida alle sceneggiature, una serie di sketch da recitare al telefono.

3.3.3. Scrittura e riscrittura

Le sperimentazioni sulla voce sono una parte del gioco del telefono. Il cambiamento delle forme linguistiche dovuto all’avvento della nuova telefonia (SMS) configura il gioco dei codici di espressione. All’italiano parlato e letterario, oggi si aggiunge l’“italiano regionale”, i dialetti, i linguaggi tecnici, i gerghi degli idioletti. Riflettere sull’importanza del tessuto linguistico gioca sui registri e sui contesti, porta a tradurre dal testo scritto all’SMS, da questo alla chiamata sul cellulare, o ancora sul telefono fisso. Usi molto diversi, che diventano una sceneggiatura che poi si trasmette sul medium sbagliato, per indicare in evidenza la proprietà di ogni lingua al medium prescelto.

3.3.4. Prove di comunicazione

La comunicazione interpersonale è un complesso mondo di segnali diversi che afferiscono a sistemi differenti, visivi, uditivi, olfattivi, tattili, non presenti nei media. Ma se l’uso dei nostri sensi viene inibito dall’uso di un medium, si può riconvertire il deficit in vantaggio e recuperare linguaggi del vissuto grazie alla prossimità del linguaggio vocale. L’uso sapiente della voce e della lingua è centrale nella comunicazione primaria tra l’uomo ed i suoi “cuccioli”, stigmatizzato nell’espressione “lingua madre”, fonte della nostra possibilità primaria di comunicazione. La voce è la caratteristica che caratterizza di più, è inconfondibile, dice insieme la lingua e l’idioletto.

Dalla bravura e dall’efficacia dell’imitazione, dalla capacità sapiente di dire bugie con naturalezza, dipende anche la riuscita di una comunicazione al telefono, che va dallo scherzo telefonico, al racconto, all’informazione sui compiti di scuola: un gioco che può anche riempirsi di contenuti complessi. Con la tecnica di role playing ¹²⁶, si scriverà il testo da

¹²⁵ La dimensione del gioco si istituisce attraverso un patto di credulità, analogo a quello che si compie tra lo spettatore e la scena all’alzarsi del sipario. G. Bateson, in *Questo è un gioco* (Cortina Editore, Milano, 1996), afferma che persino le lontre sulle sponde dei fiumi giocano alla stessa maniera in cui vivono fuori dello spazio di gioco: quel che differenzia i movimenti praticamente simili è l’istituzione di un patto di sospensione che regola l’attività in maniera diversa dal consueto. Il come se istituisce un patto che dà vita ad un mondo nuovo, tutto da inventare, cui tutti i partecipanti presteranno fede come se, appunto, fosse reale.

¹²⁶ Quando Winnicott, in *Gioco e realtà* (Armando Edizioni, 1974), indica la creatività del gioco, la motiva con la conquista da parte del bambino della padronanza dell’azione, conquistata attraverso l’oggetto transizionale; esso mitiga l’allontanamento della madre e la sostituisce, ma diviene insieme proprietà del bambino, che può adoperare il ‘gioco’ per mimare l’azione da cui si sente ancora escluso e così impadronirsene. E’ il punto di partenza del gioco di tutti i bambini, il *facciamo-che-io-ero*, la recita a soggetto in cui si parte dall’osservazione di un ruolo o di una curiosità e si tende ad impadronirsi del meccanismo che lo rende funzionale. Mimando, riprovando, comprendendo sempre meglio, ci si inserisce in un mondo da cui si è esclusi, intendendone meglio le movenze. Questa peculiarità della mente, la capacità di comprendere intenzioni e comportamenti dei personaggi di una storia inventata è tanto più significativa se si pensa che questa “assenza del gioco della simulazione” è

recitare. I parlanti, di spalle, senza vedersi per eliminare il linguaggio corporeo, parlano al telefono costruendo una storia da un canovaccio. La classe è la giuria che decide dei testi che sono messi a punto con una riflessione comune sulle tecniche di scrittura e sulla punteggiatura (attraverso l'esercizio compiuto su testi senza punteggiatura da mettere in ordine). La recitazione redige il prodotto per la ripresa finale.

L'oggetto può essere un litigio tra compagni, un fraintendimento con l'insegnante o con il compagno di banco. Oppure la storia di un bambino piccolo, lasciato dai genitori con i nonni per un impegno di lavoro vuole ascoltare una favola dalla voce della mamma che la racconta al telefono. Un incontro con una segreteria telefonica. Uno scherzo telefonico, che impone all'uno di recitare in modo convincente, per conquistarsi la fiducia della vittima; all'altro, di sdrammatizzare l'essere presi in giro, di socializzare l'ironia, momento importante di crescita e di relazione con gli altri, di comprensione della forma comica.

Perciò i testi saranno recitati alternativamente nei ruoli, selezionando e registrando gli esperimenti migliori in conversazioni *telefoniche*, dove si dia spazio anche ai rumori, lo squillo del telefono, i rumori della città ecc.

Capitolo quarto – I laboratori:

Il computer – giochi e reti – rete San Giorgio

G. Annunziata, Internet (San Giorgio del Sannio) N. Cotugno, L'ipertesto didattico (San Giorgio a Cremano) C. Gily, Giochi Digitali (San Giorgio La Molarà)

Il computer reca con sé una problematica innovazione dei contenuti e dei metodi della didattica. Il rapporto non più verticale, ma collaborativi, del docente col discente - il bambino naturalmente multimediale - ne trasforma il ruolo da sapiente a guida, da questo si guadagna una reazione di genuino interesse che facilita ed individualizza l'apprendimento. Se la didattica saprà adottare metodologie specifiche, che non sono solo tecnologiche, da questo incremento potranno venire soluzioni a problemi tipici della scuola obbligatoria, come il ritardo scolastico, l'evasione, l'adeguato trattamento dell'iperdotato. La cooperazione può segnare una nuova era della formazione, è la sfida dell'oggi .

Dotare le scuole di laboratori informatici è soltanto il primo passo del cammino, il trasferimento dalla logica del libro all'ipertesto impone la rivisitazione della didattica, nel senso dell'accettazione di una modalità di apprendimento fondata sul piacere, sul divertimento, sul gioco.

Il computer rappresenta anche un importantissimo strumento di socializzazione: esso offre agli insegnanti interessanti occasioni per organizzare laboratori per lavori di gruppo in cui la classe si abitua alla collaborazione e al rispetto degli altri.

La Ludodidattica è soprattutto educazione al computer. I testi digitali hanno carattere di divertimento non solo quando sono giochi, consentono l'apprendimento delle materie e il loro approfondimento personale in un lavoro individualizzato grazie all'ipertesto. I giochi, infine, sono uno strumento da potenziare per perfezionare l'apprendimento della tecnologia del computer e per costruire nuovi strumenti didattici adatti alla nostra epoca.

4.1 Internet (San Giorgio del Sannio)

Scheda informativa

La storia di Internet inizia nel 1969, quando il Dipartimento di Difesa americano manifesta l'esigenza di potenziare la comunicazione militare alla luce soprattutto degli anni difficili segnati dall'acuirsi della guerra fredda seguiti alla crisi missilistica del 1961. E' una "rete di reti" capace di far viaggiare messaggi su una varietà di canali che vanno dall'etere ai cavi ai satelliti. Fu Robert Kahn ad iniziare a lavorare sulla tecnica del *packet switching*. Il risultato dei primi studi fu la rete ARPANET che collegava i diversi computer delle università americane; da questo si passò al collegamento delle diverse reti e, quindi, alla nascita effettiva di quello che fu battezzato l'*Internet Protocol*. Cominciavano allora a circolare le prime informazioni *on line* cioè in rete trasportate dai differenti sistemi di trasmissione disponibili. A metà degli anni Settanta le forze armate statunitensi, ritenendo il sistema sotto il profilo tecnico superato, ne cedevano l'uso alle università e alle istituzioni scientifiche coordinate dalla *National Science Foudation*. Con l'adozione da parte della comunità scientifica Internet assumeva nuove funzioni: quella di strumento di pre-pubblicazione di risultati, di luogo di

discussione, di circolazione di messaggi rapidi e a basso costo e anche quella di piattaforma di gioco. Curiosamente, infatti, i primi gruppi di *gioco collettivo in rete* cominciavano a formarsi proprio all'interno delle università: essi divennero presto noti come *Multi-user Dungeon* (MUD) cioè "segrete multi-utente" dal nome del famoso gioco *Dungeon and Dragons*. Sul finire degli anni Ottanta veniva messo a punto presso il CERN di Ginevra un nuovo strumento: un importante sistema che consentiva al ricercatore di muoversi tra le diverse informazioni presenti in rete, il browser (traducibile come sorta di "sfogliatore"): è a questo punto che l'universo informativo assume sempre più le sembianze di una gigantesca ragnatela etichettata con la tripla W di *World Wide Web*. La rete diventa un immenso ipertesto, cioè un insieme di informazioni leggibile non solo sequenzialmente ma muovendosi per connessioni di senso da un punto all'altro attraverso una *struttura reticolare*. All'inizio degli anni Novanta cominciarono a diffondersi i *browser* adottati da un pubblico sempre più vasto, generando l'enorme espansione della posta elettronica in una dimensione privata oltre che in quella aziendale.

Ne *L'architettura dell'intelligenza*¹²⁷ De Kerckhove indica analogie evidenti tra la struttura mentale dell'uomo e la navigazione in rete: sono organizzate intorno a nuclei concettuali, ad associazioni di idee, non secondo strutture lineari. Internet sembrerebbe così assecondare finalmente l'articolazione del pensiero; da un punto di vista percettivo, si rileva che la comunicazione multimediale attiva comportamenti ricettivi di grande valore: "Stiamo riattivando dei potenziali sopiti"¹²⁸.

Questa sorta di "affinità" tra la natura del medium e la mente umana è certamente una delle ragioni della straordinaria diffusione della rete. Individuare le caratteristiche specifiche di Internet (struttura reticolare, linguaggi integrati, interattività, natura partecipativa) e riflettere sulle modalità con le quali l'individuo interagisce con essa rispondendo vivacemente sia da un punto di vista psicologico che sociale con una serie di comportamenti ed attività più o meno identificabili, significa specificare le articolazioni fondamentali di questo rapporto che, soltanto se compreso appieno, può essere migliorato per mezzo di interventi mirati di formazione sia ordinaria che extra ordinaria che fondino già nella scuola elementare. Rispetto alla multimedialità, infatti, si osserva oggi un nuovo preoccupante gap culturale tra gli individui competenti – per lo più "gente giovane di grande esperienza, con forti attitudini tecniche e matematiche"¹²⁹ – ed una maggioranza completamente impreparata alle nuove

¹²⁷ D. de Kerckhove, *L'architettura dell'intelligenza*, Testo & Immagine, Torino 2001

¹²⁸ F. Pedrocchi, *Percezioni della rete*, in C. Crespellani Porcella, S. Tagliagambe, G. Usai (a cura di) *La comunicazione nell'era di Internet*, Fondazione IBM Italia, Etas 2000, (pp. 177/183), p.180

¹²⁹ E.Ullmann, *Resisting the virtual life*, 1995; trad. It. Parziale in F. Colombo, *Confucio nel computer*, Rizzoli, Milano, 1995.

tecnologie. In prospettiva, dunque, appare evidente la necessità di aggiornare la didattica odierna con programmi e metodologie volte ad integrare le competenze tradizionali con quelle richieste dalla comunicazione multimediale realizzando quel modello didattico definito dagli anglosassoni “*learnig by doing*”¹³⁰.

Passeggiate nei boschi virtuali

L’inserimento di un progetto di *educazione ad Internet* nella didattica, alla luce di queste considerazioni, tiene conto della difficoltà prima della rete, indurre a perdersi. E’ un’esperienza comune.

L’idea è quella di ideare e realizzare su CdRom percorsi di navigazione con una ben definita regia di azione¹³¹, che insegni la metodica corretta per evitare il pericolo. Sono state ideate quattro “*passeggiate nei boschi virtuali*” che ricostruiscono l’ipertesto di un tema, abituando ad una *lettura reticolare*.

Il primo kit di gioco (*i media in rete*) mostra Internet *contenitore* di altri, libri, giornali, cinema, televisione che possono per tanto facilmente essere consultati da casa o da scuola e dunque secondo i propri tempi e modi di fruizione.

Il secondo kit, adatto ai bambini più piccoli e riguarda la ricerca in rete dei beniamini dei cartoon (*i cartoni*).

Il terzo kit guida alla comunicazione nell’universo scolastico (*le altre scuole*): dalla 3 elementare la navigazione prelude ad un contatto diretto, tramite *leggere e scrivere e-mail*, partecipare a *forum di discussione*, *confrontare le proprie attività*. Conclude le attività *l’ideazione di un sito*.

L’ultimo kit (*in giro per musei*) focalizza temi d’arte, scienza, cultura attraverso la visita ai musei virtuali. Si adatta anche agli adulti, ma può essere anche di base alle visite scolastiche.

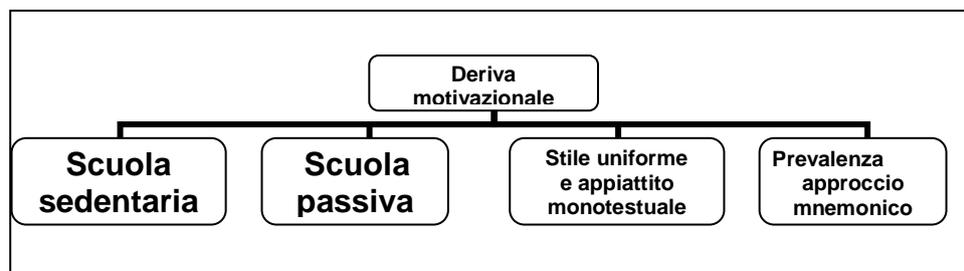
Il progetto complessivo punta a realizzare nell’alunno una serie di skill sul piano strettamente didattico-formativo ma anche oltre: abituano *lettura creativa e critica* degli ipertesti, educano alla *raccolta e conservazione* dei materiali; insegnano a *classificare e selezionare* i contenuti, ad organizzare nessi tra messaggi, a *deframmentare* per ricostruire l’unità di senso. Mostra inoltre ai bambini in maniera semplice ed immediata la comunicazione come fenomeno globale, dal libro alla rete.

4.2. N. Cotugno, L’ipertesto didattico (San Giorgio a Cremano)

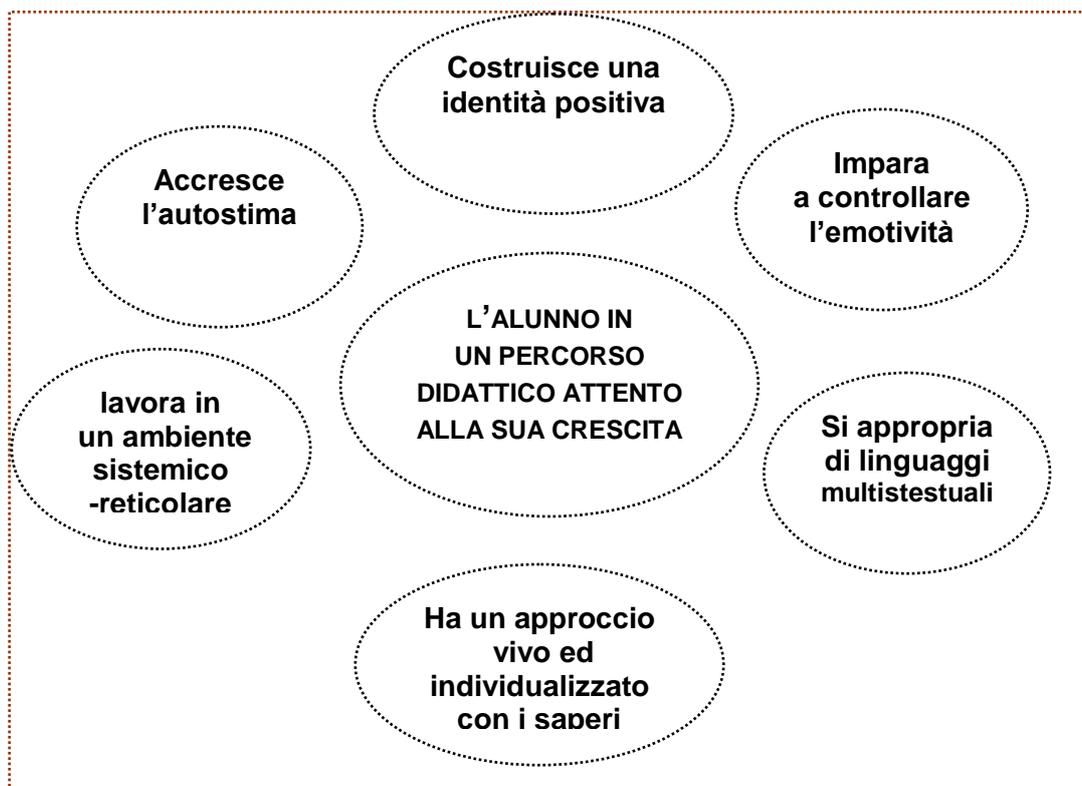
La costruzione diretta di un ipertesto da parte degli alunni si organizza non in maniera lineare ma intorno ad *unità di contenuto* collegate attraverso *links*: una consultazione libera e creativa, soggettiva e personalizzabile, che va organizzata nella didattica. La ‘deriva motivazionale’ nel rapporto tra discenti e docenti porta gli alunni a subire la scuola. Le attività più intriganti in cui gli alunni si riconoscono, sono quelle che consentono di riappropriarsi di una scuola estranea, in uno ‘spazio’ di *LABORATORIO* dove produrre ricerche, esperimenti, approfondimenti, costruire plastici, ipertesti cartacei e virtuali, e quant’altro.

¹³⁰ Franco Marini (*Processi di adattamento e implicazioni formative nel cambiamento della comunicazione*, in C. Crespellani Porcella, S. Tagliagambe, G. Usai (a cura di) *La comunicazione nell’era di Internet*, Fondazione IBM Italia, Etas 2000). L’autore individua in questo saggio quattro categorie di bisogni: 1) bisogni di autoefficacia e di padronanza (bisogno di *successo*, il *need for achievement* di cui parla McClelland); 2) bisogni di comprensione (bisogno di soddisfare la *curiosità*, secondo l’accezione data al termine da Berlyne); 3) bisogni di creatività (bisogno di *originalità*, di *riconoscibilità* del controllo personale all’esecuzione di un compito, secondo il principio della *sfida ottimale* illustrato da Harter); 4) bisogni di relazione con altri (bisogni sociali)”.

¹³¹ Cfr. B. Laurel, *Computers as theatre*, Routledge, London, 1993.



Queste attività hanno come denominatore comune la *trasversalità* e l'*interazione*. Le singole materie cedono il passo a modalità di approccio, elaborazione e ricomposizione delle conoscenze a struttura reticolare, oltre che sequenziale. Questo differente modo di strutturare la didattica trova gli alunni già pronti e 'configurati', perché abitudini e cultura dei giovani risentono fortemente delle trasformazioni che i mass media hanno già indotto prepotentemente nelle società a tecnologia avanzata sui linguaggi e sulle modalità di elaborazione e trasmissione delle conoscenze. E' altrettanto vero, però, che la circostanza che gli alunni siano 'configurati' in tal senso non necessariamente si connota come positiva: spesso, assillato ed impigrato dall'enorme e nauseante flusso di informazioni in circolazione, può tranquillamente scegliere (o forse ha già scelto, salvo scuola contraria) di camminare sopra di esse senza entrare più dentro di esse: i nostri ragazzi sono in questo 'geneticamente' superficiali: come acqua sul vetro la cultura, e quindi una scuola (che non inverta la rotta) scivola loro addosso, spesso senza lasciare traccia alcuna. Di fronte a tale situazione estrema serve che la scuola dia una risposta 'forte', non consumistica, non tradizionalista, informaticamente illuminata.

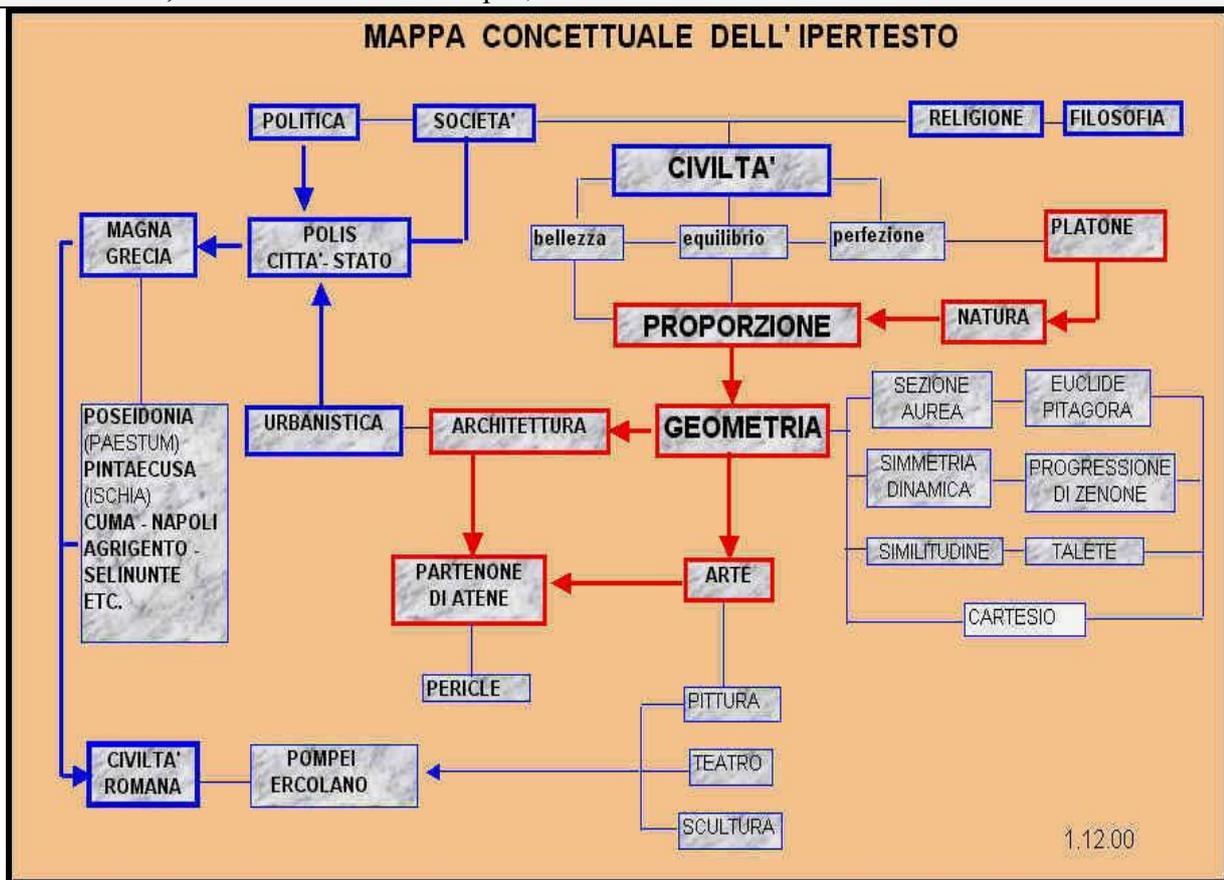


Alcuni aspetti positivi presenti nei percorsi didattico-formativi di tipo sistemico-reticolare

Se gli approcci alla conoscenza che la scuola offre divengono più attraenti, se anche tematiche complesse – come ad esempio la comprensione delle regole geometriche sottese alla realizzazione di un tempio come il Partenone - vengono proposte come conquiste avvincenti, invece che fardelli calati dall'alto, agli alunni la cultura gli apparirà di nuovo amica, il libro risulterà di nuovo necessario, perché funzionale a dei tragitti che loro vogliono percorrere: liberati dai gangli spesso burocratici e avviliti della scuola tradizionale, avranno finalmente modo di muoversi 'a loro agio' in uno spazio più vivace e intrigante, giocando dentro e attraverso i saperi. Intercettare le giovani generazioni, navigando in quella 'discontinuità tecnologica', oramai sancita dall'avvento delle nuove tecnologie è, per chiunque si interessi di una didattica contemporanea, un dovere etico. Partendo da questi snodi critici del nostro sistema di istruzione, è naturale pensare di affrontarli attraverso una strategia didattica di tipo reticolare, liberando così la programmazione didattico-formativa dagli oramai stretti gangli in cui è monodirezionata da secoli, all'interno di modalità di insegnamento-apprendimento esclusivamente organizzate attorno al libro. La congiunzione tra libro e multimedialità è opportuna e benefica, a condizione che si fissino, all'interno dei percorsi attivati, criteri e modalità entro cui utilizzare differenti tecnologie e strumentazioni didattiche. L'uso della multimedialità nella scuola deve avvenire in modo consapevole: chi opera nel campo educativo-formativo deve ricercare nuovi equilibri tra esigenze e qualità della didattica e uso delle tecnologie avanzate. Il computer (ed il 'magico' mondo che gli

ruota intorno) può essere un mezzo didattico importante, se avremo chiaro il senso del nostro operare didattico, il potente mezzo che abbiamo a disposizione non potrà mai essere confuso col fine del nostro operare, pericolo insito nel computer proprio in quanto simulatore del reale e produttore di suggestioni, con tutti gli aspetti di estraniamento che da ciò possono derivare, soprattutto sui giovani. L'ipertesto può:

- Realizzare percorsi spazio-temporali finalizzati all'apprendimento attraverso il graduale approfondimento, per scoperta e comparazione, di argomenti semplici e successivamente complessi;
- L'alunno può scegliere il percorso da seguire: la mappa concettuale generale lo aiuterà ad orientarsi, come si vede dall'esempio;



4.3. C. Gily, Giochi Digitali (San Giorgio La Molara)¹³²

Brenda Laurel, della scuola di Donald Norman ci racconta la nascita dei videogiochi: "Nel 1962 fu inventato il primo videogame da qualche bighellone del MIT. Si chiamava *Guerra*

¹³² Cfr. C. Gily, *Teoria del gioco digitale*, in G. Imbucci (a cura di), *Mercato ed etica del gioco pubblico*, Marsilio 2002. La forma attuale è adattata dalla videoproiezione tenuta ad Omegna nel secondo corso di aggiornamento della ns. collaborazione, nel 2000, è stato pubblicato in C. Gily, *In-lusio. Il gioco come formazione estetica*, Graus, Napoli 2002. Sul tema vedi la presentazione completa della ricerca di G. Annunziata nel cit. *Manuale di Ludodidattica dei media*. Da ciò deriva che alcune informazioni ed esempi sono datati: non sono aggiornate perché le cose non sono cambiate che ingigantendosi ancora.

Spaziale e funzionava su un DEC PDP-1, il primo microcomputer del mondo, connesso a un display CRT. Uno dei disegnatori spiegò che il gioco era nato mentre un gruppo riunito cercava di rappresentare “ciò che potrebbe essere una dimostrazione interessante (...) Decidemmo che probabilmente si poteva fare una specie di manovra bidimensionale, e che naturalmente la più ovvia cosa da fare era una nave spaziale”¹³³. Alan Kay diceva lo stesso: “il gioco *Guerra Spaziale* sboccia spontaneamente quando un dimostratore grafico è connesso ad un computer”. Perché *Guerra Spaziale* è la cosa naturale da costruire con le nuove tecnologie? Perché non un disegno artistico? Perché si capiva che l’azione è la chiave centrale, l’ottica giusta.

Di qui, infatti, dalla constatazione che esiste un modo semplice per interagire con il computer, allora cosa impensabile, nacque la ricerca delle interfacce *friendly* che hanno poi generalizzato l’uso informatico. Perciò Laurel raccomanda che il software vada elaborato seguendo la logica dell’azione, il linguaggio performativo¹³⁴ anche più che il digitale. E’ quel che trasforma il computer da strumento di informazione a quello di comunicazione, perché tiene presente chi progetta l’azione. E quindi, come al teatro, va disegnata l’azione plausibile, servendosi del *practical reasoning*, di una ragionevole pratica (desunta dalle abitudini dei più), come guida di progetto. Si instaura così l’uso amichevole del computer, il regime di collaborazione. Ne viene che il videogioco è il modo migliore per imparare a relazionarsi al computer con naturalezza.

Questo è il motivo per cui la didattica non può ignorare il problema, visto che l’apprendimento che ne deriva è sicuramente importante per l’uomo d’oggi. Senza dire che vista la diffusione generale di questo gioco, è opportuna la considerazione dei rischi e degli usi virtuosi.

Qualche notizia: 18 mila miliardi spesi nel mondo nel 1998; la fiera di Atlanta comprende 500 espositori e 1600 titoli; Barbie si è dotata della *Jewelry design* e diventa *Detective* in un gioco di avventura; La Lego ha creato *cybermattoncini*, come la Ravensburger; Arcade e Doom hanno dato spunto alla creazione personale di giochi mettendo a disposizione kit; *The War in Heaven*, battaglia biblica, è approvato dal clero.

¹³³ B. Laurel, *Computers as Theatre*, Routledge, London 1994.

¹³⁴ La logica pluri codificata degli audiovisivi richiede una nuova semiologia, come dice Bettetini, in cui conti la pragmatica, che Grice ha definito nel *cooperative principle*. Simile logica prosegue il normale processo della lingua di sostituire in modo interpretante un dato sensoriale in segno (icona, indice, simbolo); evidenziando nella parola l’agire comunicativo (Habermas) e quindi l’interrelazione, definendone le strategie. E’ la conoscenza che vede nel linguaggio anche le immagini e il mondo della vita.

E' una industria diventata centrale e di alta creatività in tutti i sensi, di cui si può citare qualche elemento di storia e tentare una classificazione, sulla base del Manuale del Craiat, protocollo del convegno di Greve in Chianti organizzato da Luca Toschi e Raffaele Picardi:

- Negli USA Bushnell realizza un gioco che sembra Tennis modificando un oscilloscopio... Atari con **Breack Out**, **Space Invaders**, **MarioBros** sono tre linee conduttrici che illustrano la gran parte delle produzioni iniziali.
- Pong fu il maggior evento ludico del '73 – e fu subito mercato. Come nel Design, esso è fattore determinante la creazione. Nel '75 creò **Breackout** (poi **Arkanoid**) che abbatteva un muro con una pallina (di qui nacque la Apple)
- Nel 1980 Shigeru **Mario** che scansa i barili lanciati del gorilla: è oggi tre volte più conosciuto di Topolino. In Russia nasceva **Tetris** muovendo mattoncini per incollarli in un muro compatto in Giappone partì Taito, che produceva flipper e juke box nel 1978 con **Space Invaders** nel 1979. **Pac man**(Toro Iwatani) trasformava gli alieni e i proiettili in punti da prendere e fantasmini da scansare: il gioco piacque anche alle ragazze – ebbe la Mijamoto creò per la Nintendo **Donkey Kong**, protagonista **l'idraulico** prima pagina del Times.
- Anni 80: Commodore 64, Apple II, SZ Spectrum rubano spazio alle console ma è Nintendo a vincere con SuperMarioBros. Un successo che ormai ha richiamato l'interesse di Bill Gates, deciso alla vittoria su Sega – la Saga continua Nel 1980 Shigeru Mijamoto creò per la Nintendo **Donkey Kong**, protagonista **l'idraulico Mario** che scansa i barili lanciati del gorilla: è oggi tre volte più conosciuto di Topolino. In Russia nasceva **Tetris** muovendo mattoncini per incollarli in un muro compatto.
- Anni 80: Commodore 64, Apple II, SZ Spectrum rubano spazio alle console ma è Nintendo a vincere con SuperMarioBros.

I giochi sono Entertainment – Educational - Edutainment

Entertainment

Giochi d'azione

- Arcade – breve durata e molta abilità manuale
- Picchiaduro - lotta contro un nemico – Streetfighter (Ken)
- Piattaforme – l'eroe percorre livelli – SuperMario
- Maze – l'eroe è in un labirinto – Pacman - Rats
- Sparaspara – armi contro il nemico – Space invaders
- Sportivi – Fifa Soccer 99, All StarTennis 99, Formula 198
- Sim – Flight Simulation, Flight unlimited, Pro pilot – top gun: Falcon 4,0, F16 Aggression Fighter Squadron - Wipeout 2097

Giochi di riflessione Giochi di strategia

- **Carte**: Calculation solitary - 21card - FreeCell – Bridge – Tressette - Can24 canasta - Pokermat
- **Giochi tradizionali**: Batsat battaglia navale – Bingo - Domino
- **Strategy** – Gnuchess scacchi, Draughts dama, Risiko, Tris: nmmw08, 4play, Flipit, Connect, Push Pull
- **Memory** - Mah jong
- **Packing** – Tetris 64 Nintendo
- **Adventure** – azione in ambienti diversi
- **Puzzle games** – Campo minato - Morient
- **Role playng game** – giochi di ruolo
- **Educational Edutainment** – Van Gogh, Louvre
- **Sim** – di costruzione fisica, Sim City 1985
- **Nampa** The Sims 2000 (Thousand Arms – Atlus)
- **Erotici** - bishojo (ragazza) games (ViperM1 – Sogna)

- **Fantastorical** – Piramyd, Age of Empires
- **Fantajob** – Director's Chair

Tra gli entertainment i giochi d'azione sono adatti anche per sale gioco, per la brevità del game, ma possono anche giocarsi a casa: sono i più diffusi, mettono a punto la velocità e la conoscenza delle immagini e della tecnologia. Sono anche quelli più esposti ai pericoli per la visione e l'azione, quelli che possono ingenerare malattie di gioco. Va detto che questo accade in genere per la deficienza dell'ambiente a creare condizioni opportune per la fruizione. I giochi di riflessione e strategia richiedono attenzione e tempo, sono adatti solo per il gioco a casa, a volte durano settimane per essere percorsi completamente e si possono rigiocare. Molti di questi giochi edutainment, cioè sono costruiti per educare e divertire insieme. Gli apprendimenti che vi si conseguono hanno il traino dell'interesse, sono perciò molto efficaci. Autotelici, autosensati, autogratificanti, i giochi immergono tra alea e agon (Caillois)¹³⁵.

A questi giochi vanno aggiunti gli *Adventure*, che raccontano storie, anche da film (Mission Impossibile, Apocalypse, Il Quinto Elemento, Batman e Robin) o da saghe medievali (Total Annihilation Kingdoms, Heretic 2) o dalla fantascienza (Virus 2000) o dalla letteratura (Il piccolo principe) o il successo appassito del tamagochi (Catz!) o di serie tv (Star Trek, Klingon Academy) o la guerra dei pirati (Monkey Island). Altri sono film interattivi (Phantasmagoria, Gabriel Knight2: The Beast within, Jhonny Mnemonic, Avventura nel castello). *Director's Chair* di Spielberg insegna a girare un film dalla a alla z, che mostra con evidenza come il videogioco sia un gioco che può essere istruttivo. Nirvana X rom fa poi ragionare sul tempo di oggi, con l'uomo che entra nel videogioco – il mondo di Truman tematizzato oramai da tanti altri film per la grande attualità del tema, che mescola reale e virtuale in tante sfumature.

Il segreto di Lara Croft e delle eroine virtuali è la complessità del messaggio e del gioco l'ambiente (Core Design – Eidos) è modellato su Indiana Jones, combina avventura e lotta, intelligenza ed azione spettacolare.

è un gioco di azione e un adventure, bisogna correre, saltare, arrampicarsi, "dribblare" gli ostacoli, abbattere i nemici anche a mani nude, come nei picchiaduro, trovare oggetti e risolvere rompicapi.

In cambio si ottengono "vite" suppletive", per vedere "come va a finire la storia" (caratteristica propria dei "role games").

Si aggiunge qui una bibliografia non presente nella lezione, pubblicata dopo come atti dei convegni sul gioco organizzati dall'Osservatorio di Comunicazione Federico II e dalla Fondazione Banco di Napoli per l'Assistenza all'infanzia, dove si possono trovare molti pareri di esperti che confermano le opinioni espresse. C.Gily (a cura di), *Il diritto al gioco*, Salerno 2000; G. Annunziata (a cura di), *Il diritto al gioco intelligente*, Napoli 2001; cfr. anche C.Gily, *In-lusio, il gioco come formazione estetica*, Napoli 2002.

Quelli che fino a pochi anni fa erano solo "giochi per ragazzini" hanno già fatto un salto di qualità. Creano personaggi vivi (Prisco Vicidomini)

Anche gli Arcade esercitano le abilità, in specie spazio temporali e corporee, ma poi educational ed edutainment specializzano l'educazione linguistica e apprendimenti specifici. Tutti educano all'immagine, specie i memory (Mah Jong), al coordinamento (labirinti) al procedimento induttivo volto a trovare le regole del gioco, alle attività non verbali.

I videogiochi abilitano a tutte le capacità in cui torna utile l'uso del computer: si pensi al largo uso che ne fanno architetti ed ingegneri, storici e umanisti, linguisti... Si pensi inoltre agli *handicap* psicomotori, basti ricordare Stephen Hawking, ma anche di adattamento, di ritardo: i giochi al computer sfruttano capacità diverse dalle consuete, offrono nuove chances a chi non riesce ad esprimersi compiutamente nelle scienze tradizionali o nei comportamenti normali, che utilizzando di solito il solo parametro linguistico e culturale, creando il gap in chi non sa partecipare alla pari con compagni ed insegnanti. Il computer crea un ambiente dove le autorità e competenze tradizionali devono fondare nella collaborazione per avere senso. Questo è forse uno dei motivi della difficoltà dell'introduzione delle nuove tecnologie nella scuola, portando una profonda innovazione della didattica, che deve saper diventare ludodidattica senza scadere nella superficialità e nel pressapochismo.

I giochi di ruolo, sempre più studiati per le grandi possibilità che offrono: il sito di Letteratura interattiva Pathos.it , gestito da Luca Giuliano, è una macchina per inventare storie e per giocare alla pagina letteraria:

- La "pulsione imitativa" è alla base della creazione narrativa e del dramma. Ogni gioco è di per sé rappresentazione di un mondo; il gioco della mimesi è sempre rappresentazione di un mondo narrativo, un mondo fatto di personaggi e di storie che scaturiscono da questi personaggi, dai loro rapporti con il mondo e dalle reciproche interazioni. Il gioco della mimesi è sempre un paradigma del sociale. La natura sociale della mimicy impone al gioco una disciplina Il gioco è una *in-lusio*, una entrata nel *ludus*, un sottoporsi a delle convenzioni arbitrarie. Il *ludus* comporta l'accettazione ostinata delle regole, così come il giocatore di scacchi accetta il movimento inconsueto del cavallo sulla scacchiera. Perché lo fa? Perché desidera restare all'interno del cerchio magico che permette al "mondo degli scacchi" di esistere. Il giocatore accetta l'ostacolo fittizio delle regole per esercitare le sue capacità di dominio sul quel mondo.
- "Gioco, linguaggio, comunicazione, regola, comunità di giocatori, creatività e immaginazione, sono termini che si adattano particolarmente bene alla descrizione e all'analisi dei giochi che Caillois, nella sua classificazione antropologica, ha chiamato: giochi di *mimicy*. La mimicy è l'accettazione temporanea di un universo convenzionale in cui diventare personaggi illusori... è il "facciamo che io ero...", la metamorfosi, l'assunzione di ruoli fittizi ma anche l'acquisizione di una consapevolezza, base del processo di socializzazione

Il videogioco è un gioco, che va utilizzato dopo un opportuno screening per educare la fantasia e l'intelligenza multipla. Rodari ne *Le notti di Spilamberto* racconta del signor Ottavio che dormiva con un occhio chiuso e l'altro aperto: con uno vede, con uno sogna – e vede anche meglio; racconta anche del commerciante di bandiere che impara a comunicare attraverso le radioline e così conquista il silenzio; la maestra Santoni de *Il gioco dei quattro cantoni*, scopre che i suoi alberi giocano, e scrive al ministro “Il cosmo rivela, con tutto il rispetto, la sua sostanza ludica”. E dunque, ci son più cose in terra...“Il gioco dei perché è il più vecchio del mondo. Prima ancora di imparare a parlare l'uomo doveva avere nella testa un gran punto interrogativo; ma di punti interrogativi sono tuttora pieni il cielo e la terra”.

LE FORME DELL'INTELLIGENZA

Garvey 1977 e Bruner Jolly Sylva 1981 indicano

- Spontaneità Volontarietà
- LibertàImproduttività
- Disinteresse Necessità

Gardner parla delle 7 categorie dell'intelligenza multipla:

- Linguistica
- logico matematica
- Spaziale
- Musicale
- Corporea
- Interpersonale
- Intrapersonale

Bettetini 1999 indica perché dunque il computer può aiutare:
con momenti di Educazione sintetica:

- 1) procedura essenziale - valore velocità
- 2) commistione coerente, organica
- 3) artificiale contro il naturale
- 4) sintetica, agevola la diffusione alterando lo spazio comunicativo

Con le parole di Rodari, un autore che è molto pregiato da tutti i professori della scuola di base, ma che andrebbe studiato anche oltre per la sua *Grammatica della fantasia*, di un autore che ha saputo indicare tanti giochi utili a conquistare uno skill preciso e diverso dal solito, è bene concludere il discorso per raccomandare a tutti gli insegnanti di considerare questo aspetto della vita dei giovani. Come si consigliano buoni libri, si possono indicare buoni videogiochi: basta conoscerli, continuando questa nostra piccola classificazione e aggiornandola con altri titoli.

Si può anche costruire videogiochi, come si fa nei nostri laboratori. Il gioco può essere semplice o difficile, dal quiz alla passeggiata virtuale in ambienti costruiti anche in modo elementare. Servirsi di questo metodo per educare, è il modo di preparare i giovani alla loro

vita. Ma forse è anche il modo per comunicare con loro in modo efficace, usando la lingua che tutti oggi usiamo, anche senza saper comporre in questa lingua. Una lingua che è fatta di immagini e di parole, in una forma contenuta che è nuova forma, che non sopporta di essere soltanto detta. Il computer è l'ambiente ideale per muoversi interattivamente in questo nuovo mondo della conoscenza.

Come dice Maragliano, l'educazione al computer è la sfida della didattica futura, il videogioco è una palestra per educare queste abilità.