



WOLF

**Tra filosofia e ambiente
Obiettivo: Sviluppo sostenibile**

Associazione BLOOMSBURY Editore
OSCOM-ONLUS

WOLF editoriale

QUINDICINALE ON LINE
Autorizzazione 5003
del Tribunale di Napoli
ISSN 1874-8175 del 2002

Direttore Franco Blezza
Direttore Responsabile
Clementina Gily
Anno XXI Numero 15-16
periodo 1 - 31 AGOSTO 2023

Di C.G.R. EDITORIALE



Coll'ultimo numero multiplo, abbiamo rallentato la frequenza per migliorare la qualità dei singoli interventi: **WOLF giornale del Dipartito di filosofia Antonio Aliotta, dopo BIBLIO** – negli anni 90 del secolo scorso, vuole preparare per il 2024 il necessario cambiamento del giornale, nato per invitare i giovani studenti universitari ad esercizi di scrittura interpersonali quanto personali. Perché gli studenti, e non solo all'Università sono soli nello studio, che diventa per chi l'accetta una battaglia da vincere o un ostacolo alla serenità ed alla socialità. Concentrarsi su un prodotto come il giornale, far parte di una redazione, evitava l'isolamento delle tesi di laurea ma anche degli esami. Oggi, finita l'opera dalla cattedra formativa di Estetica ed educazione all'immagine, conviene anche cambiare target e stile.

Di fronte all'abbassamento della cultura e del senso comune cui tutti assistiamo spesso senza potere di arginare la "Cattiva maestra televisione", come diceva Popper, si possono cercare altre strade rispetto a quella da lui suggerita, di spegnerla. Purtroppo non aveva la bacchetta magica; e la storia dimostra che non c'è nulla di più inutile di cercare di fermare il tempo, il progresso, la tecnologia. Invece di spegnere i televisori si sono accesi tanti altri schermi, ognuno guidato da una equipe smaniosa di potere, specie del potere di azzerare gli altri e governare da soli le menti dei più. Perché lo schermo non è uno specchio: nasconde quel che c'è dietro, non fa comparire quel che hai davanti. E dietro ci sono registi, scenografi, sceneggiatori, cameramen e quant'altro.... Dietro ogni filmato, anche amatoriale. E questo Autore è invasivo e commerciale.

È necessario riconquistare la capacità di dare forma al buon gusto, scrivendo articoli meditati più che attività estemporanee con tendono a fare gli attuali compositori di fake news, e quelli che le tv nazionali eleggono come maitre a penser, Marx diceva 'ideologi attivi' al servizio dei nuovi plutocrati che hanno subito investito in media e sono diventati ricchissimi. Non si potrà certo eguagliare la loro capacità di fascino, ma la possibilità di collaborare in una operazione formativa 'semplice', come la redazione di un giornale, può essere una motivazione sufficiente.

Cercheremo perciò di favorire gli articoli che cerchino di corroborare la cultura e soprattutto di dare chiavi di lettura corretta delle immagini, iniziando dalle immagini d'arte, del cinema, dei media, considerando che sono settori in cui ci sono ampie letterature, che tutte insieme, concorrono validamente a formare il senso critico. Ma chi ha il tempo da dedicare ad ampie letture, oggi che la lettura di una pagina costa un'attenzione certo superiore a quella di una volta? Semplificare non è volgarizzare, ha dimostrato Plerò Angela. Ma è un esempio raggiunto davvero poche volte. Ma fare esempi del come e farne l'analisi è un lavoro interessante per iniziare a giudicare questa cultura massmediatica – una cultura antropologica o una cultura umanistica? La differenza tra le due sta tutta nella critica e nella scelta. Non si può apprezzare tutto, purché non sia noioso.