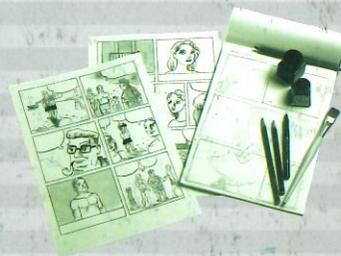


Smontiamola!

Smontiamola!

Il Kit della comunicazione



**Un Set di strumenti
per guardare dentro la comunicazione**

a cura di Pietro Sacchetto

coop

PREFAZIONE

PREFAZIONE
I SIGNIFICATI CULTURALI E PEDAGOGICI DEL KIT
IL KIT DELLA COMUNICAZIONE

pag. 3

pag. 7

pag. 16

Prefazione

Coop da oltre vent'anni si rivolge al mondo della scuola con proposte di educazione al consumo che, partite dallo specifico alimentare con le giornate dei giovani consumatori di Modena nel 1978, hanno proseguito attraverso mostre, animazioni, conferenze, corsi di aggiornamento per insegnanti, costituzione di centri di educazione al consumo, centri sociali, arrivando ad affrontare temi quali ambiente, comunicazione, solidarietà, cooperazione e cittadinanza. Obiettivo di questa attività, che sta inserita nel codice genetico del nostro essere cooperative di consumatori, è far sì che i giovani, futuri consumatori, prendano coscienza dei condizionamenti esterni che possono influire negativamente su di loro, capiscano l'importanza dell'educazione ai consumi, per acquisire una nuova concezione della salute, che miri soprattutto alla prevenzione, sappiano difendersi dai messaggi ingannevoli, comprendano i meccanismi della produzione anche attraverso la storia dei nostri consu-

mi. Luogo privilegiato, anche se non esclusivo di questo intervento, è sicuramente la scuola, è la infatti che per molti versi si forma l'educazione del cittadino e s'incrociano i saperi. In coerenza con questa concezione Coop ha aperto i propri punti vendita, supermercati ed iper, alla scuola, facendoli diventare veri e propri laboratori didattici. E sempre in coerenza con questo impegno continuo e attento nei confronti della scuola, nasce questo kit dedicato al tema dei linguaggi. Un kit che si rivolge in prima persona agli insegnanti e che affronta temi da sempre cari a Coop; non possiamo dimenticare infatti l'ormai mitico libro "capire, conoscere, decodificare la pubblicità" che a partire dagli anni '80, è stato alla base di un vasto programma di animazioni sul tema dei nuovi linguaggi della pubblicità. Allora parlavamo di pubblicità, oggi, alla luce dell'evoluzione dei consumi avvenuta in questo settore, affrontiamo il tema dei linguaggi che va dalla pubblicità, al cinema,

dal fumetto alla musica per arrivare, usando un neologismo che a me non piace ma che ormai è luogo comune, all'edutainment.

Coop ha sempre pensato agli insegnanti come target privilegiato delle sue proposte di educazione al consumo, cercando però di renderli non semplici mediatori di un processo, ma protagonisti. Questo kit va ulteriormente in questo senso. Un'altra cosa forse utile notare sta nel titolo: "Smontiamola!" dice tutto su come noi vorremmo fosse adoperato questo kit. Non solo considerare i linguaggi nel loro insieme e con le loro relazioni, ma imparare a smontarli, capire come si formano, cosa contengono, ridurli nella loro essenzialità, proprio come un vecchio televisore che smontato ci mostrava valvole, altoparlante, fusibili etc. E

sarà poi a partire da questi pezzi che i ragazzi saranno chiamati a rimontare il tutto. Lasciatemi chiudere ora con dei ringraziamenti non solo a tutti gli autori, a Piero Sacchetto che ha coordinato con entusiasmo e sapienza questo impegnativo e difficile lavoro, ma a tutti i membri del Settore soci e consumatori, nazionali, regionali e locali delle varie Coop, che, direttori e loro collaboratori, a questo lavoro hanno creduto non lesinando tempo e risorse. Un grazie particolare a Marisa Strozzi, di Coop Adriatica, che ha intuito per prima l'utilità e la possibilità di questo lavoro.

Fulvio Bella

Coordinatore nazionale del gruppo di lavoro "educazione al consumo e scuola"

"Smontiamola, il kit della comunicazione"

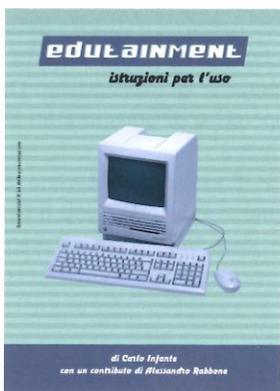
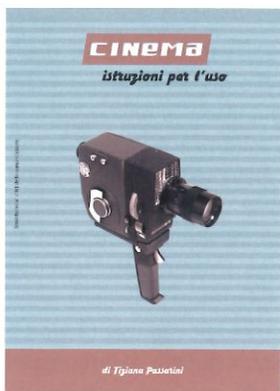
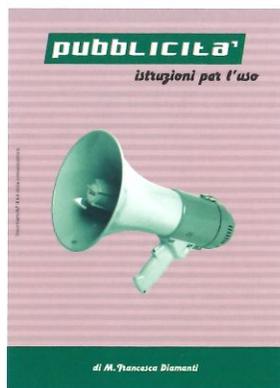
è un progetto a cura dell'Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori.

Progetto e coordinamento scientifico di Piero Sacchetto.
Da un'idea di Marisa Strozzi.

Il progetto si è avvalso della collaborazione del gruppo di lavoro "educazione ai consumi e scuola"

Fulvio Bella, Coordinatore nazionale (Coop Lombardia)
Enrico Nada (Nova Coop)
Vilma Cortesogno (Coop Liguria)
Viviana Monti (Coop Consumatori Nordest)
Marisa Strozzi (Coop Adriatica)
Michele Urbano (Coop Estense)
Daniela Mori (Unicoop Firenze)
Valeria Magrini (Coop Toscana Lazio)
Ivana Renon (Coop Centro Italia)
Carla Chiuppi (Coop Tevere)
Carmela Favarulo (Associazione Lombarda Cooperative di Consumatori)
Silvia Sandri (Associazione Cooperative di Consumatori Distretto Adriatico)
Wanda Spoto (Associazione Cooperative di Consumatori Distretto Tirrenico)

© Coop Italia, via del Lavoro 6/8 – Casalecchio di Reno (Bologna). Tutti i diritti riservati.
Finito di stampare nel mese di marzo 2004 da Coop Il Guado - Corbetta (MI)
Progetto creativo e realizzazione: Jack Blutharsky - Bologna



I significati culturali e pedagogici del kit

Il Kit della comunicazione e l'educazione ai consumi

I diversi moduli che accompagnano questo kit, riferiti ciascuno ad uno specifico linguaggio, intendono proporsi come altrettante finestre aperte, non casualmente, sul mondo della comunicazione in cui siamo immersi, osservato nella sua variegata fisionomia di intenzioni, di luoghi, di linguaggi.

Sono finestre non casuali per almeno due ragioni:

- una, di natura più istituzionale, che riguarda le intenzioni che hanno motivato la produzione di questo kit che ne sosterranno la diffusione;
- l'altra, di natura pedagogica, che ha a che vedere sia con la scelta del tipo e del numero di "finestre" che si è deciso di aprire su porzioni di territorio significative, sia con la loro dimensione, sia ancora con i punti di vista che, tra i tanti possibili, si è preferito adottare.

Questo kit nasce dalla una precisa intenzione dell'Associazione Nazionale Cooperative dei Consumatori, di arricchire il già nutrito carnet di proposte, relative all'educazione ai consumi, offerte nel corso degli anni alle scuole di ogni ordine e grado.

L'espressione educazione ai consumi definisce in modo generale, ma non generico, un contenitore insieme concettuale e metodologico, utile a raggruppare materiali e percorsi tematici specifici, sviluppati nel corso degli anni per e con la scuola, là dove le diverse sedi commerciali Coop hanno dato vita ad un intenso rapporto di collaborazione con le istituzioni scolastiche locali.

Pertanto il kit, proponendo incursioni nell'attuale universo dei consumi, non solo di merci ed oggetti ma anche di mode e modelli comportamentali e culturali, mentre si pone in continuità con la produzione di proposte didattiche fino ad oggi elaborate segnala, al medesimo tempo, un significativo spostamento di attenzione.

La riflessione sui consumi si allarga infatti dalla dimensione ormai familiare e consolidata che aveva preso in esame la qualità dei prodotti e le condizioni di mercato che ne regolano la produzione e la commercializzazione, ad esplorare l'universo comunicativo-informativo contemporaneo, le intenzioni che lo ispirano, i meccanismi che lo compongono e lo regolano e che prevedono ruoli più o meno attivi, più o meno consapevoli, immersi in un flusso inarrestabile di suggestioni e informazioni.

Il pluriarticolato sistema della comunicazione e dell'informazione si avvale di linguaggi espressivi e rappresentativi non necessariamente ed esclusivamente nuovi, ma sicuramente potenziati nella loro efficacia da apparati tecnologici sempre più sofisticati e intrecciati in combinazioni capaci di proporre ai fruitori di messaggi e/o contesti interattivi vere e proprie esperienze immersive e plurisensoriali.

Oggi più che mai diventa impossibile tracciare linee di demarcazione definite e definitive tra il consumo di oggetti, il consumo di immagini ed il consumo di informazioni. Per questa ragione si è ritenuto opportuno pensare ad un kit che contenesse proposte operative di riflessione sui linguaggi della contemporaneità e sul loro intreccio con il comportamento del consumatore contemporaneo, soprattutto del giovane consumatore.

E nell'impossibilità di esplorare tutti i linguaggi della contemporaneità ed ancora di più tutte le loro sfaccettature, è stato necessario compiere delle scelte, aprendo solo alcune finestre, consapevoli della parzialità dei panorami da queste rivelati, ma anche convinti che lo sguardo curioso, una volta aiutato ad orientarsi, può spaziare, dilatando gli orizzonti, spingersi fino alle

periferie, inoltrarsi nelle zone d'ombra, attraversare confini...

Ci si è allora proposti soltanto di accompagnare gli insegnanti (e conseguentemente i loro ragazzi) in una rivisitazione di territori comunicativi ed informativi quotidiani e familiari e, pertanto noti e certamente vissuti, ma non per questo necessariamente esplorati con un'intenzionalità precisa, volta a sapere qualcosa di più sulle regole di quel gioco che essi invitano a giocare.

Vale la pena di esplicitare alcuni dei criteri che hanno contribuito a determinare la fisionomia la composizione modulare del kit. Nel realizzare un materiale didattico sull'universo comunicativo e i suoi linguaggi, si è voluto tenere in debito conto e dare la giusta rilevanza e il meritato riconoscimento a percorsi ormai consolidati in alcuni Centri di educazione ai Consumi, quali quelli sulla pubblicità, la TV, il fumetto.

Non potevano per altro essere trascurate alcune punte di eccellenza, risultato di fortunate ed oculute sinergie istituzionali, coniugate con specifiche "vocazioni territoriali" e competenze degli operatori che lì erano chiamati ad operare. Un mix di coincidenze positive, dunque, difficilmente riproducibile altrove, ma generatore di pratiche sufficientemente "mature" per potersi

proporre come possibile paradigma concettuale, metodologico ed operativo sufficientemente testato e generalizzabile.

Mi riferisco, in questo caso a proposte didattiche centrate non tanto e non solo sull'analisi di prodotti del mercato, confezionati con diversi linguaggi ma finalizzate, ma finalizzate, soprattutto a far vivere a bambini e ragazzi momenti di vera e propria "produzione linguistica".

Prendo come esempio due percorsi - rimandando per i dettagli ai due moduli specifici del kit - relativi al linguaggio dell'immagine, nella sua versione televisiva dominante anche se non esclusiva: la pubblicità ed il cinema di animazione.¹

Una cosa è analizzare un messaggio pubblicitario scoprendo gli "ingredienti" che lo compongono e lo rendono più o meno efficace ed un'altra, poter far seguire a questa prima fase un percorso che consente ai ragazzi di costruire un messaggio pubblicitario, per esempio televisivo, percorrendo le diverse tappe necessarie.

Questo discorso vale anche per il cinema di animazione di cui i bambini, fin da molto piccoli sono quotidiani fruitori nella versione cartoni animati. L'esperienza offerta a bambini e ragazzi di realizzare personalmente brevi produzioni con tecniche molto

diverse, consente di comprendere meglio le ragioni del fascino che questo mezzo espressivo è capace di generare.

Un ultimo criterio di scelta ha portato ad includere del kit i due moduli relativi a linguaggi ancora poco "parlati" se non estranei al mondo della scuola: la musica e alcuni linguaggi del quotidiano mediati da strumenti informatici.

La scelta di dedicare percorsi specifici al linguaggio musicale deriva dalla constatazione che l'universo della musica con la sua infinita varietà di luoghi e strumenti per produrla ed ascoltarla, con il suo forte potere di aggregazione di cui favorisce e suggerisce mode e modi, resta pressoché estranea alla scuola.²

Raramente nella formazione di base la musica viene adeguatamente presentata come tratto culturale peculiare di un'epoca o come sguardo particolare sull'esperienza dell'uomo e del mondo che lo circonda. In generale mi pare di poter dire che la musica risente in maniera più marcata - ma ad essere penalizzate sono le arti in genere - di uno stile d'insegnamento ancora prevalente che si muove in territori disciplinari rigorosamente delimitati, per difenderli da possibili altri "sguardi" contaminanti.

In uno strumento che si propone di sugge-

rire percorsi di “attraversamento” e di lettura della contemporaneità non poteva certo mancare un modulo finalizzato ad esplorare il mondo digitale con la sua velocità di trasformazione e il flusso inarrestabile di messaggi multimediali.

In sintesi possiamo ricordare alcune ragioni che hanno portato l'Associazione Nazionale delle Cooperative dei Consumatori a produrre il kit sono state:

- a. confermare da parte delle cooperative di consumo un'attenzione particolare per il mondo della scuola e, conseguentemente un impegno a mantenere e rafforzare con questa, un dialogo ed un rapporto di collaborazione sempre più qualificato e culturalmente significativo;
- b. affiancare a “strumenti informativi e didattici” prodotti localmente, nei diversi territori, uno strumento di respiro nazionale, in grado di confermare che al di là delle specificità di una determinata area geografica, esistono convergenze rilevanti su alcune tematiche culturali che meritano pertanto un'attenzione condivisa e diffusa;

- c. far convergere e concentrare lo sguardo sulla dimensione comunicativa e culturale del consumo, proponendo uno strumento informativo e formativo sulle fisionomie, i linguaggi, i contenuti, i significati dei flussi e dei messaggi di comunicazione veicolati da media multimediali;
- d. valorizzare le esperienze e le buone pratiche sviluppate nel corso degli anni nei centri di educazione ai consumi o in proposte non sporadiche rivolte al mondo della scuola, ma anche ai ragazzi in genere, e farle diventare, opportunamente modellate, strumenti di lavoro qualificato da spendersi nelle diverse realtà;
- e. fornire agli insegnanti uno strumento informativo, ma anche metodologico e didattico che possono utilizzare anche in assenza degli animatori Coop, adattandolo alle loro esigenze specifiche;
- f. fornire agli animatori Coop uno strumento di lavoro che possa costituire un tracciato metodologico e didattico di base sul quale innestare, a seconda delle necessità ed opportunità, altri contenuti, piste di ricerca ecc.

L'OGGI.

Nel momento in cui si progetta uno strumento culturale e didattico e gli si affida il compito di contribuire a processi di cambiamento, si è anche consapevoli che la sua efficacia dipenderà, oltre che dalla qualità delle competenze messe in campo e dall'attenzione che è stata posta nel momento della sua costruzione, anche dalle variabili che caratterizzeranno i diversi contesti in cui verrà utilizzato.

Questo ragionamento vale a maggior ragione per un materiale che intende produrre informazione ed a suggerire percorsi esplorativi attorno alla fisionomia di fenomeni, strumenti linguistici, mode e modi comunicativi che caratterizzano la nostra epoca. È vero che ogni epoca ha assegnato all'educazione e alla scuola compiti precisi ed impegnativi, traguardi da raggiungere e sfide da sostenere relativamente agli apprendimenti così come ai comportamenti. Evitando comparazioni volte a definire i “gradi di difficoltà” delle diverse sfide e l'intensità dell'impegno da mettere in campo per cercare di farvi fronte in maniera convincente ed onorevole, credo sia possibile convenire che il ruolo che alla scuola viene oggi richiesto di giocare non è certo né semplice né definito in maniera univoca.

Come si può pretendere del resto chiarezza e certezza nel ruolo richiesto alla scuola quando è proprio il panorama sociale nel suo complesso ad essere percorso da profondi disorientamenti e disincanti rispetto a traguardi di accettabile, condivisa ed equamente distribuita qualità della vita?

La parola postmoderno, al di là del suo uso ormai diffuso e disinvoltamente consumato, (quasi come il gin nei cocktail) e quindi sterilizzato dal suo potenziale di “avvertenza”, significa la scelta o la necessità, ai giorni nostri, di vivere con l'incertezza, un'incertezza che avviluppa ed accomuna destini individuali e collettivi, privati e pubblici, locali e planetari.

Molti gli elementi che generano incertezza diffusa e di diversa natura, alcuni dei quali sembrano avere a che fare con i fenomeni comunicativi ed informativi che caratterizzano la società attuale.

Il nuovo millennio, inaugurato di fresco (anzi inaugurato due volte), impone di tenere nella dovuta considerazione, per evitare di soccombervi, la velocità e la densità dei flussi comunicativi ed informativi e l'intreccio sempre più saldo ed irreversibile tra dimensione locale e dimensione globale dell'esistenza (delle esistenze), in ordine a problemi, prospettive, orizzonti eco-

za di abitare, più che il mondo, la descrizione del mondo.

Con sempre maggiore facilità s'intrecciano e si mescolano luoghi reali e luoghi virtuali.

Sono proprio questi ultimi, talvolta, ad essere più socializzanti di quelli percorsi fisicamente, magari in rituali collettivi, con vicinanza, contiguità che non si trasformano in scambio comunicativo. È l'esperienza dei **non luoghi**, cioè di quegli spazi di passaggio frequentati quotidianamente per spostarsi - stazioni, aeroporti... - oppure per consumare - i supermercati - oppure ancora spazi collettivi di vacanza, di divertimento, studiati da Marc Augé, antropologo della contemporaneità.⁶

4. Mondo rappresentato, mondo raccontato, mondo simulato come sugli schermi dei nostri televisori, con format di grande successo come *Il Grande Fratello* o il suo stretto "parente" *L'isola dei famosi*.

In uno dei suoi numerosi lavori dedicati all'analisi della società attuale, compiuta da diverse angolature e su diversi piani, Bauman dedica alcune pagine allo show televisivo *Il grande fratello* soffermandosi sugli elementi che in qualche modo danno conto del suo sorprendente e diffuso successo e sui processi identificatori che è stato capace di sollecitare nei telespettatori.

Mi pare un approccio interessante, particolarmente coerente con l'esplorazione dell'universo linguistico e comunicativo che i diversi moduli del kit propongono e per questo ho ritenuto di riproporne schematicamente alcuni passaggi, rimandando alla fonte originale per un eventuale approfondimento del discorso. Nel caso specifico si tratta di una sorta di esemplificazione paradigmatica di come strumenti comunicativi di massa e contenuti e modelli di realtà ad alta diffusione siano legati in una circolarità che rende difficile assegnare con precisione ruoli di causa ed effetto. Quella di Bauman è comunque ben di più dell'analisi di un format televisivo di successo; questa attenzione al dettaglio si colloca all'interno di una più estesa riflessione su alcuni tratti caratteristici della società attuale. Non c'è da stupirsi - sottolinea il sociologo - del grande successo ottenuto da questo reality show, in diversi paesi europei:

"Il Grande Fratello ha una chiara somiglianza con la fin troppo familiare esperienza degli spettatori. Nello show, dodici uomini e donne dall'ignoto passato e dal diverso futuro trascorrono alcune settimane in reciproca compagnia con il compito di gestire le modalità della loro

*aggregazione partendo da zero e senza alcuna promessa di lunga durata. Sanno in anticipo che, uno dopo l'altro, tutti dovranno abbandonare la compagnia, e che il loro compito consiste esattamente nel tentare di restare in gioco e cacciare gli altri... Se non ci riescono, vengono cacciati fuori da quelle stesse persone da loro risparmiate o che non hanno fatto in tempo a eliminare."*⁷

Quello che accade nel corso delle numerose giornate di convivenza, e che la TV registra e "spara" sui teleschermi di casa, ha molti tratti in comune con l'idea di mondo e del suo funzionamento oggi diffusa.

*" Grande Fratello è un nome generico per indicare il resto del mondo, e il gioco dimostra reiteratamente quanto volubile e imprevedibile sia questo mondo, che passa da una sorpresa all'altro e tiene sempre le proprie carte strette in petto. Questa è esattamente la sensazione o il sospetto che gli spettatori avevano sempre avuto ma che non sapevano come esprimere compiutamente"*⁸

E in un mondo siffatto ciascuno gioca sostanzialmente la sua partita da solo, unico

responsabile del suo successo o del suo fallimento: gli altri esistono strumentalmente e vanno "scaricati" quando non servono più, prima che siano loro a farlo con noi:

"Il Grande Fratello è un gioco ad eliminazione (...). All'inizio del gioco tutti i contendenti sono uguali. Il tuo passato non conta, non ha lasciato traccia, non ha compromesso le tue "chances", ma non ti ha neanche dato alcun vantaggio iniziale. Ciascuna partita è, nel vero senso della parola, un nuovo inizio. Qualunque dote tu possa avere e qualsiasi capacità inespresa si nasconda dentro di te in attesa di prorompere, va liberata e sfruttata qui e subito, altrimenti non conta nulla. Tutti i partecipanti al gioco sono dei perfetti estranei tra loro, e dunque è a partire da questo momento che devi sfruttare tutte le due doti per farti degli amici e influenzare le persone (solo per poi abbandonarle rapidamente una volta che amicizia e influenza hanno ottenuto il loro scopo). Tutti gli altri sanno bene quanto te che alla fine una sola persona (...) resterà sul campo di battaglia e intascherà il bottino. E dunque tutti sanno benissimo che qualsiasi alleanza even-

tualmente contratta è solo "fino ad ulteriore notifica" e non sopravviverà al venir meno del suo scopo".⁹

È un gioco, è soltanto un gioco, viene da commentare, che non deve essere troppo frettolosamente confuso con la realtà.

"Il mondo che abitiamo e che quotidianamente ricreiamo non è, ovviamente, uno show televisivo alla Grande Fratello proiettato sul grande schermo della società. Il Grande Fratello non è una fotografia, una copia o una replica dell'odierna realtà sociale. Ne è però il suo modello condensato, distillato, purificato; potremmo dire che è un laboratorio in cui certe tendenze di quella realtà sociale, altrove nascoste, diluite o represses, vengono sperimentate e messe alla prova in modo da sviscerare il loro pieno potenziale".¹⁰

Ma se così è, occorre davvero ragionare con attenzione sul gioco giocato nei rapporti sociali in cui siamo immersi, sulla filosofia del "ciascuno è autore del proprio successo", sulla contiguità di storie individuali giustapposte che ha preso il posto, oggi, di un modo di sentire il proprio destino legato a quello degli altri e quindi di pensare

che, nei processi di cambiamento per migliorarlo, la condivisione di valori, ideali, azioni svolge un ruolo fondamentale. All'incertezza si può provare a reagire in molti modi; pensare di farvi fronte con un'esaltazione del privato, eretto ad esclusiva unità di misura degli atteggiamenti nostri e di chi ci circonda contribuisce sicuramente a dare ampio spazio di manovra a chi su quest'incertezza costruisce i propri imperi economici, che vanno continuamente incrementati, difesi, ostentati o nascosti a seconda delle circostanze.

L'enfaticizzazione delle responsabilità individuali fa parte di un gioco più ampio, quello della politica, che avrebbe tra le sue funzioni fondamentali quella di "governare" i processi sociali e di favorire la costruzione di un'organizzazione sociale che ha nella polis, cioè nella comunità, un punto di riferimento stabile in termini di rispetto dei diritti, del giudizio dei comportamenti, dei processi di costruzione e distribuzione della ricchezza, di rapporti interni e con altre comunità esterne. Ma invece - sottolinea Bauman - l'impegno dei governi ricalca lo stile del Grande Fratello televisivo:

"... lasciano i cittadini liberi di giocare la loro partita e di autoincolparsi qualora i

risultati non siano conformi ai loro desideri. I governi sono intenti a ribadire senza sosta messaggi del tipo "non c'è alternativa", "sicurezza significa dipendenza" e "la protezione statale deresponsabilizza" e a intimare ai cittadini di essere più elastici e amare i rischi di cui il flessibile (leggi erratico e imprevedibile) scenario di vita è irto".¹¹

Mi pare che i tratti della società contemporanea fin qui delineati siano sufficienti per comprendere la qualità della sfida che il mondo dell'educazione ed in particolare la scuola si trova ad affrontare. Pensare che un kit dei linguaggi rappresenti uno strumento fondamentale per sostenerla sarebbe presuntuoso ed ingenuo. Molto più modestamente si vuole presentare come una finestra aperta sulla contemporaneità, per poter cogliere con uno sguardo attento, proprio una parte di quei meccanismi che rendono così difficile situarsi in nel flusso informativo inarrestabile comunicativo senza esserne travolti. Conoscere un po' di più le regole di un gioco, in genere, evita gli errori più grossolani in modo da consentire di continuare ad imparare nel corso della partita. Una partita in cui la scuola può e deve giocare un insostituibile funzione di aiuto.

LA SCUOLA.

In un quadro come quello sopra delineato che ruolo deve o può avere la scuola? Quale delle sue tradizionali funzioni rimangono utili e significative e quali, invece sembrano fortemente scosse e in qualche caso sensibilmente lesionate se non sgretolate? Negli ultimi anni la scuola è stata attraversata da profondi rivolgimenti che ne hanno, ad un tempo, ridefinito responsabilità e ridisegnato significativamente l'assetto organizzativo.

Sicuramente la scuola dell'autonomia si è vista riconoscere - diversamente da un'esperienza ormai secolare - un ruolo di primo piano nella scelta e determinazione dei contenuti e dei modi dell'offerta formativa rivolta a bambini e ragazzi.

Questa libertà d'azione può davvero consentire alla scuola di giocare un ruolo da primo attore con responsabilità educative e formative che vanno al di là della semplice - anche se certamente non trascurabile - gamma di competenze, generali e specifiche, da far acquisire ai ragazzi.

Voglio dire che la stagione dell'autonomia, da pochi anni inaugurata, ha progredito sul terreno già precedentemente individuato e praticato, almeno da alcune punte ed in alcune realtà innovative; il terreno di un si-

stema formativo composito ed opportunamente organizzato.

La scuola oggi, può passare, se vuole, da una dimensione di fruizione delle proposte formative che le vengono rivolte dall'esterno ad una dimensione progettuale e co-progettuale di percorsi integrati, al suo interno ed all'esterno, che vedono coinvolti soggetti diversi.

Dunque una scuola che ha la responsabilità, oltre che la possibilità, di scegliere contenuti, metodologie, modelli organizzativi che ritiene "migliori" per poter essere una buona scuola; e tanto meglio lo potrà fare quanto più sarà in grado di coinvolgere partner qualificati e davvero interessati ad un discorso educativo allargato.

Oggi la scuola dell'autonomia è investita da un'ulteriore significativa trasformazione: la riforma dell'intero sistema di istruzione.

Si tratta di una riforma che prevede profondi rivolgimenti di assetto di cui devo limitarmi ad indicare i più significativi:

- l'introduzione di un insegnante tutor con responsabilità relative al monitoraggio del percorso formativo di ciascun allievo;
- un tempo scuola ridotto, nel caso della scuola secondaria di primo grado e potenzialmente estensibile, in termini orari, su scelta della famiglia, a quello pre-

visto dal modello organizzativo del tempo pieno;

- la possibilità di anticipare l'iscrizione alla scuola dell'infanzia ed alla scuola elementare;
- un ciclo di scuola secondaria di secondo grado che prevede il sistema dei licei ed il sistema della formazione professionale con la necessità di una precoce scelta da parte dei ragazzi (al termine dei tre anni di scuola secondaria di secondo grado) tra formazione ed istruzione.

Questa riforma è oggetto di vivaci discussioni sia in termini di legittimità costituzionale che della filosofia sociale che la ispira e, come tutte le riforme, vedrà probabilmente tempi e modalità applicative differenti nelle diverse parti del paese.

Ma, prescindendo per l'economia del nostro discorso, dai nuovi assetti - pur consapevoli di quanto questi aspetti come questi incidano significativamente sul modo di fare scuola - mi pare utile indicare alcune piste di ragionamento.

1. La prima suggestione la ricavo dal titolo di un libro di Edgar Morin, *La testa ben fatta*. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero.¹²

L'espressione testa ben fatta riprende una

considerazione del filosofo Montaigne che sottolineava quanto una testa ben fatta non volesse dire una testa ben piena.

Mi pare questo un primo significativo motivo di riflessione di cui mi limito a suggerire qualche declinazione:

- Una testa ben fatta non è una testa ben piena, un accumulo d'informazioni;
- Una testa ben fatta è una testa capace di organizzare quanto va "scoprendo" e "imparando";
- Una testa ben fatta è una testa capace di porsi, nei confronti della realtà, con un generale atteggiamento di problem solving, a partire dal quale - e non a dispetto del quale - può procedere ad esplorazioni in ambiti più ristretti e specifici.
- Una testa ben fatta è una testa che sa operare connessioni, che sa attraversare ambiti disciplinari specifici, in virtù di ciò che li collega o di ciò che li specifica come differenti.

2. Dunque una scuola che rinuncia, o per lo meno ridimensiona sensibilmente le preoccupazioni relative al quanto ed al che cosa per ragionare soprattutto sul come, sul senso delle cose che si fanno, senso per l'insegnante e senso per i ragazzi con i quali e per i quali lavora.

3. È una scuola che anziché fare solo domande, finalizzate a verificare il livello di acquisizione di competenze raggiunto, "insegna a farsi ed a fare domande" perché questo atteggiamento diventi un modo di interagire con gli altri, con le cose, con i fenomeni.

È molto importante che a scuola il bambino possa scoprire per esperienza che conoscere è un'avventura che presuppone un che si abbia l'intenzione, la costanza, l'impegno di andare incontro alle cose non fermandosi alla superficie.

Il motore che alimenta questo movimento è l'interrogazione. Occorre essere aiutati a porsi delle domande. Le cose non parlano se non le si sa interrogare nel modo appropriato o se non si creano le condizioni perché queste possano farlo.

4. Perché le domande, soprattutto quelle più utili, quelle che fanno progredire, emergano ci vuole tempo, un ritmo di pensiero assai diverso da quello che caratterizza il flusso informativo caratteristico della società attuale.

È una sorta di parentesi epistemologica, di "intervallo", di "chiuso per inventario" in cui si prova a mettere ordine e si "cerca" e non si subisce l'informazione che serve; la

si va a cercare difendendosi dalle mille altre che possono fuorviarci, che arricchiscono solo apparentemente il nostro cammino di conoscenza.

È un tempo in cui esce dalla classe un po' di didattica ed entra un po' di filosofia, esce un po' di pedagogia ed entra un po' di cultura.

5. Difendersi dall'informazione pervasiva, non significa certo alzare barricate di diffidenza nei confronti dei nuovi linguaggi, della multimedialità, delle autostrade e dei sentieri informatici.

Significa, al contrario impararne un uso consapevole, superare riverenza e timidezza o, al contrario incondizionati ottimismo

e mitizzazioni nei confronti delle nuove tecnologie.

La loro vera forza sta piuttosto nelle modalità cognitive ed emotive che veicolano e propongono piuttosto che nella loro potenza e velocità informativa. La multimedialità delle nuove tecnologie mette fortemente in discussione le tradizionali modalità di trasmissione ed acquisizione dei saperi.¹³

È anche su questi problemi, sulla disponibilità ad affrontarli senza preconcetti che si gioca la fisionomia di una scuola consapevole della contemporaneità e non vittima di questa e perdente, proprio quando fa di tutto per misconoscerla.

Il Kit della comunicazione

Com'è fatto.

La definizione di Kit che troviamo sul dizionario può esserci utile.

Analizzando le parole che la compongono è possibile infatti raccontare sia la filosofia di fondo che lo ha ispirato e che lo anima, sia la possibilità d'uso che la sua composizione ed organizzazione potrebbero suggerire.

- **KIT:** *insieme di pezzi per poter montare o eseguire da soli un qualsiasi manufatti.*¹⁴

Dunque un'insieme di pezzi. Effettivamente quando si è pensato ad uno strumento che provasse a rappresentare l'insieme - o almeno una parte significativa - del fenomeno comunicativo della società odierna, si è ritenuto indispensabile riservare a ciascun linguaggio uno spazio di riflessione e di proposta didattica specifico pur pensando all'interno di un insieme.

Per questa ragione si è pensato ad un kit composto da moduli monotematici dedicati ad uno specifico linguaggio.

I moduli realizzati sono pertanto:

TV;	Fumetto;
Pubblicità;	Musica;
Cinema di animazione;	Edutainment
Cinema;	

Ciascuno di questi è articolato al suo interno in tre parti, distinte, ma complementari. Una sintesi relativa al "peso specifico", alle forme, ai significati che questo linguaggio è venuto assumendo nel contesto sociale e culturale dal momento in cui si è affermato come tale ed ha cominciato a giocare un ruolo significativo nel panorama comunicativo. In alcuni casi la storia di un linguaggio si intreccia con quella degli altri: è il caso del cinema che subisce dall'avvento della televisione un significativo ridimensionamento del pubblico, così come la televisione subisce notevoli "provocazioni" dal sistema delle televisioni, e successivamente dalla interattività garantita dal personal computer nelle sua ampia gamma di proposte multimediali.

Una breve riflessione sulle componenti che potremmo chiamare "grammaticali" e "sintattiche" che contraddistinguono il linguaggio a cui il modulo è dedicato.

Gli elementi così messi in evidenza costituiscono gli ambiti, le possibilità e i meccanismi di funzionamento. Conoscendoli è più facile provare ad utilizzarli in una dimensione produttiva, soprattutto se supportati (ed il riferimento è qui alla terza parte) da suggerimenti, indicazioni, esem-

plificazioni in una sequenzialità didattica. Pensando alla fruizione di un modulo anche indipendentemente dagli altri si è ritenuto opportuno ripetere la descrizione degli elementi comuni a più linguaggi.

È il caso del discorso sulle diverse tipologie di inquadratura, ripreso nei moduli relativi al Fumetto, al Cinema e al Cinema di animazione. O anche dell'analisi dei "cartoni" e della pubblicità televisiva, presente (seppure con tagli diversi) nel modulo TV oltre che in quelli dedicati in particolare a questi linguaggi.

Nella terza parte, invece, vengono proposti agli insegnanti possibili itinerari da seguire con i bambini e i ragazzi che dopo una tappa dedicata all'analisi, orientano e definiscono secondo coordinate metodologiche e didattiche i passaggi necessari per passare dalla fase di riflessione alla fase di produzione.

In qualche caso il passaggio alla fase produttiva risulta maggiormente a portata di mano degli insegnanti e della scuola, in altri diventerà importante il coinvolgimento di professionalità e tecnologie esterne.

Se Accostando idealmente i diversi moduli è possibile rintracciare, proprio grazie all'organizzazione dei loro contenuti in tre parti, alcuni percorsi trasversali. Riferen-

doci, per esempio, alla "storia culturale" dei linguaggi, possono diventare interessanti le comparazioni ed i confronti per scoprire la specificità, ma anche gli intrecci che nel corso del tempo si sono determinati, consolidati fino a costituire l'articolata combinazione multilinguistica che caratterizza la multimedialità.

Ma è anche possibile, per esempio, indagare con attenzione la relazione esistente tra la produzione e fruizione dei palinsesti televisivi ed i modelli di vita e di consumo proposti dalla pubblicità.

Quanto alla tecnologia digitale - alla quale è stato riservato un modulo specifico - oltre che avere l'occasione di praticare modelli interattivi che annullano distanze e tempi per la loro copertura, di impadronirsi maggiormente sia dal punto di vista concettuale che da quello operativo, di un'idea di personal computer come strumento che "guidiamo" piuttosto che come tiranno che "ci guida", sarà possibile rendersi conto del peso di trasformazione che ha avuto, e che, nei modelli di produzione e fruizione musicale.

Come utilizzarlo.

Vale la pena di premettere che i destinatari primi del kit non sono i bambini ed i ragazzi bensì gli insegnanti. Starà a loro sce-

gliere che cosa di quanto viene proposto è opportuno condividere con il loro gruppo classe e come farlo.

Per quanto, poi, riguarda l'età dei ragazzi con i quali i percorsi proposti possono essere utilizzati, possiamo dire che, al di là delle indicazioni relative al target di riferimento in qualche modulo indicate, rimane importante il lavoro di scelta e di adattamento che ogni insegnante potrà realizzare. Ho già accennato alla possibilità di utilizzare le proposte contenute nel kit sia separatamente, sia collegate tra loro. La scelta di della direzione da seguire potrà quindi essere suggerita da variabili diverse, che possono riguardare la maggiore familiarità dell'insegnante con uno dei linguaggi oppure il determinarsi di un nucleo di interesse nel gruppo classe oppure, ancora, l'entità, in termini quantitativi e qualitativi, delle risorse disponibili per passare anche alla fase di "produzione linguistica". L'organizzazione dei moduli intende favorire l'uso anche da parte di insegnanti che non posseggono competenze speciali o specialistiche su un determinato linguaggio. E' sufficiente un buon grado di curiosità e di interesse ad approfondire alcune conoscenze di base attraverso la parte storico-teorica che può fornire all'insegnante una prima

cornice di riferimento da cui procedere verso eventuali ulteriori approfondimenti.

E veniamo adesso al posto che il kit può avere all'interno del progetto di lavoro di un insegnante o di un team di insegnanti (non è affatto da trascurare l'eventualità che più insegnanti, ciascuno con il punto di vista caratteristico della propria disciplina, progettino insieme una modalità d'uso integrata del kit e delle sue proposte).

Ci potrebbe essere un uso del kit un tono minore, ritenendo cioè i contenuti ed i percorsi a questi relativi, scarsamente integrabili con gli impianti curricolari e poco rilevanti ai fini delle competenze che la scuola si assume la responsabilità di far raggiungere ai ragazzi.

Pur legittima questa lettura dello strumento porterebbe ad utilizzarlo in modo "marginale", "opzionale", "come riempitivo", sottraendogli molto dell'appeal, del significato culturale e della carica di contemporaneità che potrebbe invece portare nel gruppo classe e nella scuola.

Al contrario, mi pare che questo strumento, carico di limiti ma anche di informazioni e di suggerimenti preziosi, potrebbe intercettare i percorsi curricolari più consueti e ormai consolidati in modi molto produttivi.

Un'intercettazione che nulla avrebbe di arbitrario perché da un lato porterebbe in evidenza l'esperienza di intercettazione dei "saperi scolastici" con i parametri di un "sapere quotidiano" che ha subito e sta subendo grosse destabilizzazioni rispetto a certezze ritenute granitiche. D'altro lato, consentirebbe probabilmente di compiere una rivisitazione dei saperi della scuola, dandone una nuova definizione e producendone nuove narrazioni alla luce degli strumenti linguistici e concettuali che caratterizzano questo momento storico.

Sarebbe possibili, inoltre indagare da vicino lo stretto intreccio tra forma e contenuto presente in questi nuovi strumenti linguistici o, per riprendere una formula felici e profetica di Marshall Mc Luhan, tra medium e messaggio.

Con questo non si intende certo suggerire una rincorsa della contemporaneità; al contrario si propone di restituire alla scuola la sua funzione di deterrente nei confronti di un uso e consumo sregolato d'informazioni, chiedendole di proporsi come "laboratorio permanente di pensiero".

Un laboratorio nel quale pare potersi significativamente ed utilmente collocare uno strumento come il kit dei linguaggi, sufficientemente definito ma non concluso,

percorribile in molte direzioni ed a più livelli, disponibile ad essere "riscritto" dai e con i ragazzi, grazie ad attività di ricerca e di tipo laboratoriale.

Parlavo prima di un kit riscrivibile da e con i ragazzi. Questo mi pare possibile per almeno due ragioni:

- è assai probabile che, soprattutto rispetto ad alcuni linguaggi, i bambini ed i ragazzi mettano in campo, dal momento che ne sono frequentatori assidui, conoscenze e competenze significative, capaci di arricchire ed approfondire l'analisi o la storia, soprattutto quella più recente, che viene proposta;
- la velocità con cui muta l'universo comunicativo, nella fisionomia dei suoi fenomeni così come nella progressiva "sofisticazione" tecnologica dei suoi linguaggi e dei suoi significati, rende le analisi e le esemplificazioni rapidamente "superate". È grazie a "quello" che verrà portato a scuola che il kit sarà sottoposto ad un'aggiornamento periodico, un po' come accade ai sistemi di protezione dai virus dei nostri personal computer.

Ho utilizzato più volte, nel corso dei miei ragionamenti, la parola "didattica" e ritengo opportuna, a questo proposito, qualche precisazione.

La parola "didattica" rimanda immediatamente ad una pratica d'insegnamento-apprendimento opportunamente organizzata, guidata, funzionale al raggiungimento di risultati misurabili. Nel caso del kit questa lettura della parola "didattica" ne fornirebbe una visione riduttiva e comunque molto lontana dalle intenzioni che lo hanno ispirato.

La terza parte di ciascun modulo può essere chiamata didattica perché contiene percorsi chiaramente definiti ed orientati, riferiti ad uno specifico ambito di indagine e di esperienze.

Il punto di arrivo che ci si propone non si accontenta della conquista di informazioni ulteriori relative a questo o quel linguaggio. La scommessa punta più in alto: nutrire la capacità di pensare dei ragazzi, farla crescere e renderla più sensibile anche

rispetto a meccanismi d'immersione nella contemporaneità, ai quali siamo forse abituati ad abbandonarci con eccessiva disinvoltura e fiducia.

Molto dipenderà, per l'esito di questa scommessa, dal livello di condivisione che riceverà dagli insegnanti e dai ragazzi. Per rimanere nella metafora con la quale abbiamo iniziato la nostra riflessione possiamo ribadire che il kit si propone come una finestra sulla contemporaneità e i suoi linguaggi; la vivacità dello sguardo che da questa incontrerà la realtà, la linea dell'orizzonte che ne determinerà la profondità e - con essa - primi e secondi piani, visioni di insieme e dettagli dipenderà da chi vorrà affacciarsi a questa finestra e da come lo farà.

Piero Sacchetto
Coordinatore scientifico

Note:

- 1 I percorsi proposti nei due moduli riferiti a questi due linguaggi, così come quelli relativi al cinema ed al fumetto, costituiscono un esempio di "prodotti" che, progettati ed utilizzati in un Centro di Educazione ai Consumi, possono ora essere proposti ad una fruizione più ampia. L'esperienza che ha consentito la costruzione dei percorsi, oggi proposti per la diffusione, è quella della Testa per Pensare, nata più di quindici anni fa a Bologna grazie ad una convenzione tra il Comune di Bologna (in specifico l'Assessorato all'Istruzione) e l'allora Coop Emilia Veneto (oggi Adriatica). Il Centro di Educazione ai consumi LA TESTA PER PENSARE, è nato per dare in qualche modo continuità e stabilità all'iniziativa, svoltasi sempre a Bologna, delle Giornate dei Giovani Consumatori, e si è collocato, fin dai suoi esordi, all'interno di un progetto cittadino di più ampio respiro, il Progetto Scuola-Territorio, che ha previsto l'istituzione di aule didattiche all'interno dei musei e delle istituzioni culturali cittadine. La mission fondamentale del progetto era, ed è, quella di offrire alle scuole della città e della Provincia delle occasioni formative organizzate raccordabili con l'impianto curricolare. La testa per pensare, con la sezione comunicazione (comprendente percorsi didattici su Fumetto, Pubblicità, Cinema di Animazione e Cinema) ha consentito, nel sistema complessivo delle aule didattiche della città, un utile ed importante sguardo sull'universo della comunicazione e sui suoi linguaggi. Uno sguardo che ha potuto andare al di là delle fasi di analisi, più o meno lunghe per passare a quello della produzione, produzioni di immagini animate, produzione di spot con la collaborazione, nella fase di ripresa e di montaggio di professionisti capaci di garantire ai ragazzi prodotti significativi anche dal punto di vista della qualità tecnica. All'interno della Testa per Pensare, così come nelle altre aule didattiche lavorano oggi sette insegnanti comunali di scuola elementare, provenienti dall'esperienza del tempo pieno, che hanno fruito di percorsi formativi specifici sia sui contenuti pedagogici che su quelli tecnici.
2. Ingenuo sarebbe pensare ad una sorta di effetto automatico del tipo: esperienza produttiva-riduzione della "dipendenza televisiva" dei bambini. La quantità e qualità del tempo passato dai bambini davanti alla televisione, rinvia a ragioni più complesse che chiamano in causa non solo il bambino, ma la rete di relazioni e di opportunità di impiegare il tempo che gli vengono fornite. Così come il suggerimento pubblicitario ad indossare vestiti od accessori firmati non può essere neutralizzato con una semplice operazione di smontaggio e di riflessione sui tratti caratteristici di uno spot televisivo ed una successiva produzione di uno spot. È vero però che ragionare con i ragazzi sugli aspetti di forma e di contenuto di un linguaggio e consentire loro di provare ad utilizzarlo con il rigore e la coerenza che ne fa un "genere" o un "mezzo espressivo specifico" può rappresentare una significativa esperienza di interazione tra uno sguardo dell'adulto sulla realtà e quello dei bambini e dei ragazzi, che li arricchisce entrambi.
- 3 Zygmunt Bauman, *Modernità liquida*, Bari, Laterza, 2000 Di grande utilità ed interesse può rivelarsi l'approfondimento dell'approccio di Bauman con la lettura di altri suoi lavori. In particolare:
Zygmunt Barman, *La società individualizzata*, Barman, Il Mulino, 2000
Zygmunt Bauman, *Dentro la globalizzazione. Le conseguenze sulle persone*, Bari, Laterza, 2002
Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 4 Zygmunt Bauman, *Modernità liquida*, Bari, Laterza, 2002
- 5 Zygmunt Bauman, *Modernità liquida*, Bari, Laterza, 2002
- 6 Marc Auge', *Non luoghi. Introduzione ad una antropologia della surmodernità*, Eleuthera, 1993
Si veda anche: M. Auge', *Disneyland e altri nonluoghi*, Torino, Boringhieri, 1999
- 7 Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 8 Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 9 Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 10 Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 11 Zygmunt Bauman, *La società sotto assedio*, Bari, Laterza, 2003
- 12 E. Morin, *La Testa ben fatta. Riforma dell'insegnamento e riforma del pensiero*, Milano, Cortina, 2000
Si veda anche E. Morin, *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Milano, Cortina, 2001
Sul modello costruttivista nell'insegnamento, la sua storia, le sue implicazioni metodologico didattiche, il suo intreccio con le nuove tecnologie, risulta assai utile, per non perdersi nella sconfinata bibliografia il contributo di Antonio Calvani, *Costruttivismo, progettazione didattica e tecnologie*, versione HTML, sul sito www.scform.unifi.it
- 13 Si veda R. Maragliano, *La scuola dei tre no*, Bari, Laterza, 2003
- 14 Enciclopedia Zanichelli

Note biografiche sugli autori

Pierfrancesco Pacoda, critico musicale e saggista, si occupa dell'evoluzione caotica delle culture giovanili. Scrive per L'Espresso, Manifesto e Carnet. È caporedattore di Hot.

Alessandro Rabbone, maestro di scuola elementare dal 1976. Si occupa di multimedialità nella didattica, in particolare di bambini e giochi al computer ed ha condotto diverse sperimentazioni sull'utilizzo delle tecnologie nella scuola. Dal 2000 è comandato presso l'IRRE Piemonte ed è responsabile dell'area relativa alla formazione on line.

Silvia Manca, insegnante di Educazione Musicale e violino nella scuola dell'obbligo. Si occupa di didattica musicale ed è autrice di testi e sussidi musicali per la scuola primaria e dell'infanzia.

Diamanti M. Francesca
Domenicali Mirella
Guerra Gabriella
Passarini Tiziana

Insegnanti comunali presso l'Aula Didattica "La Testa per Pensare" del Comune di Bologna in convenzione con Coop Adriatica.

Da molti anni lavorano quotidianamente con classi elementari, medie e medie superiori delle scuole di Bologna e Provincia, sperimentando percorsi tematici sui diversi linguaggi dell'immagine.

Svolgono attività di consulenza e formazione per insegnanti dei vari ordini di scuola e per studenti universitari.

Carlo Infante (carlo@teatron.org) opera come esperto di teatro e nuovi media, di tecnologie per l'apprendimento e nella qualità di consulente e ricognitore delle forme della trasformazione culturale in relazione all'evoluzione digitale.

Insegna, come professore a contratto, in diverse Università ed agenzie formative, pubbliche e private.

Franca Mazzoli, pedagoga, si occupa di formazione del personale educativo, con particolare riferimento all'area dei linguaggi all'area della comunicazione non verbale. Collabora a diverse riviste di settore ed è autrice di numerosi saggi e pubblicazioni.

Piero Sacchetto, pedagoga, psicologo e psicoterapeuta svolge attività di formazione con educatori e insegnanti. È esperto di documentazione educativa e dei processi comunicativi con particolare riferimento ai linguaggi non verbali.