



Corso di formazione all'uso dei mezzi di comunicazione sociale

Sabato 10 novembre 2007, ore 15

Tv e Internet: i minori e i mezzi di comunicazione

Relatore: Giovanni Baggio

Appunti non rivisti dal relatore
Redazione di Riccardo Dellupi e Paola Chiesa

Indice

Riassunto.....	1
1 Introduzione.....	1
2 Chi c'è in casa? I media nella nostra vita casalinga quotidiana	2
3 Come si accede al mondo? I media e la percezione della realtà.....	3
4 Di cosa abbiamo bisogno? Le proposte della tv e i reali desideri dei giovani.....	5
5 Che effetti provocano i media sui ragazzini?.....	6
6 Conclusione: alcune sfide che ci coinvolgono	7
7 Dibattito.....	8

Riassunto

Televisione, computer, *playstation*...: la lettura dei dati statistici ci mostra che le nostre case sono diventate vere e proprie “centrali della tecnologia comunicativa”, nell'uso dei quali i bambini e gli adolescenti sono abilissimi, ma privi di senso critico. Gli adulti hanno il compito di vegliare sull'uso dei media, valutandone pro e contro all'interno di una comprensione dei loro effetti sull'umanità dei loro figli, che hanno riflessi legati alla percezione della realtà, al rapporto con essa, alla socializzazione, in cui l'uso dei media svolge ruolo di compensazione a bisogni insoddisfatti di relazioni con adulti significativi e amici. Una sfida, da affrontare con spirito costruttivo, crescendo in consapevolezza e competenza, per riuscire a coniugare contemporaneità e umanità.

1 Introduzione

È per me sempre occasione preziosa parlare di minori (si definiscono minori i bambini e i ragazzi che non hanno ancora compiuto il diciottesimo anno di età) e mezzi di comunicazione, di cui mi occupo da molti anni in quanto responsabile Lombardia dell'Ai@rt (Associazione spettatori Onlus, associazione che ha un sito Internet). Faccio parte anche della Commissione tv e minori presso il Ministero delle comunicazioni sociali. Un lavoro molto impegnativo e serio, che non sempre dà i risultati che vorremmo, perché il mondo dei media è difficile, a causa dei grandi interessi da cui è dominato. Siamo come un piccolo Davide davanti a Golia, e dobbiamo cercare di tirare... il sasso giusto!

Parliamo di tv e Internet, anche se gli ultimi dati ci dicono che il consumo di tv è maggiore rispetto a quello di Internet. Guarderemo a questi media prestando particolare attenzione al ruolo che hanno all'interno delle relazioni familiari, per dare spessore antropologico alla nostra analisi. Il punto non è assegnare colpe e meriti ma capire le scelte messe in campo dalla società e dalle famiglie per arginare il problema. Tutti possiamo fare qualcosa: prendere consapevolezza e seminare in giro qualche dubbio sul rapporto tra bambini e media, ad esempio. Sarebbe già una grande conquista Un'indagine - dalla quale è poi nato il libro *Mamma, posso guardare la tv?* - mostra che per molti genitori il problema "bambini e media" non esiste, anzi, alcuni pensano che sia bene che i bambini affrontino da soli il mondo dei media. Per questi genitori i media sono un mondo neutrale, senza implicazioni nocive nei confronti dei bambini. Non è l'opinione dell'Ai@rt, ovviamente.

Che cosa fa la società per fronteggiare il problema? Alcuni esempi: lo strillo scandalizzato dei preti, i divieti totali dell'uso dei media in alcune famiglie. Sono interventi disorganici e non adeguati.

Invece bisogna riflettere sul problema, per trovare soluzioni e misure intelligenti.

2 Chi c'è in casa? I media nella nostra vita casalinga quotidiana

Cominciamo a pensare ai mezzi di comunicazione che si trovano nelle nostre case. La tecnologia ha progressivamente popolato, o forse è meglio dire ha invaso, le nostre abitazioni. Per 3.000 anni la forma principale di comunicazione è stata quella mediata dall'alfabeto, ma poi c'è stato un crescere vertiginoso di strumenti, che probabilmente sottintende un bisogno dell'uomo: il bisogno di comunicare e l'illusione che con questi strumenti si possa farlo. Occorrerebbe, però, riflettere se veramente questi strumenti ci consentono di comunicare e in che modo. Il *Direttorio sulle comunicazioni sociali* della Cei parla delle case come di "centrali della tecnologia comunicativa". In queste case i genitori non possono essere impreparati, ma devono essere in grado di interagire con i figli, affinché imparino a gestire responsabilmente e con senso critico i media. Parole semplici per descrivere un compito che facile non è. Non si tratta solo di insegnare alle persone come si usa la tecnologia. È un obiettivo più completo di educazione, di attribuzione di senso alla tecnologia e di come si può usarla per comunicare e cosa comunicare con essa. Per gli adulti non si tratta di diventare capaci quanto i bambini a usare le tecnologie – non ci riusciremo mai! – ma cercare di capire che senso ha per l'umanità del bambino e dell'adulto usare questi mezzi di comunicazione: è un'operazione neutra o cambia qualche cosa? Benedetto XVI ha dato, nel suo ultimo messaggio per le comunicazioni sociali, compiti a operatori, genitori e insegnanti perché si adoperino nel campo dell'educazione ai media. Un catechista, ad esempio, che non si ponesse questo tipo di problemi e non tematizzasse le differenze di fruizione mediatica sua e dei suoi ragazzini non riuscirebbe a capire molti aspetti della loro vita. Molti bambini abitano un "ciberspazio", che li fa muovere nello spazio e nel tempo con un semplice click. Questo fa maturare in loro un altro concetto del viaggiare e del muoversi. Sono soggetti deboli, questi bambini, non perché non sappiano usare questi mezzi, anzi, sono maestri in questo! Il problema non è l'addestramento. Sono deboli perché non sono in grado di collocare questi strumenti in un progetto di vita e nel senso dell'umano. Si fanno usare

dalla tecnologia, mentre la usano. Questa è una grande sfida che non si può ignorare. *Repubblica* ha pubblicato recentemente (31 ottobre e 5 novembre 2007) un servizio dedicato ai danni strutturali che provengono dall'uso sconsiderato dei media da parte dei minori.

Quando si parla di danni strutturali non si parla solo dell'ingrassare perché fermi davanti alla tv, della difficoltà a concentrarsi, ma per molti altri danni. I bambini sono circondati dai media. La tecnologia fa parte del loro mondo: cellulare, mp3, ipod, videogiochi sono cose importantissime per loro, come per noi era andare all'oratorio o giocare con le figurine. Chi tra loro ha l'ultimo prodotto tecnologico è il più bello... Ne sono anche prigionieri, però... Charmet, nel *testo Adolescenza, istruzioni per l'uso*, dice: «i ragazzi sono nella rete perché non hanno sufficiente perizia per sapere che uso fare della tecnologia. Credono di farne uso, ma ne sono usati, con guadagni economici pazzeschi per i produttori».

3 Come si accede al mondo? I media e la percezione della realtà

La nostra generazione è arrivata al rapporto con il mondo attraverso la famiglia, poi la scuola, e infine i media. Fino agli anni '70, faceva ingresso nelle case sola la tv nazionale con programmazione molto rigida, dalle 16 alle 21. Era la tv di Bernabei, funzionale al ruolo della famiglia e della scuola. Da allora in poi, e con l'avvento della tv commerciale, le gerarchie nei ruoli si sono invertite: prima la televisione, poi la scuola, poi – forse – la famiglia. Con famiglia a scuola che sono state sempre più indebolite nel tempo. Facciamo una prima serie di riflessioni.

I media non dispiacciono ai ragazzi. Se disturbo mia figlia mentre guarda la tv, lei si arrabbia, ad esempio. I giovani usano molto i media, forse perché non ci occupiamo abbastanza di loro, non hanno cose interessanti da fare. D'inverno i bambini stanno di più davanti alla tv, mentre d'estate fanno cose che ritengono più stimolanti: uscire e giocare con gli amici, andare a fare una passeggiata con i genitori ecc. Non dobbiamo colpevolizzare i genitori: lavorano non per arricchirsi, ma per arrivare alla fine del mese. E nel frattempo – questo è il problema – qualcuno approfitta di quest'assenza. Ma c'è, alla base, un motivo per il quale tutte queste attività possono essere sostituite dalla televisione: il codice espresso della tv attira i ragazzi, il linguaggio dei media ha fascino, li incanta, come sempre accade quanto più un messaggio è curato nella forma. Attira il movimento che appare sullo schermo (una cosa che ci cattura nel nostro essere ancestralmente cacciatori: il movimento ci attira spontaneamente). Pensate alla pubblicità: sono prodotti bellissimi, in 25 secondi ci mostrano tutta la vita, in 30 sequenze. Mi immagino quelle povere maestre che devono iniziare la lezioni alle otto del mattino, dopo che i ragazzini si sono già “sparati” mezz'ora di cartoni animati. Per catturare la loro attenzione dovrebbero saltare la corda, arrampicarsi sui muri e smontarsi e rimontarsi. A scuola non si può fare *zapping* come con la tv. Come non si può cambiare la vita con il telecomando per modificare le persone con cui abbiamo a che fare: la moglie, i figli ecc. «I nostri ragazzi sono deconcentrati» – dicono sempre gli insegnanti e i genitori. E i ragazzi: «Preside, ma come è noiosa la lezione!». Cosa si può fare? Il codice della tv è studiato per essere attrattivo, ed è sovraccarico: immagine in movimento, colori, musica... Questo deve interrogarci sul fatto che noi, come strumentazione, abbiamo gesso e lavagna (al massimo il pennarello), siamo ancora all'età della pietra! C'è anche il problema legato alla semplicità: i bambini non sono abituati a ragionare

costruendo dei nessi di causa ed effetto. Perché sono abituati a fare un *click* e arrivare ovunque. Noi, della generazione precedente, abbiamo fatto molta fatica per studiare, trovare le informazioni, imparare. Avere tutto a disposizione con un *click* è comodo, ma è una scorciatoia mentale, che rende pigri e riduce le competenze necessarie. Con computer e cellulare bisogna fare un po' di fatica, ma con la tv ogni operazione è ultra semplice: non devi nemmeno conoscere i numeri, ma solo schiacciare il bottone del "+" e del "-". La semplicità della tecnologia induce al consumo di tecnologia e ci fa dimenticare che la conoscenza richiede impegno, fatica. Uno scrittore dice che l'uomo diventerà fatto di solo occhi, *homo videns*, non *sapiens*. Con l'illusione che basti guardare, vedere una cosa, per averla capita, per conoscerla, convinzione tipica delle nuove generazioni. Sono cose su cui è bene vigilare, mentre su altre si può soprassedere. La potenza dell'immagine è tale che ti accade di stare davanti allo schermo a lungo, ma senza riuscire a ritenere molto di ciò che è stato trasmesso attraverso le parole, tanto ci catturano le immagini. La tv è lì, pronta e disponibile, come un frigorifero colmo di cibi: alla fine mangi anche se non hai fame. La presenza della tv in casa è di per sé motivo di consumo, a cui non sempre si riesce a resistere; ed è così anche per il cellulare in tasca o l'*ipod*: la presenza di tecnologia induce il suo consumo. La geografia della casa è costruita in funzione dell'uso dei media: fino a poco fa (ora c'è lo schermo al plasma...) c'era buco per la tv in tutti i mobili. La presenza della tv determina anche la distribuzione dei poteri in casa: chi può dire cosa si vede la sera in tv è il capofamiglia, anche se ha tre anni.

All'inizio della mia chiacchierata, dicevo che non occorre prestare eccessiva attenzione a Internet. Non perché non sia importante, ma perché la tv la fa ancora da padrone. Dal 2.000 al 2.005 il consumo dei minori è cresciuto dal 95 al 96% circa, con uno strapotere della tv, pur con una crescita degli altri media, ha visto un aumento del 5% in più di chi la usa tutti i giorni, l'87% da 3 a 5 anni, e 96% per i più grandi.

Il rapporto tra tempo libero e uso dei media: un ragazzino in totale ha circa 4 ore e mezza di tempo libero. Nel quale: il 30% guarda la tv, il 20% studia, il 16% esce, il 12% gioca in casa, il 7% gioca in oratorio 7% e il 2% usa il computer (quindi è poco usato), il 2% legge giornali o libri.

Che cosa si usa nelle nostre famiglie? Un'indagine del Censis mostra risultati interessanti. La tv tradizionale ha avuto un cambiamento di consumo: dopo la punta del 2005, ha perso 6 punti in un anno, con una crescita della tv satellitare, un po' di flessione di tv digitale. Cellulare in crescita, e la radio con una flessione. I quotidiani hanno avuto un recupero: la gente sta ricominciando a leggere, anche i giornali. Internet è cresciuto dal 22 al 28%.

In Europa, le cose sono un po' diverse. La tv tradizionale in Germania è al 60%, in Inghilterra i libri sono al 65% e Internet al 51,9%. Una situazione un po' arretrata, quindi, in Italia, dal punto di vista del consumo dei media: c'è una massa ancora significativa di consumatori esclusivi di tv. Sono famiglie che hanno accesso al mondo solo attraverso questo media, e producono un orizzonte di senso su questo medio. Quasi 5.000.000 di persone sono – tra l'altro – ancora analfabeti. Riuscire ad interfacciare il mondo dei genitori su queste tematiche non è sempre facile.

Chi si occupa prevalentemente di tv che cosa cerca nel rapporto con gli altri media? Una certa percentuale ci va per informarsi, come il giovane che deve fare una tesina per la maturità con il "copia e incolla", va in Internet per informarsi e approfondire, il che è una ragione incoraggiante. Ma molti ci vanno per relazionarsi (il 60%), e questo è più preoccupante; il Censis ha tastato anche il grado di soddisfazione che ottengono, e il risultato è che gli utenti – che comunicano via *chat*, con

questa forma di relazione artificiale – provano grande soddisfazione, e ciò spiega la sua diffusione. Pochi usano la tecnologia Internet per le scelte dei propri acquisti, cosa di cui i pubblicitari tengono conto.

Alla fine della scuola elementare i bambini hanno visto mediamente tantissimi omicidi e atti di violenza in tv.

Tra i 12 e i 14 anni c'è un grande incremento di consumo televisivo. È il consumo di chi secondo noi preferirebbe andare da altre parti.

Chi guarda la tv, che cosa guarda? Cartoni, varietà, sport, musica, film e cultura, informazione (più le ragazze), intrattenimento, fiction. I film sono i più visti.

Come i nostri ragazzi entrano in contatto con la realtà? L'uso dei media è prevalente per l'accesso al mondo. È anche una questione di tempo disponibile: per la scuola 200 giorni per 6 ore, la famiglia 3 ore per 365 giorni (le altre ore sono quelle del sonno, non familiarmente utili, per la relazione). Su tutti la vince nettamente la presenza dei media. Una cosa che come genitori ed educatori non dobbiamo accettare supinamente: dobbiamo far sì che la mediazione di senso del mondo non sia lasciata al caso, ma che la famiglia possa fare la sua parte, esercitando una sorta di funzione di tutoraggio.

Chi possiede cosa? Una ricerca sociologica sui “bambini multimediali” mostra che c'è rapporto proporzionale tra il reddito e numero di videogiochi e televisori. E quanto uno è più sociologicamente deprivato, tanto più cresce l'illusione che i media colmino questo vuoto. Maggiore è il numero dei figli, maggiore è l'uso di tecnologia: forse per l'iniezione di novità e carica di curiosità che questo genera. Le famiglie culturalmente svantaggiate sono quelle che favoriscono l'uso del televisore in camera: di fronte al papà che dice che non ci capisce niente, il bambino sequestra la tv e gli altri strumenti tecnologici e se li usa lui. Nelle famiglie svantaggiate si usa il computer solo per divertirsi, in quelle più colte, per imparare. Qui vediamo che il nucleo in cui il personaggio è inserito cambia notevolmente le cose: un ragazzino posto davanti a un video non si comporta allo stesso modo se la famiglia intorno ha un atteggiamento diverso.

4 Di cosa abbiamo bisogno? Le proposte della tv e i reali desideri dei giovani

Di cosa abbiamo bisogno? Vi racconto due storie. La prima è ambientata ad Agrigento e ha per protagonista una maestra che chiede ai suoi alunni di svolgere la seguente traccia: “Che cosa vuoi fare da grande?” Una bambina scrive una riga: «Da grande voglio fare il televisore». La maestra allibita chiede una spiegazione. La risposta della bambina è la seguente: «così il mio papà mi guarda». Non è che parlando di mezzi di comunicazione abbiamo perduto il senso di cosa vuol dire comunicare? I nostri ragazzi consumano molta tecnologia comunicativa, ma sono protagonisti o semplici fruitori di comunicazione? Quindi non è solo una questione di storia della tecnologia, ma occorre anche interrogarsi sul significato umano della tecnologia. Occorre vigilare sul fatto che forse la tecnologia ci fa perdere il senso di chi siamo. Se molti ragazzi sono soddisfatti nel comunicare in *chat*, il problema forse è che hanno perso il senso del comunicare.

L'altra storia si intitola “Gambarotta contro *Tom e Gerry*”. Bruno Gambarotta, tra le altre cose, è un nonno, al quale hanno chiesto di raccontare a dei ragazzini una fiaba. Durante il suo racconto

sono stati contati i movimenti delle loro palpebre, movimento che se è frequente è indice di noia. La stessa osservazione è stata poi effettuata sugli stessi ragazzi davanti allo schermo, mentre si proiettava un episodio del cartone animato di *Tom e Gerry*. Risultato del match: Gambarotta vince 4 a 1 su *Tom e Gerry*. Vuol dire che i nostri ragazzi non hanno un'alternativa interessante e coinvolgente, come ad esempio un nonno che gli legge una fiaba relazionandosi con loro, vanno bene anche i cartoni animati. Occorre tenere viva l'istanza del senso della comunicazione umana.

A Sassari hanno fatto un'indagine interessante sui preadolescenti delle scuole medi: cosa vorresti fare nel tuo tempo libero? Il 30% risponde stare con gli amici e il 40% stare con i genitori. Circa i valori per loro importanti, rispondono: famiglia e amici. Quindi i media hanno importanza nella loro vita, a noi adulti è obbligatorio conoscerli e saperli usare per poterci avvicinare ai minori, ma stiamo attenti a non dribblare la vera domanda, una domanda affettiva: nella ricerca di comunicazione si nasconde una richiesta affettiva. Quindi, noi adulti, dobbiamo dare meno importanza all'addestramento tecnologico e maggiore attenzione alle relazioni.

È stata fatta un'indagine a Carbonia, per chiedere ai ragazzi se davvero la tv è il nuovo focolare domestico, e solo il 19% ha risposto di sì. Questo ci fa capire come percepiscono, nella giusta dimensione, questo strumento che pure usano moltissimo. Dunque, neanche questi ragazzi che vivono in una zona deprivata, non sono così scemi da pensare che la tv possa dare un senso alla loro vita familiare.

Mi sorge spontanea una domanda: gli adolescenti consumano molta tv, tanto che molti si danno da fare per produrre prodotti che soddisfino i loro gusti. Questi stessi adolescenti, però, tra le loro priorità mettono altro rispetto ai media. C'è qualcosa che non torna: un grande consumo, ma altri desideri, grandi aspettative. Allora ci sono delle attese frustrate, con desideri che vanno da un'altra parte, ma se trovano il vuoto, si accontentano di quello che c'è. E allora, ad esempio, guardano Maria De Filippi che è un'ottima intercettatrice di "tumulti adolescenziali": interagire e mettersi in mostra. In realtà, come risulta da un'indagine sui bambini attori in tv, i minori provano una noia mortale: pochissimi sono soddisfatti di quello che hanno fatto, mentre sono felicissimi e divertitissimi gli adulti che vedono i bambini in tv. Ad esempio le "paperissime" che ci fanno ridere sulle malefatte, più o meno, volontarie dei bambini inconsapevoli. Non per demonizzare qualche piccolo sorriso, ma se tutte le domeniche sere per mezz'ora vediamo queste cose, qualche interrogativo sorge.

5 Che effetti provocano i media sui ragazzini?

Che effetti provocano i media sui ragazzini? La violenza in tv lascia in loro delle tracce? Il video del bambino down picchiato dai compagni, apparso su Internet invita altri ragazzi a compiere azioni simili? Da Platone in avanti le strade si sono separate tra chi parla della mimesi, l'effetto di esempio che porta ad imitare ciò che si vede e sente, e chi parla di catarsi, come punte di eccesso che fanno passare la voglia di vivere con bruttezza. Un'indagine che abbiamo fatto mostra che non è così semplice fare un discorso serio e scientifico stabilire un effetto proiettile, un rapporto causa effetto chiaro. Anzi, scientificamente nessuno ha potuto dimostrare correlazioni chiare. Ma va anche detto che uno studioso ha affermato che non dipende tanto dalla fonte e da cosa essa comunica, ma soprattutto dall'ambiente, dal ricettore di un certo messaggio. Certe cose lanciate in un certo modo,

in un certo ambiente producono certi effetti. In un quartiere degradato è stato proposto un programma di *media education* rivolto a mamme analfabete. C'è voluto tempo, per smontare idee sui media e poi ricostruire percezioni diverse e consapevoli ma si è riusciti nell'intento: le mamme stesse hanno testimoniato il loro percorso, in modo commovente in una conferenza tenutasi alla fine dell'esperimento.

Repubblica ha pubblicato, in due inserti recenti, una ricerca che ci fa affermare che non occorre demonizzare i media, ma bisogna capire come interagiscono con gli ambienti in cui sono calati. Con il libro di testo eravamo obbligati a leggere e a capire, mentre se un motore di ricerca ti presenta un testo come meritevole di interesse su un argomento, sei indotto a fidarti e a non verificare. Non puoi farti usare dalla tecnologia, ma attribuire un senso a ciò che troviamo e al percorso che compiamo, sennò “nafraghiamo” in Internet, senza arrivare dove volevamo e senza capire dove stai andando. Scatta la domanda: sei tu che stai usando la tecnologia, o è la tecnologia che ti usa, ti comanda e ti spinge ad andare dove non vorresti?

Un docente universitario di Bologna ha detto che uno dei problemi che emergono da questo uso sconsiderato di Internet è la perdita della capacità di riflettere, la memoria subisce un'involuzione. Se chiedi a un 15enne i numeri di telefono che ha in rubrica non li sa, perché li ha nella sua memoria bensì in quella del cellulare. Chi fa scuola si accorge di questo: la memoria, non solo storica (tra me e Carlo Magno non passa molto tempo...), ma anche la capacità in genere di memorizzare: la mia memoria finisce dove inizia quella di *Google*. Ma la memoria è una caratteristica che ci rende umani. Consegnare a memorie digitali le nostre memorie ci trasforma in persone sempre più prive di memoria. Il problema è il tipo di relazione da stabilire con la tecnologia. È un problema che non è solo dell'uomo moderno. Nel *Fedro* Platone parla della pittura, che crea immagini che sembrano vive ma dicono sempre la stessa cosa, a differenza del maestro orale che ti racconta la realtà in molti modi diversi; così la scrittura, che parla a tutti. Anche il passaggio dalla cultura orale alla cultura scritta è stata una sfida che ha posto degli interrogativi.

La famiglia è ancora un luogo di comunicazione? Tutta questa comunicazione può rientrare in circolo nella famiglia? La gente – scrive Allan Bloom – mangia insieme, ma il vero problema è che non pensa più insieme: le famiglie spesso non pensano più qualcosa insieme, non tematizzano, non provano a confrontarsi e a discutere, anche animatamente. Fanno vita sociale insieme, ma ciascuno è lasciato al suo io, rimandato ad esso nella sua splendida solitudine. Un po' apocalittico (forse in America è peggio che da noi), ma spiega la difficoltà di dare senso all'uso della tecnologia.

6 Conclusione: alcune sfide che ci coinvolgono

Alcune sfide, anche per noi:

- *la unidirezionalità*, che in Internet si è in parte persa, ma con la tv è molto forte: io non sono solo consumatore di programmi, il mio statuto di persona è più ampio e complesso;
- *la differenza tra il virtuale e il reale*: pensate al tema della relazione; se i nostri giovani si relazionano molto *chattando*, insegniamo loro cos'è una relazione? Se non facciamo ciò, li consegniamo all'incapacità di relazionarsi nella realtà; il 65% dei ragazzi si relazionano con la *chat* e l'85% di questi sono pienamente soddisfatti; ciò dovrebbe porre un campanello d'allarme, osservandoli nel loro modo di relazionarsi, poi, nella realtà;

- *marmellata etica ed estetica?* Appiattimento totale, in cui chiunque può dire ciò che vuole (giusto, siamo in democrazia), ma occorre anche dare un giudizio di merito. La tecnologia ci dà immagine indifferenziata della realtà, unisex: Platinette e il Cardinal Martini sono uguali in televisione ecc. Come la piattaforma di Internet, indifferenziata grazie alla quale tutto ha diritto di cittadinanza;
- *la normalità, che noia! Siamo abituati all'iperbole:* con Internet, in un secondo, arrivi dove vuoi. Parlare di progetto non ha senso, perché sei abituato ad arrivare subito dove vuoi, senza conseguire un passo dietro l'altro per giungere ad una meta. Nel colloquio quotidiano tra adulti e ragazzi si rischia di usare parole con significati diversi;
- *una piolla sulle emozioni:* Aldo Maria Valli scriveva: forse la vera violenza in tv sta non tanto nel vedere morti ammazzati nei film, ma nell'accostare in un tg un fatto di cronaca nera ad un fatto di cronaca rosa. Non è violenza anche questa? Una scossa emotiva così forte nel giro di 40 secondi non produce delle conseguenze? E poi diciamo che i giovani non sanno più ascoltarsi: se le emozioni si alternano in maniera così fulminea, come si fa a interiorizzarle? Se leggi un libro hai tempi molto più lunghi per metabolizzare il messaggio. La cosa non è indifferente nella costruzione della persona. Come sviluppare l'attenzione alle emozioni in un mondo che non ti dà il tempo per poterlo fare?
- *produzione cosciente di modelli:* tv, radio, cinema, Internet sono strumenti di produzione culturale, e come tali con chi mette a disposizione degli altri contenuti hanno un piano editoriale, dietro cui ci sono delle scelte. Anche un libro ha dietro un piano editoriale, anch'io, nel mio modo di mostrarmi. Un piano editoriale a volte evidente, a volte più subdolo e difficile da decifrare.

Sono le sfide della nostra epoca, e gli incontri come questi sono occasioni per fare passi in avanti nella nostra consapevolezza su queste tematiche, senza essere né apocalittici né integrati, ma nella vasta possibilità intermedia, per porci in atteggiamento costruttivo per conciliare contemporaneità con umanità.

7 Dibattito

Don Silvio: il concetto di realtà che muta è causato dal numero esponenziale dei media. Abbiamo detto che la scrittura è stato un primo grande medium per fruire di un contenuto in uno spazio e in un tempo diverso da quello della sua produzione, creando un'esperienza reiterabile. Era il medium principe fino al secolo scorso. Ma poi con tv, radio ecc. le possibilità si sono ampliate. Ma con un medium interattivo o unidirezionale è molto diverso (vedi la differenza tra telefono e tv). Negli ultimi anni c'è stata una grandissima crescita di tecnologia. Il telefonino te lo porti sempre con te, come mezzo di comunicazione tascabile che ti permette di comunicare. È una cosa che va a rimodellare il senso della relazione. Le relazioni sono, oggi, sempre più legate all'uso di un medium. Prima c'era l'attesa dell'incontro, ora è spezzato da continue comunicazioni. Con un grande aumento delle relazioni, ma con l'impressione di comunicarci realtà sempre a nostra disposizione. Una realtà sempre più piatta ed appiattita, senza progettualità, con risvolti culturali

problematici, con una realtà virtuale che ti assorbe sempre più con percezione della differenza che sempre meno è percepibile quanto più la tecnologia è sofisticata.

Giovanni: le persone sono sempre meno abituate ad attendere. Sembra che esisti solo se sei recuperabile, se sei “connesso”. Se mi servi ti recupero nella mia memoria del cellulare e allora sei disponibile per me. Se gli altri sono percepiti come disponibili per me, il cellulare coltiva il delirio di onnipotenza e onnipresenza, per cui una persona si sente in dovere di essere sempre recuperabile dovunque, come Verdone che, in un film, risponde al cellulare anche quando è messo nella cassa da morto. Una possibilità che sembra una risorsa ma che è una sorta di follia, una perdita del senso del limite. È una cosa tremenda, sia per adulti che per i giovani, che perdono la dimensione del qui e ora, del progettare, del capire di avere compiuto un gesto grave anche se magari non c’era l’intenzione.

Pasqua Elisa: siamo di fronte a una irrazionalità che non è neppure colta come tale dai giovani che sono sganciati dalla realtà e sospesi in aria fino a combinarne di ogni colore senza capire neanche cosa fanno, senza relazione reale con l’altro.

Giovanni: idea che stiamo assistendo a sorta di premessa di una nuova umanità. Mi interrogo sul fatto che l’annientamento di differenze tra maschio e femmina, prima e dopo, buono e non buono, giusto e non giusto, coerente e incoerente rispetto a un progetto produca qualcosa di interessante in termini umani. Domandiamocelo.

Silvio: spazio alle differenze in modo indiscriminato. Dicono che non è solo maschio e femmina, e così anche tra bello e brutto. E tu sembri limitato, perché non c’è solo bianco e nero, mentre ci sono i toni di grigio.

Giovanni: e allora se non ti senti un po’ gay o ladro ti senti quasi un po’ sbagliato. Noi siamo relativamente al riparo, ma le nuove generazioni, i ragazzini, un po’ meno. In Spagna nei testi di educazioni civica propongono, grazie al governo di Zapatero (da lodare per molti aspetti ma non per questo), la famiglia come composta da un uomo e una donna, o da due donne o due uomini, indifferentemente. Che effetto può avere questo genere di confusioni sui giovani lettori?