

EDITORIALE

Le identità, le vocazioni e le deontologie perdute

3 | *Paolo Scandaletti***UCSI - SPECIALE CONGRESSO**

Giornalismo e comunicazione. Una domanda di senso e di verità'

5 | *Massimo Enrico Milone*

Dal Congresso una sfida per il futuro

6 | *Angelo Sferrazza*

La professione che verrà

9 | *Francesco Birocchi***STORIA, CULTURA E RICERCA**

Ricerca e formazione in Europa: la nuova frontiera del Bologna Process

14 | *Giorgio Dominese*

Il linguaggio del teatro: il più specifico, ricco e composito che esista

20 | *A. Tieni e G. Lojodice*

Osservatorio Giovani-Editori: il bilancio di un quinquennio

25

L'immagine come costruzione iperale del mondo

26 | *Andrea Pitasi*

Comunicare la ricerca. Il CIVR e la valutazione del sistema ricerca italiano

30 | *Andrea Lombardini*

Saxa Loquuntur. Ovvero la comunicazione nell'antichità

34 | *Raffaele Palmieri*

Blog e mass media: connubio possibile?

37 | *Igor Scognamiglio*

Il grande bluff del territorio nell'epoca della comunicazione globale

42 | *A. P.***TESI DI LAUREA**

Il video-terrore: immagini del terrorismo e opinione pubblica

45 | *Roberta De Luca*

L'identità dei settimanali diocesani nella prospettiva storica

46 | *Michela Cubellis***LEGGI DECRETI E REGOLAMENTI**

Uno sguardo in Parlamento...

48 | *Giuseppe Nucci***CONVEGNI E CONGRESSI**

Diritto di cronaca e tutela dei minori: la revisione della Carta di Treviso

49 | *Ruben Razzante*

Roma - Quinto Rapporto Censis Ucsi sulla comunicazione in Italia

51 | *Camilla Rumi*

Bologna Compa - Lavori in corso di comunicazione

53 | *Ludovica Quattrocchi*

Roma - Comunicazione, salute e terapia del buon umore

55 | *C.R.*

Roma - Rapporto annuale sulle Università italiane

56 | *Filippo Galatà***LIBRI***Ci salveranno le vecchie zie?*, Leo Longanesi

57

Parliamo dell'elefante, Leo Longanesi

57

Sogni, delusioni e sconfitte nelle lettere inedite di Giuseppe Marotta, Salvatore Maffei

57

La conoscenza dei media nella prospettiva sociologica, Donatella Pacelli

58

Comunicare l'innovazione, Andrea Granelli (a cura di)

59

Megatrend, rischi e sicurezza, Augusto Leggio

60

Non solo soft. Attori, processi, sistemi, Pierfranco Malizia

61

Psicopatologia del cellulare, Luciano Di Gregorio

62

Incantesimi. Alice nel Paese della fiction, Luisella Bolla

63

Guida alle etiche della comunicazione, Adriano Fabris (a cura)

64

*Paolo Scandaletti**C.R.**Monica Spalletta**L. Q.**C.R.**Laura Di Iorio**M.S.**Rosa Maria Serrao***DESK** Anno XII n. 4

REDAZIONE Roma: via in Lucina 16/a - Napoli: C.so V. Emanuele 292 desk@glauco.it Telefax 06/68802874

Proprietà ed editore: UCSI - Associato USPI - Periodicità: trimestrale

Finito di stampare: novembre 2005 da CSR - Roma via di Pietralata, 157

DESK **cultura e ricerca della comunicazione**

Rivista trimestrale Università Sr. Orsola Benincasa e Ucsi

DIRETTORI

Paolo Scandaletti (*responsabile*) - Lucio D'Alessandro

COMITATO SCIENTIFICO Francesco M. De Sanctis (*Presidente*)

Giuseppe Acocella
Ermanno Bocchini
Pasquale Borgomeo
Isabella Bossi Fedrigotti
Enzo Cheli
Massimo Corsale

Piero Craveri
Lucio D'Alessandro
Derrick De Kerckhove
Ornella De Sanctis
Gianpiero Gamaleri
Paolo Mazzoletti

Massimo Milone
Mario Morcellini
Agata Piromallo Gambardella
Emilio Rossi
Paolo Scandaletti
Franco Siddi

COORDINATORI DI REDAZIONE

Roma: Rosa Maria Serrao
cell. 392/00.19.687
e-mail: rmserrao@journalist.com

Napoli: Arturo Lando
Andrea Pitasi cell. 339/22.65.709
e mail: andrea_pitasi@fastwebnet.it

CHI SONO GLI AUTORI?

Francesco Birocchi, *giornalista, Tesoriere Nazionale UCSI*, Michela Cubellis, *Università LUMSA Roma*, Laura Di Iorio, *giornalista*, Giorgio Dominese, *Coordinatore della rete internazionale di ricerca universitaria, professore di Economia e Politica delle Transizioni all'Università LUISS di Roma e all'Università di Udine*, Filippo Galatà, *giornalista, Presidente UCSI Sicilia*, Giuliana Lojodice, *attrice*, Andrea Lombardinilo, *addetto stampa viceministro On.* Guido Possa, Massimo Enrico Milone, *giornalista, Presidente Nazionale UCSI*, Giuseppe Nucci, *esperto di comunicazione*, Raffaele Palmieri, *Università Sr Orsola Napoli*, Andrea Pitasi, *Università Sr Orsola Napoli*, Ludovica Quattrocchi, *ufficio stampa*, Ruben Razzante, *professore di diritto dell'informazione e del prodotto culturale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e Consigliere nazionale dell'Ordine dei giornalisti*, Camilla Rumi, *Università Lumsa Roma*, Paolo Scandaletti, *giornalista, Università LUISS Guido Carli, Roma*, Igor Scognamiglio, *Università Sr Orsola Napoli*, Rosa Maria Serrao, *giornalista, LUISS Guido Carli, Roma*, Angelo Sferrazza, *giornalista, esperto di comunicazione*, Monica Spalletta, *Università LUISS Guido Carli, Roma*, Aroldo Tieri, *attore*

Editore: Ucsi

GIUNTA ESECUTIVA Massimo Milone (*Presidente*)

Angelo Paoluzi (*Vicepresidente*); Angelo Sferrazza (*Segretario*); Francesco Birocchi (*Tesoriere*); Piergiorgio Acquaviva, Ezio Berard, Sergio Borsi, Angela Buttiglione, P. Pasquale Borgomeo, Ignazio Ingrao, Emilio Rossi, Paolo Scandaletti, Giorgio Tonelli, Giuseppe Vecchio, Giancarlo Zizola

Le identità, le vocazioni e le deontologie perdute

Criticità e domande per editori e pubblicitari, comunicatori e giornalisti

di Paolo Scandaletti

Se parte, finalmente, la riforma dell'accesso alla professione giornalistica con il percorso formativo nell'università e la laurea obbligatoria, il praticantato incorporato e il connesso esame di stato abilitativi, sarà giunto il momento per riproporre le domande di senso che il traguardo raggiunto comporta.

Se le scelte applicative della legge del 1999, devolute al regolamento congiunto dei ministri dell'Università e la Giustizia, giungono solo ora e anche perché gli editori si sono opposti, in nome del privilegio che avevano dal 1929 di scegliere i giovani da avviare al giornalismo e preparandoseli in casa. La mediazione del sottosegretario Siliquini s'è sbloccata perché quel vantaggio rimarrà loro ancora per sette anni; seppure con l'obbligo dei praticanti nei giornali, agenzie e radio-tv, di frequentare 300 ore di lezioni frontali nei corsi riconosciuti dall'Ordine.

Le nostre domande sui problemi aperti e le criticità; oltre le apparenze, sugli interessi, i valori e gli obiettivi; sono poste nell'ottica del discorso pubblico e della cultura della modernità. Di quali giornalisti hanno bisogno dunque le persone, la società civile, gli Stati nel mondo globalizzato. E dove è serio prepararli: negli atenei che hanno appunto vocazione pubblica o nelle aziende editoriali che ce l'hanno privata? La domanda non è retorica perché sottende quest'altra: i giornali son fatti per interessi extraeditoriali, replicando uno

dei classici conflitti d'interesse che appesantiscono il nostro Paese, oppure per far riferimento leale ai lettori-cittadini, in un ordinato sistema-paese?

Prepararli con quali docenti? Da Firenze a Urbino, da Bologna a Roma (al Congresso dell'Ucsi il 3 dicembre) s'è formata una sorta di compagnia di giro, con gli stessi capocomici dell'Ordine e delle scuole, con i capi delle facoltà che contano, per discutere come scegliere i docenti, in particolare quelli portatori delle culture e delle esperienze professionali della comunicazione. Si son sentite anche le migliori esperienze realizzate nel mondo. Eppure i passi avanti son pochi: il potere, seppure necessitato, non molla.

Ma ce la farà, così andando, a preparare giovani colti ed eticamente maturi? Cogliera l'innovazione dei concorsi nazionali aperti per spalancare anche quelle finestre? Galileo aveva contratti triennali con la Serenissima Repubblica di Venezia durante i diciotto anni di ricerca e insegnamento a Padova; rinnovati dopo le verifiche a scadenza. Ed era il padre fondatore della scienza moderna... E i giornalisti che diventano docenti, con quali criteri verranno scelti: funzionali al piano di studi, scelti con criteri prestabiliti e alla luce del sole; oppure all'italiana?

Preparare i giornalisti con quale cultura? Quella che potrebbero ottenere gli ingegneri ove si formassero nelle imprese di costruzioni ed i medici nelle cliniche private? Oppure

la cultura soda che t'aiuta a capir bene quello di cui vai a scrivere, prim'ancora di saperlo raccontare?

Un'idea alta della professione, faticosa e pure rischiosa, sostanziata da comportamenti deontologicamente corretti, con un Ordine pronto a sanzionare?

Con quali editori e dirigenti amministrativi dei giornali? Editori "puri" e uomini del marketing che guidano le aziende secondo la loro natura e vocazione di imprese nate per guadagnare certo; ma senza mescolare le carte, soprattutto quelle dell'area dell'informazione e quelle della pubblicità. Quando le marche ed i loro uomini delle relazioni esterne, in troppi casi ormai, premono per ottenere quella commistione che colpisce il soggetto più debole della filiera, il cittadino-lettore.

Beppe Servegnini, incontrando i Soci di Assorel, li ha trovati sorpresi quando ha sostenuto il valore e la logica della separazione fra le notizie ed i messaggi pubblicitari. Sono usciti in un anno tre libri che prendono di petto questa faccenda, ma sono finiti nella clandestinità. L'Ordine di Milano, il più investito dal problema e il più duro in proposito, non riesce ancora a dialogare col "vicinato". La FIEG, finalmente in campo al prossimo incontro romano, oltre fare lobbying col governo, intende confrontarsi anche sullo stato dell'arte in Italia nell'ottica del discorso pubblico?

Se la maggioranza degli studenti di Scienze della comunicazione, secondo l'indagine di Alma Laurea è andata a lavorare nella pubblicità, di quale cultura professionale sono stati dotati? Quella rilevata da Servegnini e da Abruzzo? Oppure c'è speranza che la loro deontologia, come quella dei comunicatori in generale, aiuti a conquistare tutta l'indispensabile credibilità di cui abbisognano queste professioni agli occhi dei clienti e della gente?

Ed infine: per quale gente? Per chi ha cultura critica insufficiente a vivere dentro questo mondo farcito di messaggi, e subire imbambolato; o per una cittadinanza attiva, consapevole dei vantaggi della contemporaneità, come dei rischi e della parte che anche loro debbono svolgere? Si può girar canale, cambiare giornale, accedere all'Istituto dell'auto-disciplina pubblicitaria, scrivere e chiamare i media radiofonici per protestare. Farsi sentire, serve; gli orecchi del marketing sono assai sensibili.

L'Ordine nazionale aveva parlato di un Istituto per il giornalismo che seguisse queste tematiche e le scuole che preparano i futuri giornalisti. Speriamo arrivi presto: per offrire un luogo di raccolta di regole e dati, analisi del vissuto, valutazioni. Tolga episodicità, e scoramento, a questi discorsi; tenga il filo del discorso pubblico. E' il nostro Paese che ne ha bisogno urgente.

Paolo Scandaletti

NOTIZIE SUL MONDO DELL'INFORMAZIONE

CONTRIBUTI EDITORIA - Tra il 2002 e il 2004 sono cresciuti del 47% e per il prossimo anno le condizioni sono più severe.

FIEG - Fabrizio Carotti è il nuovo direttore generale della Federazione editori giornali. Sostituisce Sebastiano Sortino, eletto commissario dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni. Il nuovo direttore proviene dalla Confindustria.

(Sergio Borsari)

Giornalismo e comunicazione

Una domanda di senso e di verità

di Massimo Enrico Milone

E' il tempo degli interrogativi. E' il tempo delle idee. E' il tempo della domanda di senso e di verità. Dietro l'angolo, una svolta epocale. Oltre gli slogan e il politichese, oltre le alchimie dei contenitori e le mistificazioni dei comportamenti. Oltre le profezie di chi, nel 900, per dirla come Malraux, "ha espulso Dio dalle coscienze dell'uomo".

E' il tempo della centralità della persona umana, della indiscutibilità della famiglia, dei diritti degli esclusi e delle minoranze, dei diritti dei minori e degli onesti. E' il tempo di un secolo che o sarà religioso o non sarà. Ma chi racconterà questo tempo? E con quali parole? Scegliendo quali immagini? E con quale tolleranza per chi non la pensa come lui pur difendendo la propria identità?

E' il tempo di un giornalismo diverso.

Di una comunicazione diversa.

Siamo consapevoli per ciò che poteva, forse, essere e non è stato.

Anche nella nostra associazione di giornalisti cattolici. Siamo piccoli e sentiamo tutta la nostra impotenza di fronte al pendolo della storia.

Di fronte alle oscillazioni e prevaricazioni di mercato e potentati, ad esempio o di fronte al provincialismo di certi racconti, mentre è forte l'esigenza di governare una globalizzazione che pone mille interrogativi. Siamo piccoli ed artigiani ma tentiamo di lavorare liberi.

Con la schiena dritta, per dirla come Ciampi.

Con la coscienza a posto, come ci ammonisce il Magistero della Chiesa. Certo, qualche volta, siamo stati critici, altre volte, forse troppe, in modo sommesso.

Ma ora è il tempo dell'identità e della sua riaffermazione forte.

E della difesa, nel racconto della storia d'ogni giorno, di un modello di vita. Va detto senza mezzi termini. Forse non ci sarà tempo per ridirlo. Nell'assenza totale del primato della politica (che dovrebbe guidare i processi), come giornalisti, abbiamo la consapevolezza che il mezzo sta "divorando il mezzo". Ed è il tempo, drammatico, dei contenuti.

Tante autostrade informative, grazie a tecnologie spinte e alla loro interazione, ma chi riempirà, e di cosa, i contenitori? Alla vigilia del Sedicesimo Congresso dei giornalisti cattolici italiani e alla luce di una storia ultra quarantennale che ha visto tanti autorevolissimi colleghi, raccontare, da cattolici, le vicende del nostro paese, mi piace ricordare un cronista martire, Valter Tobagi, che scrisse: "Ai maestri della filosofia facile e del sociologismo da strapazzo ricordiamo la realtà di un mestiere che resta individuale, duro, artigianale". Vogliamo interrogarci così sulla domanda di senso e di verità che emerge, prepotentemente, dal paese e che interpella i media. Tutti, laici e cattolici. Ma vogliamo, contemporaneamente, in dialogo serrato con i colleghi di altre estrazioni culturali, dire parole giuste ed oneste sull'insopprimibile libertà di

espressione e di pluralismo. Vogliamo essere, accanitamente, cronisti della nostra storia, ma anche accanitamente cristiani nella nostra professione d'identità'. Così' come vogliamo accanitamente comprendere e raccontare i mutamenti in corso d'opera, veri e propri tsunami, che non possono essere banalizzati ne' da una tv paccottiglia ne' da una carta stampata sempre piu' gossippara. C'e' una sbornia collettiva di tutto questo dalla quale occorre uscire. Come giornalisti cattolici siamo pronti a fare la nostra parte. Recuperando credibilita' e fiducia, aggettivi che, da sempre, dovrebbero connotare la nostra professione. E' la vera sfida, questa. Con una piccola, grande certezza. Ci accompagnera', per sempre, di certo quel "Non abbiate paura" del grande Papa polacco Karol Wojtyla, ma, contemporaneamente e' gia' nostro compagno di viaggio, ogni giorno, nella sua granitica spiritualita', Benedetto XVI, che ci esorta "a porre in evidenza il bisogno di chiari riferimenti alla responsabilita' etica di chi lavora nei media specialmente per quanto riguarda la sincera ricerca della verita' e la salvaguardia della centralita' e della dignita' della persona umana". Non siamo ne' predicatori ne' profeti. Solo testimoni! Di un giornalismo con l'anima. Diciamo no, con forza, a una certa propensione alla omologazione di turno. E' un gioco ben conosciuto da noi giornalisti! Sono i nostri giorni amaramente costituenti. Non tanto per gli aggiustamenti e i restauri che appaiono necessari all'edificio istituzionale in cui oggi abitiamo, ma piu' in profondita' nelle ragioni ultime o se preferite in quelle originarie. I parlamenti sono ormai investiti di quesiti che riguardano la definizione stessa dell'uomo. Capito' gia' con l'aborto, e' capitato con la fecondazione. Capitera' con l'eutanasia. Senza parlare di tutela dei minori ed altro. Non e' un caso che coscienze laiche e cattoli-

che si interrogano. E non e' un caso che il pensiero contemporaneo attui una resa incondizionata di fronte alla dimensione dell'essere.

Non sappiamo se la politica, nel suo complesso, sara' pronta a questo compito costituente, ma da giornalisti non possiamo registrare che il pensiero contemporaneo appare drammaticamente debole. Ci si e' ridotti a redigere manuali di galateo per una societa' che rischia di sopravvivere galleggiando sui fatti. Con media, amplificatori, il piu' delle volte, senza identita'. Uno specchio opaco. Qualche volta strumentalmente, qualche volta inconsapevolmente. Puo' apparire cosi' eccessivo, per chi tenta di coniugare Vangelo e professione, chiederci dove va l'informazione in Italia? E chiedersi quali strade da percorrere? Forse poche e obbligate sulla quale vogliamo confrontarci.

Innanzitutto per i giovani. Innanzitutto per gli utenti. Il confronto e' aperto. Un congresso di giornalisti puo' servire anche a questa rivisitazione. Riportando alla luce anche i tanti motivi di speranza che esistono nelle nostre tv e nei nostri giornali. Non e' poco.

Massimo Milone

Dal congresso una sfida per il futuro

di Angelo Sferrazza

Nessuno può negare che raramente si è assistito, come in questi ultimi anni, ad un momento così intenso e accelerato di cambiamenti nel mondo della comunicazione. Cambiamenti però non graduati in uno spazio temporale, tali da poter essere distri-

buiti nella società senza creare pericolose fratture e marcate diversità di utilizzo. A prima vista tutte queste novità potrebbero apparire il logico e naturale percorso di un processo di ammodernamento degli strumenti e del perfezionamento tecnologico.

Si ha l'impressione invece che le logiche siano in massima parte frutto di scelte di mercato. Usando le più vecchie e semplici regole del marketing si creano i bisogni, si convince che il mezzo è vecchio, si offrono nuovi servizi e il gioco è fatto. I telefonini insegnano.

L'ultima trovata in ordine di tempo è il Dvb-h. Una formula? Una sigla misteriosa? Tradotto dall'inglese "Digital video broadcasting-handheld", cioè televisione digitale da tenere in mano. Di strada la televisione ne ha fatta! Quando fu presentata il 19 marzo del 1939 alla Fiera Mondiale di New York il "*New York Times*" scrisse "Il problema è che, con la televisione, la gente deve star seduta, tenere i propri occhi fissi sullo schermo: la famiglia americana media non ha tempo per questo.

Di conseguenza, i professionisti dello spettacolo sono convinti che la televisione non sarà mai una seria concorrente della radio". Dallo scetticismo si passò in pochi anni ad un incontrollato ottimismo e ci fu chi, come Thomas H. Hutchinson in un libro uscito nel 1946 *Here Is Television: Your Window to the World* (Dial Press, New York) affermò: "La televisione significa il mondo nelle vostre case e nelle case di tutti gli abitanti della terra. È il più grande mezzo di comunicazione mai sviluppato dalla mente umana.

Dovrebbe contribuire a rafforzare i legami fra gli uomini e portare una maggiore comprensione e pace in terra, più di ogni altra singola forza materiale che esista al

mondo".

Quanto sbagliassero il "*New York Times*" prima e come si illudesse il signor T. H. Hutchinson poi è sotto l'occhio di tutti. Perché il primo e fatale errore è confondere il mezzo con il contenuto: errore che si continua a ripetere.

Per rimanere in tema di Dvb-h ci si scanna già con largo anticipo su ciò che rappresenterà questa nuova svolta della televisione dimenticando subito che è innanzi tutto un immenso affare e che, chi in Italia di affari televisivi se ne intende, si è già comodamente accomodato.

Non dovrebbe sfuggire più a nessuno che oggi l'intero complesso e vasto sistema delle comunicazioni è prima di tutto un gigantesco affare economico, con tutti guasti che ne derivano. Sottoposto alle ferree e inesorabili leggi dell'economia, che qualcuno si illude di saltare come in tema di scalate alla proprietà di testate giornalistiche, il sistema rischia di essere travolto e consumato al suo interno proprio dalla sua potenziale fonte di ricchezza.

A farne le spese sono certamente i contenuti che vuol dire ruolo dei media, libertà per chi ci lavora, ma soprattutto rispetto per i cittadini, senza distinzione di colore di pelle e religione.

La comunicazione oggi rischia di essere solo marketing, senza leggi, libero di muoversi nel mondo globalizzato dove i controlli sono inesistenti e dove aldilà dell'ONU, non si intravede chi possa individuare qualche criterio ed elemento giuridici.

I generi sono definitivamente scomparsi, le concentrazioni proprietarie ormai raggruppano carta stampata, radio, televisione ed ora anche la telefonia mobile che appare al momento il media-terminale ultimo.

Questo immenso e ingovernabile mondo,

che qualcuno definì “villaggio globale”, di fatto è una torre di Babele e uno strumento che influenza scelte e comportamenti. Promesse di ampliamento di spazi di libertà attraverso le innovazioni del digitale sembrano rimanere tali, utopiche e lontane.

La linea Maginot della carta stampata non ha la forza di arrestare il cambiamento messo in atto dal digitale e dalla rete. Tutto sta cambiando, anzi è cambiato. Dobbiamo essere preoccupati, ma non angosciati.

Questa scelta può essere fatta nostra. Le leggende, la storia e i testi Sacri ci hanno insegnato che nessun nemico è invincibile e che anzi proprio di fronte alla forza è l'acutezza dell'ingegno e il sostegno della fede che aiutano a vincere.

Quasi sempre, ma qualche volta in ritardo, purtroppo! Intorno alla comunicazione bisogna creare un sistema difensivo fatto di conoscenze, di cultura, di vigilanza e di spirito civico.

I pericoli e il degrado che spesso si intravedono nell'uso incontrollato dei mass media, allarmano vaste aree della società, non necessariamente cattoliche e praticanti. Anzi intorno a queste tematiche è più facile ritrovarsi e fare fronte comune.

Potrebbe essere un primo esercizio per aggregare varie realtà culturali intorno ad un progetto culturale che partendo dalla comunicazione, giunga poi ad affrontare tematiche che dividono. Il muro contro muro non fa bene a nessuno.

È necessario, in questo tempo che stiamo vivendo, valorizzare tutte le diversità e sforzarsi di far crescere una comunicazione culturale che attinga ai valori condivisi, perché su tutto si può negoziare, a cominciare dal commercio, meno che sulla diversità culturale. Possediamo uno strumento, come la comunicazione, veloce, ma non dobbiamo

dimenticare che la democrazia ha bisogno di tempo.

E il tempo deve essere usato per coltivare. L'UCSI è una associazione piccola, non dispone di mezzi e si trova schiacciata dalla potenza del mondo massmediale. Il rischio che può correre una organizzazione come la nostra è duplice: farsi prendere dallo scoramento e mollare tutto (senza finire necessariamente in “analisi” come s'usava dire negli anni post sessantottini), oppure, prendendo atto della realtà, concentrarsi su pochi, ma realistici obiettivi.

Uno sguardo alla storia ci può far riscoprire i valori fondanti, che adattati alla nuova realtà non cambiano: la coerenza innanzi tutto e la fedeltà al messaggio della Chiesa e dei documenti sulla comunicazione.

Una punta di orgoglio non può mancare: l'UCSI ha sempre anticipato tutti i grandi temi. Un esempio: i convegni di Recoaro. Da una ricerca fatta nelle Teche Rai si scoprono una serie di iniziative nel territorio di grande interesse.

Dite se non è anticipatorio parlare di “immigrazione” negli anni '70! Si dirà che in quella lunga stagione la vicinanza e in certi momenti quasi contiguità alla DC favoriva l'associazione.

Può essere vero, anzi è vero, ma si farebbe torto alle centinaia di colleghi che hanno operato con grande rispetto della professione e dei valori considerare possibili quelle iniziative solo perché sostenute dal “potere”. E poi se facciamo confronti con l'oggi, quella era una stagione con più meriti di quanto si pensasse.

L'UCSI può e deve essere di nuovo punto di riferimento e di mobilitazione sui grandi temi. Avviare dibattiti, rilanciare il rapporto con le altre associazioni ecclesiali, estendere la sua presenza nel mondo della comunica-

zione delle diocesi.

Sul versante esterno continuare e approfondire il rapporto con gli organismi di categoria. Per far tutto ciò bisogna, dal punto di vita dell'organizzazione, lavorare su due livelli: allargare e irrobustire l'azione delle UCSI regionali, favorendo tutte quelle forme di "leggerezza" organizzativa che consentano varie forme di aggregazione e concentrare il lavoro del "nazionale" su progetti, campagne di informazione, aree di interessi. Con il tema del XVI Congresso si è cercato di anticipare in parte quelle che dovrebbero essere le linee di azione per il futuro.

Il Congresso le elaborerà, arricchirà e le renderà operative, anche correggendo alcune parti dello Statuto. Se abbiamo scelto di stare nell'UCSI qualche ragione ci sarà. Da questo XVI Congresso ne potrebbero uscire delle altre. Perché no?

Angelo Sferrazza

La professione che verrà

di Francesco Birocchi

La notizia l'ha data lo stesso Presidente della Repubblica Carlo Azeglio Ciampi in occasione della consegna del Premio Saint Vincent, il 9 giugno scorso al Quirinale. "Voi sapete con quanta attenzione e partecipazione io segua i problemi dell'informazione - ha detto - non a caso il mio unico messaggio al Parlamento, inviato nel luglio del 2002, fu dedicato al pluralismo dell'informazione, alla libertà dell'informazione, alla importanza dell'informazione sia attraverso i mezzi

radiotelevisivi, che attraverso la carta stampata. E quel messaggio rimarrà l'unico, vero messaggio del mio settennato".

Fa riflettere la circostanza che il Capo dello Stato attribuisca una tale rilevanza ai temi dell'informazione. Ma i giornalisti, ai quali quei temi stanno particolarmente a cuore, non possono non ricordare i troppi scranni vuoti nell'aula di Montecitorio nel giorno della lettura del messaggio. Metafora di un deficit di interesse della classe politica nel suo complesso.

Un impegno politico a corrente alternata, che si è infiammato nei giorni del dibattito sulla legge di sistema (la cosiddetta "legge Gasparri") ma che poi ha perduto slancio, lasciando agli interventi dei singoli l'onere di tenere vivo il dibattito. E così le grandi questioni sono rimaste tutte sul tappeto.

Dal conflitto di interessi del Presidente del Consiglio, al "digitale terrestre", previsto dalla legge "Gasparri" (la n.112 del 3.5.2004), sino ad arrivare alla pretesa degli editori di applicare alle redazioni, senza alcuno sforzo di adattamento, gli strumenti di flessibilità selvaggia della legge delega al Governo in materia di occupazione e mercato del lavoro.

L'UCSI non è stata a guardare. Un dibattito serrato su questi temi che tanta parte hanno ed avranno nell'evolversi della cultura della professione giornalistica, va svolgendosi all'interno dell'Unione e viene proposto all'esterno. Di grande impatto è stato il confronto tra il ministro Maurizio Gasparri e l'allora presidente della Commissione parlamentare di vigilanza, Claudio Petruccioli, organizzato assieme all'Associazione della Stampa romana, nel salone di via In Lucina (il 26 giugno 2003), anche perché si svolgeva proprio nei giorni di massima tensione politica attorno alla legge di sistema. Ed

interessante e partecipato è stato anche l'incontro organizzato nella sede del Cnel, a Roma, il 23 maggio scorso, con un titolo particolarmente centrato: "Cont(R)atto: giovani giornalisti tra speranze e promesse non mantenute". Tre le domande proposte: "dove andremo a lavorare? Come potremo lavorare? Con quali percorsi formativi?". Sono le domande che coloro che si affacciano alla professione si pongono, ma che dovrebbero porsi, con grande serietà, anche tutti coloro che la professione la esercitano e, soprattutto, tutti coloro che hanno a cuore il ruolo delle libertà democratiche e il diritto dei cittadini ad essere informati correttamente.

Quelle tre domande intercettano gli scenari proposti dalle grandi questioni enunciate prima: conflitto di interessi; "digitale terrestre", mercato del lavoro. Sul conflitto di interessi (ancora irrisolto) non si è mai arrivati ad una conclusione nitida. Mentre le altre due questioni si stanno imponendo alla ribalta senza un approccio sufficientemente consapevole da parte della politica. Cominciamo con il "digitale terrestre". Il 31 gennaio prossimo in due regioni, (Sardegna e Val d'Aosta) è previsto lo "switch-off", lo spegnimento delle trasmissioni con il sistema analogico e l'avvio di quelle con il sistema digitale. Ciò significa che per ricevere le trasmissioni occorrerà dotare ogni apparecchio televisivo di un decoder. Lo Stato ha stanziato un contributo di 90 euro per abbattere il costo di un decoder per ogni abbonamento tv. I consumatori devono pagare quindi una differenza che va da 4 sino a 50 euro. E devono invece pagare a prezzo pieno gli altri decoder di cui avranno bisogno, tenuto conto che nelle case gli apparecchi televisivi sono, in genere, più di uno.

Quindi un esborso considerevole per le famiglie che, in cambio, avranno la possibilità di accedere ad un enorme numero di canali digitali (almeno quattro o cinque per ogni vecchio canale analogico) e in più, se collegheranno il decoder alla linea telefonica, potranno usufruire dell'interattività: la possibilità di porre domande e ottenere risposte. Il sistema consentirà, in futuro, di dialogare con le pubbliche amministrazioni (t-government) e di svolgere, attraverso l'apparecchio televisivo una serie di operazioni oggi possibili solo via computer. Tutto questo in un futuro non si sa quanto ravvicinato.

Per ora si è parlato di tecnologia digitale, si è parlato di affari per gli editori televisivi, ma nessuno ha ancora approfondito seriamente il tema dei contenuti. Nessuno è ancora in grado di dire se il moltiplicarsi dei canali coinciderà con un aumento della qualità dei programmi prodotti. Silenzio assoluto sul ruolo che l'informazione potrebbe essere chiamata a giocare. Tanto da far nascere il sospetto che per l'informazione non sia proprio previsto alcun ruolo, o comunque possa essere ritagliato un ruolo del tutto marginale.

E tutto questo avviene in un momento in cui si vorrebbero mettere in discussione le regole di garanzia contrattuale con le quali dal dopoguerra ad oggi i giornalisti hanno difeso nelle aziende editoriali il libero e corretto esercizio della professione.

E' da un anno ormai che tra Federazione nazionale della stampa e editori è in atto un durissimo braccio di ferro. La vertenza non è salariale in senso stretto (anche se, naturalmente, contiene una richiesta economica) e neppure si svolge in un ambito esclusivo di aggiornamento delle norme contrattuali. E' una vertenza semmai concentrata sulla difesa dei principi fondanti della stessa professione giornalistica.

Quello che è in gioco è la possibilità di esercitare la professione secondo i principi stabiliti dalla legge istitutiva dell'Ordine in un quadro di tutela dell'autonomia e della professionalità, così come, negli anni, è stata costruita attraverso gli strumenti legislativi e contrattuali conquistati dai giornalisti italiani, talvolta al prezzo di sacrifici e lotte durissime.

Agli editori non interessa neppure, in fondo, parlare di contratto. Loro si limitano a voler applicare alcune leggi dello Stato: la legge delega n.30 del 5 febbraio 2003 in materia di occupazione e di mercato del lavoro (la cosiddetta "Biagi-Maroni") con il Decreto legislativo 276 del 10 settembre 2003, primo passo verso la piena attuazione della legge delega e il Decreto legislativo n.368 del 6 settembre 2001 (che all'art.1 dice semplicemente: è consentita l'apposizione di un termine alla durata del contratto di lavoro subordinato a fronte di ragioni di carattere tecnico, produttivo, organizzativo o sostitutivo). Cioè quando il datore di lavoro lo decide.

Della Legge 30 gli editori vorrebbero applicare:

- il contratto di somministrazione di lavoro: un'impresa, chiamata utilizzatrice, può rivolgersi ad un'altra impresa, chiamata di somministrazione, per ottenere una certa fornitura di manodopera, a tempo determinato o indeterminato. Il lavoratore svolge la sua attività per l'utilizzatore, sotto la sua direzione e controllo, ma intrattiene un rapporto di lavoro solo nei confronti del somministratore, al quale rimane l'esercizio del potere disciplinare;

- il lavoro intermittente, con le tre fattispecie indicate dalla legge: la possibilità di lavorare solo nei fine settimana; durante le ferie estive o durante le ferie natalizie e pasquali. "Per i periodi nei quali il giornalista garanti-

sce la disponibilità all'azienda in attesa di utilizzazione - dicono gli editori - gli verrà corrisposta un'indennità mensile pari al 20% del minimo tabellare di categoria;

- il lavoro ripartito. Una sola prestazione di lavoro può essere fatta da due lavoratori che si organizzano fra di loro per svolgere la prestazione. Il datore di lavoro li assume tutti e due ma al costo di una sola persona;
- i contratti di inserimento per inserire (o reinserire) nel mercato del lavoro alcune categorie di persone, attraverso un progetto individuale di adattamento delle competenze professionali del singolo a un determinato contesto lavorativo (sostituiscono i contratti di formazione e lavoro).

Sono norme di legge per la cui applicazione la legislazione rimanda alla contrattazione collettiva e, in mancanza di accordo, decide il Governo. Ma la Legge 30 ha introdotto anche altre due innovazioni che riguardano:

- l'appalto: un contratto con il quale un soggetto (committente) incarica un imprenditore (appaltatore) di compiere un'opera o un servizio a fronte di un corrispettivo in denaro. Un editore cioè può dare in appalto una parte del suo giornale senza tenere in alcun conto le regole del contratto sui services;

- il distacco: quando un datore di lavoro, per proprie esigenze produttive, pone temporaneamente uno o più lavoratori suoi dipendenti a disposizione di un altro soggetto per l'esecuzione di una determinata attività lavorativa. Appalto e distacco sono entrati a far parte delle modifiche del Codice civile e quindi - dicono gli editori - non rientrano nella contrattazione e sono immediatamente applicabili.

Il sindacato dei giornalisti non vive tra le nuvole. Sa benissimo che la legge 30 è una legge dello Stato con la quale occorre misu-

rarsi e pertanto ha elaborato una serie di proposte per adattarla alla particolarissima fattispecie del lavoro giornalistico. Come? Proponendo dei vincoli:

- l'applicazione del Decreto legislativo n.368 sulle assunzioni a termine e sottoposto al parere preventivo del CDR e comunque quando un giornalista ha rinnovato con la stessa azienda contratto a TD per almeno tre anni può chiederne la trasformazione in contratti a tempo indeterminato;
- la flessibilità già prevista dell'art 3 del CNLG blocca l'applicazione dei contratti di inserimento, di lavoro ripartito o di lavoro intermittente;
- i giornalisti con contratto di somministrazione lavoro hanno diritto al trattamento economico del CNLG e alla contrattazione integrativa dell'azienda nella quale sono utilizzati;
- i contratti d'appalto devono rispettare le norme del CNLG sui services;
- il distacco del giornalista non può avvenire senza il suo consenso.

Nella piattaforma della FNSI sono contenute altre proposte e fra queste: l'ampliamento delle prerogative dei CDR e la riscrittura del protocollo del lavoro autonomo con l'equiparazione dei co.co.co. agli art.2, con relativi minimi di stipendio; un tariffario per le prestazioni autonome; la copertura delle spese legali per la responsabilità civile, ecc.

A tutte queste proposte gli editori hanno risposto con un unico "no". E si è andati allo scontro.

Per il sindacato, introducendo senza alcun adattamento significativo le norme della legge 30 e del D.lgv 368 gli editori intendono destrutturate le redazioni, normalizzando qualunque rivendicazione di autonomia

e negando alcuno sbocco al precariato. Gli editori, inoltre, non vogliono saperne di normare il lavoro autonomo, lasciandolo in balia dei direttori e degli amministratori dei giornali.

Sono posizioni che mortificano gli sforzi dei giornalisti di ridare contenuto alla cosiddetta "centralità delle redazioni", intese come luogo di confronto professionale e di elaborazione di idee e contenuti. I prossimi mesi saranno dunque decisivi per disegnare il quadro normativo all'interno del quale dovrà svolgersi la professione.

Anche alla luce di una possibile riforma dell'accesso che, ad un percorso di tipo per così dire "artigianale, fondato sul praticantato vissuto nelle redazioni (l'artigiano che va a bottega e impara l'arte), si appresta ad affidarsi ad un approccio universitario: laurea triennale (scienza della comunicazione o altro) e master sostitutivo del praticantato (o laurea specialistica).

Appare chiaro, a questo punto, che sono destinati inevitabilmente ad assumere sempre maggiore rilevanza i temi che l'UCSI (rifacendosi ad una specifica vocazione delineata fin dalla sua fondazione) ha proposto negli ultimi dieci anni alla riflessione della categoria e al vasto mondo della comunicazione. A partire dall'etica professionale, con la proposta, finora caduta nel vuoto, di dare vita ad un "Comitato nazionale di mediaetica" che vigili sulle possibili manipolazioni dell'informazione. Per arrivare all'approfondimento della nuova frontiera dei "media education", indispensabile strumento di approccio ai nuovi scenari di accesso alla professione giornalistica e di formazione della figura del comunicatore in generale.

Così come, in questa luce, appaiono preziose le iniziative, sviluppatasi sempre in ambi-

to UCSI, di rileggere la professione attraverso il racconto delle esperienze di professionisti affermati.

Papa Benedetto XVI, pochi giorni dopo la sua elezione, ha voluto incontrare i giornalisti, dimostrando così di voler proseguire sulla strada dell'attenzione già percorsa dal suo predecessore Giovanni Paolo II. E ha ricordato le sue parole: "La nostra è un'epoca di comunicazione globale - scrisse Papa Wojtyla - dove tanti momenti dell'esistenza umana si snodano attraverso processi mediatici, o perlomeno con essi devono confrontarsi"

"Perché gli strumenti di comunicazione sociale possano rendere un positivo servizio al bene comune - ha detto Benedetto XVI - occorre l'apporto responsabile di tutti e di ciascuno. E' necessaria una sempre migliore comprensione delle prospettive e

delle responsabilità che il loro sviluppo comporta in ordine ai riflessi che di fatto si verificano sulla coscienza e sulla mentalità degli individui come sulla formazione della pubblica opinione. Non si può poi non porre in evidenza il bisogno di chiari riferimenti alla responsabilità etica di chi lavora in tale settore, specialmente per quanto riguarda la sincera ricerca della verità e la salvaguardia della centralità e della dignità della persona. Solo a queste condizioni i media possono rispondere al disegno di Dio che li ha posti a nostra disposizione.

Come sempre le parole del Papa obbligano chi le ascolta ad una riflessione profonda. E alla consapevolezza delle proprie scelte, anche quelle professionali.

Francesco Birocchi

Unione Cattolica Stampa Italiana XVI Congresso Nazionale
Roma 2, 3 e 4 dicembre Capitalia - Palazzo De Carolis - Via Lata, 3

GIORNALISMO E COMUNICAZIONE UNA DOMANDA DI SENSO E DI VERITÀ

I FORUM E I CONFRONTI

Venerdì 2 Ore 18.00 **Tra etica e mercato Dove va il sistema delle comunicazioni in Italia**

Confronto Paolo GENTILONI, *Presidente Commissione di Vigilanza RAI*, Mario LANDOLFI, *Ministro per le Comunicazioni* **Interventi** Gianluca COMIN, *Direttore della comunicazione ENEL*, Mario ROSSO, *Amministratore Delegato ANSA*, Enzo SAVARESE, *Commissario Authority per le Comunicazioni*

Sabato 3 Ore 16,30 **Forum Dove e come preparare i giornalisti italiani** Angelo AGOSTINI, *IULM, Milano*, Fabrizio CAROTTI, *Direttore Generale FIEG*, Lucio D'ALESSANDRO, *Università Sr Orsola Napoli*, Mario MORCELLINI, *Università La Sapienza, Roma*, Vittorio ROIDI, *Segretario Ordine Nazionale dei Giornalisti*,
Coordina: Paolo SCANDELETTI, *Direttore DESK*

Ricerca e formazione in Europa: la nuova frontiera del Bologna Process

di *Giorgio Dominese*

Lungo il Ring di Vienna, tre anni fa, rallentati da gelide folate di vento e dalla prima neve che annunciava l'inverno ormai giunto dall'Est, migliaia di docenti e studenti manifestavano in un corteo aperto simbolicamente da una decina di asinelli, quale emblematico richiamo al declino universitario, la riforma tanto attesa. In molte altre città europee le immagini sembravano sovrapporsi e coincidono tuttora nelle motivazioni: l'Europa dell'euro, del mercato e dell'allargamento, nel progettare le tappe successive non può lasciare in secondo piano il fattore di sviluppo e di potere internazionale diventato strategico per definizione, il capitale umano.

Joseph Schumpeter, che negli anni Venti dal suo Istituto di Ricerche Economiche diffondeva il pensiero della scuola viennese, dove innovazione, capitalismo e democrazia assumevano il ruolo prometeico nel futuro sviluppo mondiale, avrebbe certamente condiviso la protesta propositiva ed anche il disegno che l'Europa - attraverso la Dichiarazione di Bologna firmata nel 1999 inizialmente dai 15 dell'Unione e ormai adottata da 45 paesi -, ambisca a ripristinare un primato intellettuale, scientifico e culturale che resta la vera sfida del tempo futuro. Nelle sua visione delle elite vera espressione della rappresentanza democratica, anche i cittadini docenti e studenti, pur manifestanti nelle vie della capitale, assumevano il

carattere di rappresentanza di interessi cruciali, vitali per un sistema di valori appena agli albori più di sessanta anni fa. Una digressione per rendere meno esoterica la riflessione sull'onda lunga delle riforme della formazione e della ricerca che si è abbattuta sull'intero sistema universitario europeo, in presenza di generalizzate restrizioni di bilancio e di risorse aggiuntive disponibili.

Vale la pena di indicare, uno per uno, i paesi aggregati in appena cinque anni dal "Bologna Process" (così si chiama nella lingua franca di oggi la Dichiarazione di Bologna), per comprenderne il carattere altamente competitivo e condizionante nel futuro Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore, che dal 2010 si imporrà quale standard internazionale comparativo ed ineludibile per tutti i sistemi di alta formazione nel mondo: Albania, Andorra, Armenia, Austria, Azerbaijan, Belgio, Bosnia e Herzegovina, Bulgaria, Città del Vaticano, Croazia, Cipro, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Georgia, Germania, Grecia, Islanda, Irlanda, Italia, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Malta, Moldavia, Norvegia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Macedonia, Repubblica Slovacca, Romania, Russia, Serbia e Montenegro, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ucraina, Ungheria, men-

tre si annunciano nuove adesioni, anche in forme intermedie, dall'Asia e dalle Americhe. Balzerà subito evidente come siano in prima fila, con fervore ed impegno davvero ammirevoli, i nuovi paesi dell'allargamento UE. Tutti riservano a questo capitolo fondamentale della loro integrazione, dove abbondano potenziali risorse umane e vi è da ricostruire il sistema formativo, coraggiose riforme istituzionali e ferma volontà politica. Ma anche a Mosca e Kiev è già stata fatta la scelta di introdurre i protocolli dell'ordinamento europeo, gettando il cuore oltre l'ostacolo dell'ancora precaria transizione economica e politica.

Alla base del successo del Bologna Process vi è la consapevolezza che sulla conoscenza, il sapere, la ricerca, l'innovazione, la terza generazione tecnologica che l'accompagna, i saperi ritrovati quali geografia, storia, biosistema, ambiente, clima, in altri termini sui fattori cruciali del governo della "complessità", come scrive Edgar Morin, è in corso, senza il clamore delle cronache ma nella sostanza delle cose, la più imponente operazione di "riarmo" europeo alla quale si sia mai assistito nell'ultimo secolo. A chi chiede quante divisioni ha l'Europa da poter schierare sulla scena mondiale la risposta viene, in primo luogo, dai laboratori del sapere, dalle università e dai centri di eccellenza pubblici e delle industrie avanzate: è in corso di approntamento un arsenale strategico che ha il potere, tra l'altro, di rendere meno temibile se non addirittura collaterale, l'efficacia della deterrenza militare che alcuni paesi detengono in questa fase storica.

I pilastri del sistema che prende il nome dalla Alma Mater Studiorum di Bologna, dove l'allora Rettore Fabio Rovarsi Monaco ne fu animatore ed audace propugnatore, si fondano sulla trasparenza e leggibilità dei

titoli accademici; sulla concreta accessibilità agli sbocchi professionali dei giovani laureati; sull'attrattività mondiale del sistema universitario europeo e con esso della massa critica di internazionalità all'interno del sistema formativo e della ricerca; sull'investimento massiccio nella conoscenza che accompagna ormai i tradizionali fattori capitale e lavoro nella triade indispensabile per la crescita economica, sociale e per la sicurezza dell'Europa e del mondo.

La strutture dei due cicli di studi universitari; la forte accentuazione del carattere professionalizzante della laurea specialistica; l'affermazione del dottorato quale ambito di elevata ricerca scientifica individuale, sulla base di una formazione teorica sempre più sofisticata e in grado di avvalersi di strumenti d'indagine e di metodologie di analisi quantitativa e qualitativa inimmaginabili appena venti, trenta anni fa, sta imponendo una ristrutturazione di enorme portata all'intero sistema universitario e degli istituti di alta formazione dentro e di conseguenza fuori dell'ambito dei 45 paesi firmatari della Dichiarazione del 1999. E' infatti ormai delineato un profilo di alta formazione dove le strutture accademiche - sottoposte spesso a una transizione concettuale e professionale comprensibilmente difficile ed individualmente problematica - vengono progressivamente raccolte in due alvei di grande portata, che raccolgano nelle facoltà la domanda tumultuosa di innalzamento formativo, da un lato, e amplifichino la capacità ed i risultati della ricerca attraverso la diffusione sistematica di strutture dipartimentali, in grado di agire attraverso reti transnazionali e di raccogliere il valore aggiunto dell'accrescimento della conoscenza, che le attività didattiche trasferiranno alle generazioni di studenti. Entro pochi anni potremmo

apprezzare gli aspetti positivi e compiuti piuttosto che quelli transitori, intermedi e fatalmente contraddittori del processo sotto i nostri occhi.

La teoria del domino, ben nota negli studi di relazioni internazionali ma ancor prima in quelli di finanza, economia, storia, sociologia e geopolitica, produce l'effetto che i nuovi standard del Bologna Process, adottati da una così vasta platea di sistemi nazionali formativi, diventano un vincolo che gli altri attori non possono più trascurare o evitare. Il concetto di "barriera non tariffaria", di grande attualità per gli analisti dell'integrazione europea e delle implicazioni per il resto del mondo, oltre che motivo principale di intricati contenziosi in corso nelle sedi multinazionali e nazionali competenti, può in qualche modo essere evocato anche per l'esito che nel futuro prossimo avrà l'affermazione dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore. Con il sistema di attribuzione e di riconoscimento dei crediti (ECTS), con il Supplemento al diploma, con l'ormai imminente certificazione della ricerca affidata all'ENQA (European Network of Quality Assurance Agency) dovranno essere affrontate delicate questioni che riguardano la figura dei docenti, dei ricercatori, degli studiosi che, a diverso titolo, sono chiamati ad essere protagonisti della riforma più dirompente dalla nascita dei sistemi nazionali universitari.

Per le generazioni più giovani si apre un orizzonte molto diverso dalla carriera accademica come finora si poteva immaginare, con il lento procedere di precariato, concorsi, stabilizzazioni, approdo definitivo in strutture organiche. Le figure della docenza e della ricerca si intrecceranno con quelle professionali in modo sistematico. La temporalità e la pluralità di afferenze, sia nel

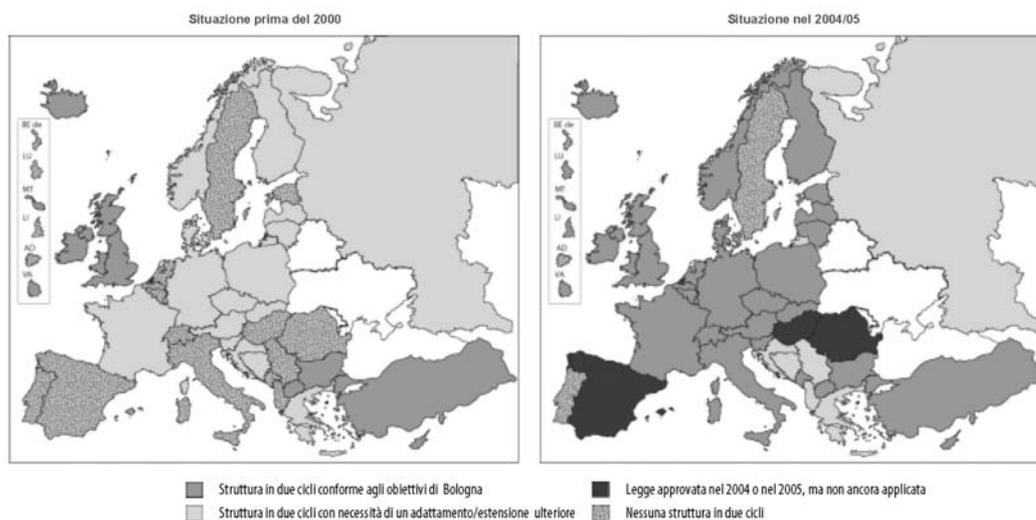
sistema pubblico sia in quello privato, consentiranno di fertilizzare il sistema universitario e quello della ricerca applicata attraverso uno scambio "alla pari" soprattutto per quanto riguarda la ricerca. Le forme contrattuali saranno ritagliate con maggiore cura sulle reali esigenze di contiguità e sinergia tra atenei, centri di eccellenza e settori professionali di alta competenza e conoscenza, una joint venture tra pubblico e privato che ormai conosciamo con l'acronimo PPI-Public Private Initiative. Non soltanto le discipline scientifiche saranno coinvolte in questa metamorfosi ma anche quelle umanistiche che stanno ritrovando un ruolo centrale nel sistema dell'alta formazione e dei valori culturali che la sostengono, pur nella carenza di risorse loro destinate.

La coesistenza dell'attuale sistema organizzativo universitario e del futuro ordinamento ad elevato profilo internazionale, con sistematica certificazione e larga mobilità sia sul fronte formativo sia su quello della ricerca - nell'ambito di un reclutamento di docenti e ricercatori fondato su criteri spesso inesplorati, almeno nella tradizione europea, dove resta ancora diffuso il pregiudizio verso ogni politica che possa erodere la stabilità e continuità degli assetti esistenti, anche dove si manifestino clamorose carenze, anacronismi e deficit qualitativi tali da pregiudicare il disegno che il Bologna Process ha tracciato e reso ineludibili - avverrà seguendo una transizione decennale ed un progressivo ricambio generazionale che attutirà le tensioni riformatrici e le comprensibili, legittime tutele rivendicate da una parte non marginale e spesso apicale del mondo accademico in molti dei 45 paesi firmatari. E le risorse da investire non saranno certo quelle marginali degli spazi angusti di manovre finanziarie annuali che navigano a

vista, dove a far le spese sono spesso i fondamentali programmi a lungo termine. Nei paesi terzi, che vedono crescere il nuovo Spazio della Formazione Superiore dell'Europa, l'evento è vissuto con la consapevolezza che i nuovi standard provocheranno, come effetto collaterale, una stagione di revisione ed aggiornamento dei sistemi universitari più qualificati, a partire da quello statunitense e britannico. La ricerca è una e una soltanto; la conoscenza lo è pure; la rapida diffusione e la mobilità di chi è chiamato a svilupparle e a trasferirle agli studenti e ai dottorandi ne è la manifestazione contemporanea più eclatante. Possono coesistere una molteplicità di forme interpretative ed organizzative delle università ma la convergenza ed il riconoscimento universale dei percorsi formativi e scientifici, in presenza di rigorosi sistemi di controllo e valutazione,

appartiene ormai alle conquiste dell'umanità. Le opzioni sono molte, il sistema del doppio standard sta ormai affacciandosi nelle grandi università Usa della costa Atlantica e del Far East, come in alcune realtà dell'America Latina e dell'Asia. E' una fase nella quale, senza voler farne alcun motivo di rivincita o di superbia intellettuale, a tirare la corsa è proprio l'Europa, a lungo tributaria dei luoghi di eccellenza fuori dei suoi confini, in una gamma di discipline e specializzazioni che coprono sempre più anche settori scientifici e tecnologici dove maggiore era il ritardo. In termini politici, ecco una delle aree dove l'Europa ha saputo manifestare una capacità ed un ruolo internazionali da grande potenza, con una visione strategica mondiale e non più continentale.

Livello di diffusione della struttura in due cicli - Anno 2004/05



Fonte: Eurydice

Note supplementari

Italia: la legge che introduce la struttura in due cicli è stata votata nel 1999 e messa in atto nel 2001.

Portogallo: il 12 maggio 2005, il Portogallo ha votato una legge per introdurre gradualmente la struttura in due cicli, in conformità agli obiettivi di Bologna, a partire dal 2005/06.

Ungheria: nel 2004/05 sono iniziati 40 programmi organizzati come primo ciclo Bachelor. L'attivazione della struttura in due cicli sarà realizzata nel 2006/07.

L'Europa si misurerà così con i fenomeni mondiali in modo sempre meno convenzionale e più aderente al carattere assolutamente inedito del suo essere Unione senza federazione, molteplice senza diventare la prosecuzione della sovranità nazionale su scala multinazionale. La Politica di Vicinato (European Neighbourhood Policy Initiative) verso il Nord Africa, il Vicino Oriente, l'Eurasia, il Mar Nero e il Caucaso, le relazioni speciali con la Russia, sulla base marmorea dell'inalienabile solidarietà e alleanza Transatlantica, allontana forse il futuro europeo da alcune delle intuizioni dei padri fondatori e determina esigenze internazionali di riscrittura anche formale della "governance" sulla quale si è fondato l'ordine internazionale dal 1945 ad oggi. In parte è già avvenuto, con l'inizio appena avviato della transizione provocata dagli eventi del 1989, con l'assurgere a rilevanza straordinaria di paesi europei, asiatici, americani che erano prima marginali o soltanto militarmente e politicamente sconfitti, con la riconciliazione nei Balcani. La codificazione avverrà quando le condizioni politiche e le ragioni dell'ordine internazionale suggeriranno di prendere atto dell'avvenuto cambiamento. Ma a determinare in gran parte i tempi ed i modi dell'approdo sull'altra riva della transizione iniziata saranno i fattori determinanti della conoscenza, dell'innovazione, della cultura, della ricerca applicativa e delle forme di governo che renderanno indispensabili la cornice di regole, diritti umani inalienabili, cittadinanza, forme organizzative delle istituzioni multinazionali e statuali, nella diffusione sostanziale della molteplicità democratica di un mondo che non perde la proprio individualità a causa della globalizzazione ma acquisisce invece con essa maggiore potere ed autonomia. Ecco la complessità che all'inizio ho indicato quale condizione storica del presente e del futuro prossimo, dove la metodologia precede il programma di azione

senza per questo divenire pura astrazione. E' una sfida che mai prima si è presentata all'Europa e al mondo con una simile asprezza e perentorietà. La formazione superiore e la ricerca, che hanno nell'università e nei centri di eccellenza i loro incubatori permanenti, devono poter creare un flusso massiccio, permanente, transnazionale di competenze e conoscenza per il progetto appena tratteggiato.

Does communication matter? Ovvero, la comunicazione c'entra in qualche modo? Domanda retorica e che tuttavia resta inevasa da troppa supposta consapevolezza sull'ovvietà della risposta. L'intera architettura della formazione e della conoscenza si è sempre retta su sistemi che, nelle diverse epoche, garantivano la diffusione e divulgazione dei risultati della ricerca, dell'opera umanistica e artistica, della scoperta scientifica, modificando costumi, convinzioni, attitudini e perfino valori esistenziali. La stessa propaganda ne è una variabile di accompagnamento e non quindi una patologia saltuaria, ciclica o erratica. E' piuttosto una forma opportunistica e strumentale della comunicazione sul sistema di governo dei paesi e del mondo. Ma anche la comunicazione è soggetta alla stessa durezza del cambiamento in atto e non può sottrarsi al confronto, in quanto è lo strumento di divulgazione e trasferimento sia della metodologia sia dei contenuti teorici, sia dello sviluppo e del cambiamento sia delle loro implicazioni e contraddizioni, grandi o piccole non conta. La Dichiarazione di Bologna diventa, soltanto oggi, opinione pubblica e prima ancora comunicazione, nel momento in cui tocca nel vivo il sistema della formazione e quindi raggiunge la valenza di fattore non più contrastabile di impatto sociale ed economico. Prima era soltanto una samizdat per militanti e dissidenti della nuova Europa.

Giorgio Dominese

Il linguaggio del teatro: il più specifico, ricco e composito che esista

di Aroldo Tieri e Giuliana Lojodice

TIERI - Se devo chiamare il teatro “un linguaggio”, e linguaggio è senza dubbio, ed evoluto, preferisco dargli il nome con cui nacque nella Grecia antica, quando il primo attore si staccò da Coro sacro e iniziò ad “esibirsi” da solo. Lo definirò, allora, il teatro, il più specifico, ricco e composito linguaggio che esista. Specifico perché, per essere trasmesso, ha bisogno della Parola, quasi sempre organizzata in Lingua. Ricco, perché la Parola non gli basta: la Parola teatrale ha necessità della bocca che la pronuncia, del corpo cui quella bocca appartiene, dei suoi movimenti e del pensiero che li guida. Composito perché ammette, anzi, invita, le altre forme espressive, dalla musica alla danza, all’arte figurativa, a cooperare per costruirlo. E quel Lo pronominale immaginatelo pure con la lettera maiuscola, perché legato ad un’essenza fondamentale, a un bisogno, a mio avviso, primario dell’Uomo. Qualcosa che non può esistere se non in presenza di due elementi vivi e dialoganti, due esseri umani, appunto, l’uno di fronte all’altro, l’uno per l’altro: l’Attore e lo Spettatore.

LOJODICE - E qui cominciamo a sancire il primato, il leaderismo, se così si può dire, del linguaggio teatrale: la compresenza attori/pubblico, appunto, senza la quale il Teatro non esiste, non è tale. Perché il Teatro è leader? Nel dibattito fin troppo avanzato sul Villaggio Globale, oggi dominante, nel

gioco comunicativo, a volte aberrante, che oppone cinema a televisione, computer a Internet, rimane uguale a se stesso. Il Teatro è se stesso, all’inizio del Terzo Millennio come ai tempi di Eschilo, Shakespeare, Machiavelli, Goldoni, Pirandello ...Uno o più attori lassù, dentro lo spazio magico che li isola, nomina e identifica, portatori, alle origini, della parola di un dio, in seguito della poetica di un uomo, il drammaturgo; uno o più spettatori “ dall’altra parte” (di fronte, attorno, di lato o accanto, non ha importanza), terminali di un messaggio di Parola (ma non solo) che potranno rielaborare e usare. Mai disperdere.

TIERI - Inutile riaffermare più di tanto che le radici sacre del teatro e la sacralità del compito dell’attore rimangono pietre miliari del linguaggio di cui parliamo. Attraverso il tempo, tali radici si sono forse, anzi, certamente, adattate e camuffate, sono state calate in società diverse, con valori culturali, economici e sociali in continua mutazione, o addirittura sovvertiti e antitetici rispetto al principio. Qualcosa, o meglio, qualcuno è però rimasto intatto. Provate a pensare all’Attore. Al suo dovere-prerogativa di essere uno e tanti, di “rappresentare”, di stare al “posto di”. Questo essere, e questa sua capacità, a volte inebriante, a volte dolorosa, di calarsi in Altro da Sé, di diventare una volta santo, l’altro assassino, una volta marito, l’altra amante, resistono al tempo e alle degenerazioni, riaf-

fermano qualcosa di prodigioso, il “diabolico” che turba, l’inafferrabile, il Teatro come fenomeno strettamente legato alla persona umana. Come non vedere il Cristo e l’Anticristo, in forma più o meno chiara e temibile, in chi non è mai solo se stesso?

LOJODICE - Ma all’Attore, soprattutto all’Attrice, la patente della molteplicità costò più di un marchio. Donne “pericolose”, le attrici, a volte sirene conturbanti e discinte, cui i colleghi maschi allacciavano i calzari dietro il sipario; altre volte megere, gorgonie, erinni, vecchie di cent’anni sul palcoscenico, in realtà giovinette dei bell’aspetto. Oppure il contrario: femmine fascinate trasformate dal trucco che riprendevano gli anni più tardi, dopo gli applausi e i sogni, in camerino ... Un bel giorno, però, nel secondo Cinquecento, Nicolò Barbieri, titolare di Compagnia, capocomico timorato di Dio, scrisse una supplica alle Autorità con la quale chiedeva per i suoi attori il riconoscimento di una dignità sicura, la doverosa ammissione al benvolere collettivo. È gente timorata di Dio, disse sostanzialmente messer Nicolò, che paga le prebende ai Governi nei luoghi in cui recita e fa offerte alla Chiesa. Gente che prega e soffre, gioisce e ha una propria vita come tutti. Gente in molti casi onesta, in altri, addirittura intransigente. E non tutte le attrici sono solo disinibite signore. La quotidianità laboriosa e pulita che trascorre nelle case dei borghi, della città, delle campagne, la si può ritrovare, pari pari, nei carrozzoni degli attori. Che rivendicano il diritto, per prima cosa, di essere sepolti in terra consacrata.

TIERI - Il linguaggio del teatro anche questo contiene: la lotta dell’attore per uno status “normale”, la fatica di essere passato da tramite degli dei a sospetto intrattenitore, da sacerdote laico a buffone licenzioso. Mentre

gli in gradienti del “messaggio”, il lavoro della scena rimanevano (e rimangono) gli stessi: parola e azione, costruzione di un discorso che è simulazione della vita, costruzione artistica “più vera del Vero”. Perché la paura mimesis, cioè l’imitazione del Vero in senso aristotelico, al teatro, in fondo, non mai bastata.

LOJODICE - Qualcosa di più vero del Vero. Pirandello ne fece il proprio tormento, partorendo situazioni e personaggi che su questa “verità”, non solo doppia, ma molteplice, si fondano. La Verità della scena, dicevano: è senz’altro il tramite obbligatorio perché si instauri, fra attore spettatore, la famosa comunicazione. E il palcoscenico, inteso come spazio particolare, designato, ritualizzato, riconosciuto, ospita l’evento. Ma non nel caos, bensì con regole, con elementi costitutivi e inalienabili di un discorso che solo è suo.

TIERI - Ci aiuta, qui, la spiegazione di un regista molto tecnico, che va per la maggiore e piace ai giovani, Bob Wilson. Il quale, per svelarsi e svelare i segreti della grammatica teatrale non dipendenti solo dal testo e dall’attore, si mette idealmente di fronte agli spettacoli di Giorgio Strehler: “La luce - dice - come un attore, l’attore in più, senza un nome proprio. Noi comunichiamo normalmente gli uni con gli altri soprattutto mediante i sensi della vista e dell’udito: vale a dire ciò che udiamo e ciò che vediamo. La luce è ciò che, a teatro, ci aiuta a vedere e a udire. Spesso quel che vediamo sulla scena è solo decorazione per ciò che udiamo. Così non deve essere. Il linguaggio teatrale più comunicativo sa che ciò che vediamo è altrettanto importante di ciò che udiamo. L’immagine, cioè, è importantissima. E la luce - se ben pensata e usata come la usava Strehler - com-

pie questo miracolo di equivalenza: crea lo spazio, rende potente l'immagine al pari della parola, definisce lo spazio e, dunque, il tempo, due grandezze coesistenti. Ne deriva una tensione, un incrocio che costituisce l'architettura di tutto: così si sta in piedi sulla scena, così si suona Mozart al pianoforte, così si canta, così si recita ...".

LOJODICE - Abbiamo citato Strehler, un maestro. Proprio lui, nel corso di una lunga intervista sul linguaggio teatrale, lui allievo convinto di Copeau, lui che teneva molto a distinguere fra ragione ed emozione e pretendeva che l'attore, per recitare, le usasse ambedue, è testimonianza di come l'interazione fra Parola, Immagine, verità del testo e verità dell'attore, nel cerchio trasfigurante della luce, costituisca la grammatica di cui parlavano prima. Aroldo perfeziona sempre il discorso sottolineando l'apporto personale dell'interprete, il lavoro dell'"attore solo", garante, come e a volte più del regista, della sintassi. L'attore che va cercando il testo da rappresentare, il testo giusto, che in un determinato momento gli corrisponde, è così perfettamente rispecchia, sia pure trasfigurandole, certe sue interiorità, da risultare, se da lui interpretato, non solo esteticamente, ma anche socialmente utile. L'attore che in qualche caso esegue, soffrendo, le scelte altrui.

TIERI - Sì, il tema-problema delle scelte dell'attore me lo sono sempre posto. Probabilmente perché, in un secolo dominato da teatro regia, l'attore che sceglie bene, che sa scegliere, diventa in un certo senso regista di se stesso, e compie quell'azione di coordinamento grammaticale e sintattico alla quale dobbiamo l'unitarietà del linguaggio teatrale. Quando sono di fronte al panorama della drammaturgia universale, compio, innanzitutto, una ricognizione interiore.

Cerco d'individuare dentro di me quali siano i dibattiti, le tensioni del momento, gli afflitti, le intenzioni. Faccio poi corrispondere a questi sentimenti un testo che li sappia esprimere nella maniera migliore, nel modo più evidente. Non direi esplicito, bensì, ripeto, evidente. Questa forma di corrispondenza fra spirito di un testo e interiorità dell'attore, si avvicina, in qualche modo, alla ricerca compiuta da un grande regista russo, Kostantin Stanislavskij, sui modi nei quali un attore, pescando dentro di sé per trovare stati d'animo analoghi a quelli del suo personaggio, può arrivare alla migliore interpretazione possibile. Si tratta di una forma di analogia emotiva-sentimentale apparentemente complicata, macchinosa, in realtà, direi, "naturale", un processo razionale e istintivo insieme che porta alla cosiddetta immedesimazione.

LOJODICE - Arriviamo così a un'ulteriore faccia del linguaggio teatrale: la preparazione dell'attore. Essa può avvenire in molti modi. L'importante è che esista. L'attore spontaneo risiede in tutti noi. In tutti noi è più o meno latente l'istrione, pronto ad uscire allo scoperto per enfatizzare (o traslare), situazioni speculari del corpo e dello spirito. Il rito teatrale codificato, però, non ha bisogno di fuochi spontanei, di talento allo stato brado e viceversa. Disciplina della memoria, dell'intonazione, della collocazione spaziale sulla scena (detta, in semiologia, "prossemica"), della comunicativa con il pubblico. Senza preparazione, senza scuola, il messaggio teatrale che l'attore invia in platea sarebbe privo di carisma, avrebbe, di volta in volta, le caratteristiche del comizio, dell'interpretazione sentimentale, della sbrasata comica e via dicendo. Al contrario, persino la cosiddetta improvvisazione è frutto di disciplina. Il teatro come linguaggio, cioè, è artificio a trecentosessanta gradi, artificio sublime, organizza-

to, cui gli artisti danno caratteristiche di vita vera.

TIERI - Non crediate, con questo, che il linguaggio teatrale, così “costruito”, così denso e scientifico sul piano dell’architettura espressiva, sia poi complicato sulla scena. Nulla è più semplice ed evidente del teatro ben fatto. Pensate a Shakespeare, alle sue sintesi geniali, cui bastano davvero un bravo attore, la luce e il pubblico per rendere viva e vera la situazione. “Siamo fatti della stessa materia di cui sono fatti i sogni” dice il mago Prospero, e la sua isola incantante, le magie dei numeri e degli elementi, Calibrano e Ariel, la Natura che può farsi tremenda, così come è amica dell’uomo, tutto scaturisce naturalmente dall’alchimia fra scenografia verbale e disciplina dell’interprete.

LOJODICE - Il linguaggio teatrale, alla fine, è davvero quello di cui parla Aroldo: evidenza. Ottenuta a prezzo di preordinazioni “alte”, ma potente, precisa, specifica. Si materializza nel momento in cui i due famosi esseri umani, l’attore e lo spettatore, si fronteggiano per “parlarsi”. Si può fare grande teatro con Shakespeare, certo. Ma l’“evidenza” di cui parliamo scaturisce anche da una Parola meno assoluta: bastano vocazione scenica, affidabilità e scuola (lo dicevano poc’anzi). E l’artificio può essere meraviglioso, il più “naturale” del mondo. Ricordiamoci di Cotrone, nei Giganti della Montagna di Pirandello. Ilse gli chiede: “Lei inventa la verità?”. E lui: “Non ho mai fatto altro in vita mia! Senza volerlo, Contessa. Tutte quelle verità che la coscienza rifiuta. Le faccio venir fuori dal segreto dei sensi, o a seconda, le più spaventose dalla caverne dell’istinto. Ne inventai tanta al paese, che me ne dovetti scappare, perseguitato dagli scandali ...”.

TIERI - Abbiamo parlato di linguaggi, di grammatica scenica, di disciplina, tirato in ballo la prossemica, citato Stanislavskij perché vicino alla poetica del tipo di attore che, io credo, più mi somiglia. Abbiamo ricordato un grande artigiano della scena come Strehler (perché chi fa la scena è prima artigiano che artista). Tutto per tracciare la linea di ciò che l’espressione teatrale è, o dovrebbe essere, e perché sia così specifica, unica, non riproducibile (il video di uno spettacolo di teatro costituisce, sempre e soltanto, una documentazione parziale di esso), diversa ad ogni replica. Il linguaggio teatrale, per questo ventaglio di motivi, occorre allora “parlarlo”, apprendendolo, assorbendolo sera per sera in platea, oppure in palcoscenico. E tradite pure la tv, il cinema, il vostro computer, il telefono, al quale, probabilmente, trascorrerete ore ed ore ...

LOJODICE - “Formato nelle sventure, io conosco molti modi di purificarsi, e so quando conviene parlare e quando tacere. In questa causa, un saggio maestro mi ha ordinato di far sentire la mia voce”. Così Oreste nelle Eumenidi di Eschilo, la terza parte dell’Orestea. Così Aroldo. Perché vede corrotta e svilta questa lingua che abbiamo tentato di definire. Perché sono in crisi i rapporti fra drammaturgo e regista, fra regista e attore, fra attore e testo. L’attore va in scena e spesso, non sa se l’ABC del famoso linguaggio debba venirgli dalla Parola, dalla propria elaborazione della stessa, dal regista o da qualcos’altro. Ritengo che la sua ricerca sia di tipo spirituale, come quella di Peter Brook, che dopo essere passato attraverso tutti i tipi di teatro possibile, dalla tragedia classica al musical, scava oggi nel mistero dell’attore attraverso i famosi spettacoli “antropologici”, oppure si dà a Beckett, tentando di penetrare i misteri della sua waste land.

TIERI - Io credo, in realtà, che noi tutti stiamo vivendo, in teatro, una crisi profonda del linguaggio. Al tempo stesso, la diagnosi negativa non basta. Dovremmo e vorremmo ritrovare il bandolo, del linguaggio teatrale, ristabilire i rapporti, le scale di valore, le priorità. Si parla tanto di sperimentazione, sperimentazione uccisa e sperimentazione risorta. Penso, usando le parole di un grandissimo scenografo, che “in teatro la sperimentazione sia paragonabile a un intervento su un corpo vivo, dove l’organismo è già perfettamente assestato. Un esperimento di tecniche nuove scombussola le strutture convenzionali, e può provocare situazioni paradossali, in contrasto con la logica dello Spettacolo. Se si cambia un elemento fondamentale, si verifica la solita reazione a catena: bisogna cambiarne un altro e un altro ancora ...”. Ma si arriva correttamente al Nuovo. Ecco, io questo mi auspico: che ci sia il cambio, ma in senso restauratorio-rivoluzionario. E scusate l’ossimoro. Mi auspico che il Teatro rammenti da dove viene e come è nato. Che l’attore ricordi, attraverso la pulsione sanguigna, magari, e poi subito con il cervello, che un bel giorno, a Occidente come a Oriente, si staccò dal Coro e assunse in prima persona il compito di interpretare. Dal sacro al profano, l’abbiamo visto e lo ripetiamo, il passaggio è stato graduale e mai del tutto dimentico delle origini. Si sono formati i codici, la Parola si è organizzata in testi, l’Attore ha dominato il tempo e la scena, conscio del proprio potere di tramite. Poi, il teatro di Regia. Che ha segnato il Novecento, esprimendo giganti della regia, certo, ma illanguidendo i protagonisti sulla scena e relegandoli, diciamo così, al ruolo di esecutori. Un paragone con la liturgia ecclesiastica? Il rito della Santa Messa. Confrontato, con il dovuto rispetto, a un evento teatrale. La Messa contempla uno o più officianti principali e molti con celebranti, cioè tutti coloro che fanno

parte dell’ecclesia, ossia la Chiesa, il popolo di Dio. Della stessa equivalenza fra elementi costitutivi - io credo - avrebbe necessità oggi, per rinnovarsi, il linguaggio teatrale. Equivalenza che non significa differenziazione fra ingredienti e ruoli, bensì reciprocità di valenze, “concelebrazione” appunto.

Voglio chiudere con una citazione di Jacques Copeau. Durante una lezione agli attori sul linguaggio teatrale, egli tentò di “rivitalizzarli” incitandoli a creare essi stessi, a collaborare dall’interno al fatto scenico. Dice il regista: “Lavoriamo da tre mesi, siamo stanchi. Non posso, in questo momento, sovraccaricare le vostre memorie solo perché non possiamo presentare al pubblico una pièce sufficientemente lunga ... Ma se voi foste dei veri attori non avreste difficoltà a supplire, a far divertire il pubblico quei minuti in più che gli si devono, con qualche scena presentata a modo vostro. Non chiamiamolo inconveniente, il doversi esprimere in pubblico fuori da ciò che si è imparato a memoria. Dove sta l’improvvisazione? Dove stanno vecchi attori italiani?”. Bravo Copeau. Dove improvvisazione significa un patrimonio linguistico ampio, colto, specifico, usabile sempre, e disinvoltamente. Saper fare discorso, insomma, con i punti e le virgole, alternando frasi diverse, significative, giuste per il momento e gli uomini che le attendono. Dove il Teatro, per dirla con una frase breve breve, sia Teatro, e non sia costretto a fare a meno di niente. Neanche del pubblico.

Aroldo Tieri e Giuliana Lojodice

Negli USA cambia direttore il mensile **Time**. Dopo 11 anni, dal prossimo gennaio, lascia Norman Pearistine. Gli subentra John Huey. (*Sergio Borsari*)

OSSERVATORIO GIOVANI-EDITORI

Il bilancio di 5 anni

Quest'anno, nel mese di Giugno, l'Osservatorio Permanente Giovani-Editori ha festeggiato i suoi primi cinque anni di attività.

Quando abbiamo lanciato il progetto "Il Quotidiano in Classe" nel 2000, ci siamo impegnati in una sfida dal valore civile e sociale alto: quella di avvicinare i giovani alla lettura critica dei quotidiani. Da allora abbiamo continuato a lavorare in questa direzione, e il senso della nostra scommessa non è cambiato.

Oggi più che mai siamo convinti che la lettura critica dei quotidiani rappresenti per i giovani un'occasione unica per crescere, per sviluppare un'opinione propria ed autonoma, e per maturare una solida coscienza critica che li renda, domani, cittadini più liberi. Questi cinque anni sono stati per noi molto intensi, pieni di impegni e di soddisfazioni, di sfide e di riconoscimenti.

Ci sono stati vicini gli editori e i giornalisti, le fondazioni di origine bancaria sono state al nostro fianco. Sono state con noi le istituzioni del nostro Paese, dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, che proprio quest'anno ha concesso all'Osservatorio l'accredimento come ente impegnato nella formazione degli insegnanti, al Presidente della Repubblica, Carlo Azeglio Ciampi, che ha voluto esprimere tutto il suo apprezzamento e sostegno per la nostra iniziativa. Ma soprattutto ci è stato vicino il mondo della scuola.

Siamo orgogliosi dei risultati raggiunti, la conquista più importante di questa sesta edizione del progetto è quella di aver coinvolto un giovane italiano su due di età compresa tra i 14 e i 18 anni, e per questo vogliamo dire un grazie a tutti gli insegnanti italiani che ci aiutano a portare avanti

la nostra iniziativa.

E' un piccolo esercito composto da oltre 34.000 docenti che ha raccolto il nostro appello e ha deciso di stare con noi in questa sfida: siamo partiti allora con 100.000 studenti, ed oggi, dopo soli cinque anni, gli studenti sono 1.200.000.

Anche per questo motivo l'Osservatorio ha scelto di impegnarsi ogni anno per mettere a punto un'attività di formazione rivolta ai docenti che possa fornire loro sempre nuovi strumenti metodologici e didattici.

Un modo, questo, per stare vicino a chi ci è vicino, per ricambiare la fiducia e l'impegno di tutti gli insegnanti che lavorano insieme a noi per dare al nostro Paese la speranza di un futuro migliore.

Dopo cinque anni è arrivato anche per noi l'esame di maturitàl'esame di chi non si accontenta solo di grandi numeri, ma vuole lavorare anche per contenuti più forti. L'esame di chi lavora perché la lettura critica di più quotidiani in classe porti un vero contributo alla crescita delle giovani generazioni e alla formazione delle classi dirigenti del futuro. L'entusiasmo degli studenti e dei docenti che partecipano al progetto ci spingono a proseguire con fiducia nelle nostre attività, a cercare di fare sempre meglio e a pensare a nuovi terreni sui quali misurarci.

Nell'ambito del progetto "Il Quotidiano in Classe" per questo anno scolastico ci siamo adoperati per ampliare l'offerta formativa rivolta ai docenti organizzando più giornate di formazione sul territorio e realizzando una nuova proposta didattica.

Inoltre sono state avviate anche iniziative rivolte agli studenti proprio con l'intento di coinvolgerli sempre di più e di offrire loro nuove occasioni per far sentire la loro voce e per confrontarsi con illustri personaggi del mondo dell'editoria nazionale ed internazionale, della cultura e dell'impresa.

Nel frattempo continuiamo a guardare al futuro e ad altri grandi obiettivi.

Osservatorio Permanente Giovani-Editori

L'immagine come costruzione iperreale del mondo

di *Andrea Pitasi*

Ho sempre trovato molto deludente la cosiddetta realtà deludente per l'eccessivo rumore che la domina. Quando parlo di rumore intendo dire che, ad esempio, in una fiction mentre i due protagonisti si baciano romanticamente non arriva una zingara che gli chiede l'elemosina (a meno che questo non sia funzionale all'economia della storia) mentre nella cosiddetta realtà ognuno di noi deve continuamente zigzagare, evitare, eliminare tutti quei fattori di disturbo (dal rumore del traffico a pensieri stupidi e nocivi, da persone invadenti e non gradite ai piccoli contrattempi ecc) che ci distolgono e deconcentrano dal senso che stiamo attribuendo al nostro vivere e da ciò che vorremmo davvero fare sia qui ed ora, sia in prospettiva, della nostra vita. Forse è anche per questo che quando imparai fotografare mi si aprì un nuovo orizzonte che oggi esprimo, ovviamente con parole che all'epoca non avrei neppure potuto intuire orizzonte che ho quasi afferrato attraverso sette piccole, ma per me importanti, scoperte che mi hanno permesso di comprendere la funzione delle immagini fotografiche come costruzioni iperreali del mondo.

La prima scoperta che feci nella mia analisi fotografica del mondo fu che la cosiddetta realtà è terribilmente incerta, confusa e sfuocata e, quindi, per i miei gusti, del tutto priva di interesse. Certo con gli occhiali adatti le cose migliorano tuttavia la nitidez-

za rimane un'illusione. Avevo sette anni quando feci questa scoperta e, usando la mia Polaroid Zip mi rifugiai in un mondo più ordinato e logico mettendomi a fotografare, nella piazza davanti a casa, le targhe delle auto parcheggiate. Fortunatamente i nostri vicini di casa ci conoscevano per cui nessuno pensò che fossi una "spia" (erano gli anni della Guerra Fredda, non dimentichiamolo), e neppure io credevo di esserlo. I miei genitori erano un tantino perplessi dalla mia mania di fotografare targhe ma quando il signore dell'infortunistica stradale che aveva il suo ufficio nell'isolato rivelò un certo interesse per i miei scatti, archiviarono l'idea di sottopormi ad un elettroshock per farmi passare quella mania fotografica. La seconda scoperta la feci sul finire delle scuole medie. Le mie giornate all'epoca erano dominate dai compiti, dal basket, dai Chips, da Starsky ed Hutch, dalla famiglia Bradford e soprattutto, wow!, da Happy Days... e da Spider Man!

Preferivo, e ancora preferisco, le produzioni statunitensi a quelle italiane sia nel cinema, sia nella televisione e questo, come dirò più avanti, ha un significato preciso nello sviluppo della mia teoria dell'immagine. Prima di rivelare la mia seconda scoperta faccio un passo indietro raccontando un aneddoto che invito il lettore ad interpretare, per quanto possibile, dal punto di vista di un undicenne.

Nel condominio nella prima periferia di Bologna ove vissi anni nel complesso piuttosto dimenticabili, c'era un cortile che per noi bambini era, un po' come per Snoopy la sua cuccia, un campo da calcio, un'astronave aliena, un campo da basket, una sala per feste danzanti, un aeroplano, il campo di battaglia di feroci scontri tra indiani e cowboys ecc. Quando il clima lo permetteva si stava a giocare fino a poco prima di cena (che per un bambino nel nord Italia di allora significava più o meno le 19) e appunto poco prima di cena rincasavo tutto contento per andare a vedere Goldrake in attesa di cenare. Una sera, contro ogni mia previsione, mi interrupperono Goldrake sul più bello per trasmettere un'edizione straordinaria del *TG1* sul rapimento Moro. All'epoca la tv era già a colori eppure nei miei ricordi quei telegiornali erano in bianco e nero mentre Goldrake, sì, era a colori. Ed eccoci, appunto alla seconda scoperta: la via di uscita da una realtà confusa e sfuocata è la costruzione nitidamente "plastificata" della propria idea di realtà. In quegli anni, mi ero già stufato di andare in gita a Paperopoli e a Topolinia, ma ero anche stufo del bianco e nero da austerità dei vari Comandante Mark, Tex, Zagor e Diabolik... Un paio di anni prima avevo scoperto l'universo Marvel (in particolare ero e sono un fan di Spider Man!) che, semioticamente parlando, è ancora un mio paradigma di riferimento cromatico ma di questo dirò più avanti.

Il guaio è che le costruzioni nitidamente plastificate fanno un effetto sgradevole. Un po' come quando si conosce una ragazza bellissima una sera ad una festa, si flirta, si va a letto insieme con questa simil top model e il mattino dopo, se ci si sveglia ancora insieme, si apre gli occhi accanto alla gemella di Frankenstein dato che il make up e tutto il

resto hanno cessato di funzionare. Ma questa esperienza illuminante era al di fuori della mia portata di dodici - tredicenne scoperta che oggi amo definire con le parole di Jean Baudrillard "se qualcosa vuole diventare immagine non è per durare, è per meglio scomparire". Questa seconda scoperta fu il paradigma dominante della mia adolescenza. La terza scoperta arrivò quando ormai ero studente universitario. Una scoperta concettualmente facile da comprendere ma, proprio per l'intrinseca rumorosità della vita affatto difficile da applicare: la costruzione iperreale dell'autenticità. Alle ragazze schizofrenicamente sdoppiate tra un'immagine da top model e un'identità da gemella di Frankenstein è facile che più di qualcuno abbia consigliato frasi tipo: "sii te stessa e fregatene del resto". Il problema è che ciascuno di noi, specialmente negli anni dello sviluppo, ha vari aspetti della propria personalità coi quali si dà ancora prudentemente del lei. Essere la gemella di Frankenstein, esserlo autenticamente e potentemente fino in fondo richiede, ad esempio, una costruzione di se stessi ancor più profonda ed accurata di quella di un'immagine nitidamente plastificata. Essere fino in fondo ciò che si è significa essersi ricostruiti da cima a fondo e avere espulso dalla propria vita una quantità enorme di rumore (ad esempio condizionamenti familiari, etichette sociali del senso comune, luoghi comuni della tradizione ecc), un lavoro che solo i grandi attori, metaforicamente parlando, sanno fare su se stessi.

L'immagine è costruzione e fotografare per me è uno degli strumenti più creativi in tal senso. La quarta scoperta è che questa costruzione iperreale della propria autenticità è inesorabilmente vincolata alle tecnologie disponibili. Una bellissima metafora di

questo è il dipinto “tavolozza con un paesaggio” (1878) del pittore impressionista Camille Pissarro. Oltre un secolo dopo Giuseppe Banchieri creò “tavola nel giardino” (1989) al di là della creatività dei due artisti essi hanno realizzato le proprie opere con le tecnologie che il loro tempo concedeva loro.

Ogni creatore d'immagini crea in questo vincolo evolutivo.

Nell'information age il vincolo tecnologico è la dissoluzione tra pittura, grafica, fotografia e creazione d'immagini al computer. Probabilmente, oggi parlare semplicemente di immagini è la cosa più corretta sul piano estetico e tecnico. La quinta scoperta, per la quale sono in debito verso l'opera di Eduardo Urculo, è che se si crea un registro iperreale per la costruzione dell'autenticità è quasi automatico approdare ad un'estetica del desiderio soddisfatto in quanto l'altissima selettività della costruzione elimina rumore, surrogati ed autoinganni con effetto placebo e mette l'individuo davanti ad un semplice codice binario 0/1: ovvero desiderio soddisfatto/desiderio non soddisfatto. Nel secondo caso, rimanendo fedeli a se stessi, la ricerca continua senza mai fermarsi in luoghi concettuali, biografici ed estetici inadeguati nel primo caso l'approdo è, invece, gioiosamente sereno e senza oscurità latenti.

Dicevo nelle pagine precedenti, che preferisco il cinema hollywoodiano (prima ancora che genericamente statunitense) a quello italiano. Il motivo è la cromofobia strisciante nel secondo contrapposta alla cromofilia gioiosamente dilagante nel primo. Vedrò di essere più chiaro senza addentrarmi in tecnicismi quali la temperatura colore, il tipo di supporto di registrazione ecc.

A mio parere un film è tanto più riuscito

quanto più riesce ad essere iperale a far dimenticare al pubblico di star vedendo un film. Quando guardo un film italiano, più in generale europeo, è raro che mi scordi che la scena che sto guardando è circondata da regista, cameramen, truccatori, tecnici ecc. Quando guardo un film hollywoodiano è rarissimo che mi ricordi invece che la scena è circondata da questa varia umanità. Questo vale anche per quei film e telefilm più di entertainment. Quando Jennifer Garner è Sidney Bristow in *Alias* è Sidney Bristow e anche quando le scene sono improbabili (malmenare da sola cinque o sei tipi loschi del direttorio Kappa, e armati fino ai denti, a colpi di sole arti marziali, ad esempio), la costruzione è iperale nel senso che neanche il colore del rossetto della Garner ci fa essere lì con lei, per così dire, mentre nella maggior parte dei (tele)film europei i colori sono spesso tenui e sbiaditi. Come si fa a prendere sul serio una attrice che, ad esempio, impersona un medico o un avvocato in una soap italiana quando neppure il bianco del suo camice o il nero della sua toga hanno il coraggio di essere davvero bianchi o davvero neri e quando questi toni sbiaditi ci ricordano implacabilmente il supporto tecnico (la pellicola, ad esempio) tra noi spettatori e la trama, tra noi spettatori e gli attori?

Dunque la costruzione iperale è figlia di un'accurata e geniale postproduzione mentre molto spesso i (tele)film europei sembrano realizzati secondo il principio “buona la prima”. Sempre la Garner è stata protagonista di *Devil*, girato a Los Angeles e in post produzione simulato a New York. E la new York di *Devil* è più newyorchese di New York. Ed eccoci alla sesta scoperta: l'intensità e la frequenza della luce (e relativamente del colore) fanno la differenza tra il reale

sfuocato e l'iperreale autentico. Volgendo lo sguardo indietro ricordo che, ad esempio, tutti i fumetti italiani della mia infanzia erano in bianco e nero salvo il "numero speciale a colori" (solitamente il 100, il 200) e qualche librone che raccoglieva il meglio delle avventure di questi personaggi immaginari. Era un mondo in bianco e nero, un mondo peraltro di austerità economica in cui persino il colore era un lusso esclusivamente per i giorni di festa. Peraltro il bianco e nero di quegli anni era grigiastro, anonimo a bassa definizione, a basso contrasto, opaco e prudente! Chi, appassionato di fotografia in quegli anni non ha mai cercato di ricorrere a potassio ferricianuro e colori ad acqua per dare vita a quei bianco e nero così poco convincenti? E chi, anni dopo, vedendo la bambina col cappottino rosso in Schindler's List, non ha avuto un brivido estetico come quando si ritrova una foto, dimenticata anni, di se stessi da piccoli?

La grandezza di Spielberg risiedeva proprio nel colore. Una delle più lucide frasi di Stalin rispetto al media management degli stermini di massa recitava più o meno così: "una morte è una tragedia, un milione di morti è una statistica." La regia cromofila ed il cappottino rosso hanno consentito di comprendere la tragedia di una morte nella sua riconoscibilità, nel suo farsi singola persona che reclama la responsabilità di un eccidio in una singola morte.

Dicevo, appunto, che la sesta scoperta consiste nel fatto che l'intensità e la frequenza della luce (e relativamente del colore) fanno la differenza tra il reale sfuocato e l'iperreale autentico. Che vuol dire ciò, concretamente? Significa che ogni scena richiede l'atmosfera adeguata. Un business meeting a lume di candela, ad esempio, implica semplicemente che è saltata la luce e una storia

d'amore che si svolge in un'illuminazione al neon sappiamo già, inconsciamente, che è improbabile che abbia un lieto fine.

Nei (tele)film europei ci si innamora o ci si uccide nella stessa piatta luce in cui io vado a comprare il prosciutto. Come posso prendere sul serio la trama che mi scorre innanzi se mi offre una realtà cotanto sfuocata?

Per concludere questo scritto, la settimana scoperta: il famoso designer Bruno Munari insegnava che ognuno vede ciò che sa. Parole laicamente sante.

Andrea Pitasi

DIGITALE TERRESTRE

Mediaset ha deciso di sperimentare l'alta definizione digitale nelle prime regioni destinate alla trasformazione e cioè Sardegna e Valle d'Aosta. Sky ha già lanciato l'alta definizione per i locali pubblici. E da novembre offre un nuovo decoder dotato di una memoria di 60 ore e con molteplici funzioni. Inoltre Murdoch ha scritto alla UE perché intervenga per far sospendere i finanziamenti statali riservati a quanti acquistano il decoder per il digitale terrestre.

Rai Way ha deciso la sperimentazione tecnica della diffusione radiofonica digitale in onda media. Sperimentare il sistema DRM è indispensabile per garantire ai programmi radiofonici di essere ricevuti in tutta l'Europa in tecnologia digitale. Le trasmissioni saranno irradiate dal centro Rai di Sizzano utilizzando trasmettitori di bassa potenza che garantiscono l'alta qualità del segnale. La fase sperimentale avverrà nelle ore notturne. (*Sergio Borsi*)

Comunicare la ricerca in Italia Il Civr e la nuova valutazione del sistema

di *Andrea Lombardinilo*

Qualità, rilevanza, originalità/innovazione, internazionalizzazione. Ruota intorno a queste parole chiave la strategia comunicativa del Comitato di indirizzo per la valutazione della ricerca (Civr), organo del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca cui è affidato il compito di valutare a 360 gradi il sistema della ricerca italiano. Le parole chiave indicano in particolare i quattro obiettivi fondamentali enunciati nelle Linee guida per la valutazione della ricerca, documento voluto dal Miur ed elaborato dal Civr, testo che riguarda l'intera comunità scientifica. I quattro obiettivi sono riferiti ai progetti e ai prodotti della ricerca scientifica e tecnologica che sono stati sottoposti a valutazione, come avviene in altri Paesi che, a differenza dell'Italia, da anni hanno introdotto e coltivano la cultura della valutazione. L'azione del Comitato ha avuto avvio con il primo esercizio di valutazione, che ha abbracciato il triennio 2001-2003 ed è proseguita durante il secondo esercizio di valutazione, il cui triennio di svolgimento sta per terminare con la pubblicazione della relazione conclusiva.

La valutazione e il nuovo sistema di finanziamento delle Università

La prospettiva del lavoro che il Civr ha svolto e sta svolgendo è stata quella di dotare l'Italia di un sistema oggettivo ed affidabile, in grado di migliorare il collegamento istituzionale fra risultati della valutazione, selezione dei progetti e allocazione delle risorse. Proprio il nuovo siste-

ma di finanziamento degli atenei statali, elaborato dal Comitato nazionale di valutazione del sistema universitario (Cnsvu), conferisce all'attività del Civr un ruolo ancor più determinante e strategico sul versante della comunicazione istituzionale. Il modello prevede la distribuzione delle risorse finanziarie del Fondo di finanziamento ordinario (Ffo) in base a una adeguata valutazione sia dei servizi formativi erogati sia dei risultati effettivamente ottenuti. In particolare il 30% verrà distribuito in base ai risultati delle attività di ricerca scientifica, misurati con le procedure di valutazione opportunamente elaborate dal Civr.

La struttura organizzativa del Civr

Per riuscire in questa mission il Civr, presieduto dal 2001 da Franco Cuccurullo, ha messo a punto un complesso apparato organizzativo. All'attività di valutazione hanno preso parte i 156 componenti dei 20 panel formati dal Comitato, 14 dei quali corrispondono alle aree disciplinari del Consiglio universitario nazionale (Cun). Interessati dall'attività di valutazione sono circa 18.500 prodotti, selezionati dalle strutture di ricerca del Paese che partecipano al processo (102 tra Università ed enti, pubblici e privati). Ai Panel si sono affiancati oltre 12.000 esperti, italiani e stranieri, di comprovata caratura internazionale. E' previsto che i risultati ottenuti al termine delle indagini valutative consentiranno di tracciare una mappa realistica dei punti di forza e di debolezza del nostro sistema nazionale della ricerca, in modo da definirne, in

maniera oggettiva, la reale collocazione nel contesto scientifico internazionale.

Criticità del sistema della ricerca in Italia

Che quello italiano sia un sistema della ricerca complesso, tanto sul piano della conformazione strutturale quanto su quello delle procedure di finanziamento, è cosa nota. Altrettanto note sono alcune delle criticità che lo permeano. I dati Censis 2004 dicono che nel nostro Paese ci sono 2,82 ricercatori ogni mille appartenenti alle forze di lavoro, mentre in Europa il livello è di 5,7, in Giappone è di 9,4 e in Finlandia 13,8. Il numero dei brevetti italiani registrati all'European patent office è di 64,6 per milione di abitanti, mentre diventano 103,6 a livello europeo, e 140 per il Giappone; la spesa per la ricerca è pari all'1,07% sul Pil, contro l'1,98% a livello europeo e la quota di ricerca pubblica è da noi lo 0,69% sul Pil, contro una media europea dello 0,77%. E ancora: la spesa privata in ricerca è pari allo 0,57% del totale del valore aggiunto all'industria, contro il 4,78% della Svezia, il 2,55% degli Usa e l'1,61% dell'Unione europea.

Le azioni del Miur per il rilancio della ricerca italiana

Per arginare queste criticità e potenziare il sistema della ricerca pubblica il Ministero ha realizzato alcune grandi linee di intervento, su cui si è incentrata l'intera strategia di comunicazione e di informazione attuata sul versante della ricerca dal 2001 a oggi. Tra le azioni più significative ci sono:

“ la riforma di alcuni enti pubblici di ricerca (in primis Cnr e Asi);

“ il potenziamento delle attività di ricerca di base (nel periodo 2002-2005 sono stati stanziati e distribuiti attraverso il Fondo investimenti per la ricerca di base (Firb) 600 milioni di euro

per grandi progetti di ricerca in aree strategiche, come bioscienze, infoscienze, nanoscienze);

“ lo sviluppo della ricerca universitaria, in particolare attraverso il finanziamento dei Progetti di rilevante interesse nazionale, Prin (nel 2004 sono stati finanziati 982 progetti per un importo complessivo di 137 milioni di euro);

“ lo sviluppo di attività di ricerca nel Mezzogiorno (attraverso il Pon Ricerca, Sviluppo tecnologico ed Alta formazione sono stati finanziati a tutt'oggi 2.250 progetti di ricerca ed alta formazione);

“ la creazione dei distretti di alta tecnologia (undici fino a oggi) e dei laboratori pubblico-privati nel Mezzogiorno;

“ la creazione delle Università telematiche (quattro fino a oggi), che possono rilasciare titoli universitari di primo livello (laurea triennale) e di secondo livello (laurea specialistica), aventi pieno valore legale.

La strategia di comunicazione del Miur nel campo della ricerca

La campagna di comunicazione attuata dal Ministero ha riguardato la promozione delle iniziative intraprese nell'ambito di ciascuna delle suddette azioni, che contenevano in nuce un elevato grado di notiziabilità. Ciò è avvenuto sia a livello di diffusione stampa (conferenze stampa con distribuzione di materiale illustrativo ai giornalisti e relativo lancio di comunicati alle agenzie e alle testate giornalistiche anche regionali, qualora l'informazione avesse ricadute di particolare interesse locale), sia a livello di organizzazione di convegni, incontri, dibattiti o workshop, mirati a sensibilizzare l'opinione pubblica sulle iniziative intraprese in un settore, quello della ricerca, che crea movimento di opinione e catalizza l'interesse degli organi di informazione in determinate circostanze: in occasione di una scoperta scientifica rilevante, dell'assegnazione di un premio Nobel, oppure

ogni qualvolta si verificano eventi all'apparenza negativi. E' il caso della martellante campagna informativa di reti televisive e giornali legata al (presunto) fenomeno della fuga dei cervelli all'estero, che fonti ministeriali hanno invece preferito ricondurre nell'alveo di una più fisiologica circolazione internazionale del sapere.

Più in generale va detto che il battage comunicativo del Ministero ha tenuto conto del target informativo potenzialmente più ricettivo al tema della ricerca. Se è vero che il grado di appetibilità dell'informazione istituzionale è direttamente proporzionale all'appeal comunicativo delle notizie fornite, vale a dire direttamente proporzionale alla loro consistenza giornalistica, era prevedibile attendersi un maggior feedback mediologico quando tali notizie contenessero un tasso elevato di fruibilità da parte del lettore. Non è un caso che risultati soddisfacenti abbia dato la campagna di comunicazione attuata per dare risalto ai numerosi accordi internazionali siglati nel corso del 2005 dal Ministero con Università, enti e strutture di ricerca stranieri, con l'obiettivo di ottenere ricadute tecnologiche ed economiche nel nostro Paese, soprattutto sul fronte della ricerca industriale e dell'internazionalizzazione della formazione universitaria. Al centro degli accordi siglati ci sono infatti la salute, la sicurezza, l'ambiente, l'accrescimento della competitività delle imprese, lo sviluppo sostenibile. Sono tematiche di stretta pertinenza sociale e quindi di elevato appeal comunicazionale.

Miur e Civr insieme per comunicare la ricerca

Discorso a sé merita la strategia di comunicazione attuata dal Civr in coordinamento con l'ufficio stampa del Ministero per diffondere il principio della valutazione del nostro sistema della ricerca. Del resto, proprio la valutazione figura tra le parole chiave del Programma

nazionale della ricerca (Pnr) presentato nel marzo scorso, insieme a "sviluppo e valorizzazione del capitale umano, eccellenza nella ricerca di base, concentrazione su punti di forza e settori strategici, multidisciplinarietà, internazionalizzazione, collaborazione pubblico-privato, utilizzo di una pluralità di fonti e di meccanismi di finanziamento".

La campagna di comunicazione del Civr, rivolta tanto alla comunità scientifica quanto agli organi di informazione, si è mossa lungo cinque assi portanti:

“illustrare regole e procedure di riferimento per la valutazione del Sistema nazionale della ricerca (Snr);

“favorire il collegamento istituzionale tra risultati della valutazione e allocazione delle risorse;

“aggiornare periodicamente sugli step organizzativi e logistici compiuti;

“agevolare la diffusione dei risultati della ricerca;

“rendere trasparente il processo della valutazione.

Comunicare la valutazione. Un esempio

Il rapporto tra qualità della ricerca e allocazione delle risorse è risultato uno dei punti di forza delle iniziative di comunicazione intraprese dal Comitato nel corso del 2005. La scelta ha consentito di veicolare all'esterno un messaggio improntato all'assoluta novità culturale che riveste la valutazione nel Paese, soprattutto se inserita all'interno di quel processo di internazionalizzazione che il nostro sistema universitario sta cercando di attuare sulla scia del Processo di Bologna e della Strategia di Lisbona. E' il caso, ad esempio, della conferenza stampa di presentazione dei Panel svoltasi nel gennaio scorso nella sede del Miur alla presenza del Ministro Letizia Moratti, del Viceministro Guido Possa e del Presidente Civr Franco Cuccurullo.

Lo studio degli articoli pubblicati a seguito della conferenza stampa conferma che il nesso tra fonte istituzionale e ripresa dell'informazione è stretto. Lo spoglio della rassegna stampa attesta un buon grado di attinenza al dettato contenutistico del comunicato stampa, puntuale nel fornire alcuni elementi di interesse giornalistico, come ad esempio la prevalenza di lavori in inglese esaminati e il primato spettante alle scienze mediche. Al titolo (Ricerca: al via il sistema di valutazione studiato dal Civr. 18.500 prodotti all'esame di 20 panel) seguono nel cate-naccio due brevi dichiarazioni del Ministro ("Per la prima volta l'Italia avvia una valutazione strutturale della ricerca nelle diverse branche del sapere") e del Presidente ("Da oggi la valutazione è elevata a sistema, con l'obiettivo di promuovere la qualità dei progetti e dei risultati"). E' interessante a questo punto passare in rassegna i titoli degli articoli pubblicati il giorno dopo sui maggiori quotidiani nazionali, che compendiano la sezione di apertura del comunicato:

"Il Corriere della Sera: "Bollino di qualità per la ricerca";

"Il Messaggero: "Moratti: la ricerca scientifica sarà valutata da 156 esperti";

"Il Giornale: "Università, finanziamenti in base alla qualità della ricerca";

"Avvenire: "Fondi alla ricerca in base ai risultati";

"Il Tempo: "Moratti: così cambierà la ricerca";

"Italia Oggi: "Fondi mirati per la ricerca".

L'ampiezza e il contenuto degli articoli documentano come la comunicazione istituzionale sia stata recepita e filtrata nel segno non solo di un buon grado di aderenza alla fonte, ma anche di un'attenzione specifica all'aspetto sociologico della notizia, che investe direttamente mondo scientifico e cittadini. Ecco dunque il ruolo affatto strategico che la valutazione del sistema

pubblico della ricerca in Italia assume per il Miur sul piano della visibilità e della diffusione degli interventi attuati negli ultimi anni sul versante del rilancio e del potenziamento dei sostegni finanziari alle strutture di ricerca.

La mission strategica della valutazione

Teoria dell'informazione e comunicazione istituzionale si legano a doppio filo nel momento in cui il messaggio da veicolare risponde ai criteri di fruibilità giornalistica e di immediatezza espressiva necessarie per raggiungere un target di utenti il più ampio possibile. In questo senso le quattro parole chiave - "qualità, rilevanza, originalità/innovazione, internazionalizzazione" - sintetizzano i contenuti intrinseci, gli obiettivi e la mission del Comitato, nel segno dell'esplicitazione chiara del ruolo scientifico che esso riveste nell'economia del potenziamento del sistema della ricerca italiano. Ruolo esplicitato anche graficamente nelle pagine del sito internet del Civr (www.civr.it). La home page costituisce un volano efficace per la trasmissione di un'immagine di sicuro impatto visivo: in primo piano un volo di gabbiani nel cielo azzurro e sotto una esortazione, non a caso in inglese: *Let research fly*. Lasciando da parte discorsi di tipo semiologico, la metafora rimanda al rilancio di un sistema complesso, quello della ricerca, che è impegnato a comunicare i propri meccanismi di funzionamento e a imporsi all'attenzione del pubblico. Un rilancio che il Civr sta cercando di attuare nel segno della trasparenza e della meritocrazia, altre due parole chiave altamente significative da un punto di vista sociologico e prioritarie nella campagna di comunicazione del Comitato.

Andrea Lombardinilo

Saxa Loquuntur Ovvero la comunicazione nell'antichità

di Raffaele Palmieri

Il comunicare nel mondo antico e soprattutto in età romana è affidato a due forme: alla scrittura ed alla lettura. Non tanto mi riferisco alle opere degli auctores, a noi giunte per lo più da papiri e che erano limitate ad uno sparuto gruppo di persone, appartenenti spesso alla classe dominante, quanto alla scrittura cosiddetta "esposta", all'epigrafia, a quelle iscrizioni che compaiono sui cippi sottostanti i personaggi famosi dell'antichità (si pensi, ad esempio, agli elogia che Augusto volle nel foro dell'Urbe sotto le statue dei condottieri e degli uomini romani più illustri) o inserita negli archi di trionfo o nei ponti o posta sui cippi miliari lungo le strade o sui muri dell'antica Pompei (le famose iscrizioni dipinte) o più semplicemente sui monumenti funerari delle necropoli.

Ebbene tutte queste scritte, come sembra, contribuirono non poco all'acculturazione del popolo. Come si è detto, anche la lettura favorì la comunicazione tra i vari individui. Una persona colta, che sapeva leggere e scrivere, leggeva in silenzio o ad alta voce, a seconda che si trovasse da solo o in compagnia di altri. Le espressioni ed i formulari, soprattutto quelli funerari, erano sempre gli stessi, anche se, a volte, differivano da una regione all'altra. Inizialmente queste espressioni erano scritte per intero; poi, quando il loro uso divenne comune, per economia di spazio, incominciarono a comparire in sigla

(si pensi, ad esempio, all'adprecatio agli dei Mani: Dis Manibus o Dis Manibus sacrum, ridotta successivamente a D.M. o D.M.s.) ed il loro significato era inteso da tutti.

Qualcuno, soprattutto negli ultimi decenni, ha avanzato l'ipotesi che alta era la percentuale di analfabetismo nel mondo romano, soprattutto a causa della persistenza delle lingue locali. È vero che Roma non abolì mai le lingue locali, gli usi e le tradizioni delle popolazioni che man mano andava sottomettendo, anche se la lingua ufficiale, prima della repubblica e poi dell'impero, era il latino ed in questa lingua si redigevano le leggi, gli editti e tutte le disposizioni del governo centrale. Siccome la parte orientale dell'impero era grecofona, il governo centrale si preoccupò di redigere in greco, per quelle province, tutti gli atti ufficiali. Un caso esemplare per tutti sono le Res gestae divi Augusti. Testi bilingui o plurilingui compaiono, comunque, anche per iscrizioni non ufficiali, meno importanti o anche private. Si pensi, ad esempio, all'insegna dell'officina marmoraria di Palermo (C.I.L. X 7296 = I.G. 297), redatta in latino ed in greco.

Accanto a questo fenomeno è da registrarne un altro: ci sono testi non latini scritti in caratteri latini. Questo è il caso di alcuni motti greci noti anche nel mondo occidentale romano. La loro conoscenza spesso era legata ad una fonte orale e quindi il riportarla in caratteri latini ne facilitava la pronuncia,

nonché il ricordo. Viceversa non mancano iscrizioni latine redatte in caratteri greci.

Tutto questo sembra militare a favore della tesi di un certo grado di acculturazione raggiunto dalla popolazione in età romana.

La comunicazione non sempre si serve dello stesso linguaggio; esso differisce a seconda dell'argomento che deve trattare; così abbiamo, ad esempio, un linguaggio del sacro, un linguaggio della politica ed un linguaggio che si usa nella sfera privata, per la conservazione della memoria o del ricordo di una persona cara.

Agli dei ci si rivolge non solo con la preghiera fatta oralmente, ma anche con dediche e scritte. Una dedica, a mio avviso molto bella e splendida nella sua sinteticità, è questa rivolta ad Iside (cfr. C.I.L. X 3800 = I.L.S. 4362, da Capua): *Te tibi una quae es omnia, dea Isis, Arrius Balbinus v(ir) c(larissimus)*.

L'epigrafia sacra si presenta spesso, però, in una forma più semplice: il testo riporta il nome della divinità cui la scritta o il dono è dedicato ed il nome dell'offerente. Sovente quest'ultimo elemento è sottaciuto e questo perché non tutti devono necessariamente sapere; d'altra parte il rapporto esistente tra la persona che chiede e la divinità che opera la grazia è strettamente personale ed il dio conosce bene chi fa la petizione.

Raramente è ricordata la vicenda umana dalla quale l'epigrafe sacra è nata; quando è segnalata si tratta di storie di guarigioni, di ritorni incolumi dalla guerra, di naufragi felicemente conclusi o di altre situazioni pericolose (ad esempio aggressioni di briganti) nelle quali è intervenuta l'azione benefica della divinità.

Se questo è il linguaggio del sacro, quello della politica si presenta in una forma ben diversa. Esso ha la finalità di far conoscere le linee della politica e gli ordini del governo

centrale, tanto a Roma quanto nelle province. Questo messaggio compare in iscrizioni poste nelle zone più frequentate della città e dei centri abitati o anche lungo le strade.

Alcune epigrafi, come quelle riportanti la titolatura imperiale, hanno avuto la funzione di veri e propri messaggi unificanti (si pensi, ad esempio, anche ai miliari del periodo del principato), la stessa funzione che precedentemente ebbe il nome di Pompeo, inciso sugli scudi dei suoi soldati, così come ci informa Cesare (Bell. Alex., 58) o quello di Vespasiano, subito posto dai militari della III legione sui vessilli, non appena il loro comandante salì sul soglio imperiale, notizia pervenutaci da Suetonio (Div. Vesp., 6,3).

La finalità della continuità nella politica, nonché di far conoscere la nobiltà della discendenza è ravvisabile nelle dediche fatte ai cosiddetti imperatori di adozione. Qui, a volte, si risale alla quinta o sesta generazione. Il linguaggio è laudativo e per ciascuno degli ascendenti e per lo stesso princeps; accanto al nome compare, a volte, l'appellativo *divus* ed anche i cosiddetti *cognomina ex virtute*, titoli dati all'imperatore per campagne di guerra vittoriose da lui personalmente dirette o dai suoi generali. Sono altresì segnalate le cariche politiche e religiose.

Con il tardo impero il linguaggio si fa ancora più laudativo, fino a diventare ampolloso e roboante e la finalità di propaganda politica diventa sempre più palese ed evidente. Si pensi, ad esempio, ad espressioni proprie del periodo di Costantino come quella di *bono rei publicae natus*, riferita all'imperatore, o di un'altra ancora più ampollosa presente in una dedica allo stesso princeps: *Triumphatori omnium gentium ac dominatori universarum factionum, qui libertatem tenebris servitutis oppressam, sua felici victoria nova luce inlu-*

minavit... (C.I.L. VIII 7006= I.L.S. 688, da Cirta).

La propaganda politica, comunque, è presente anche in testi antecedenti. Si pensi, ad esempio, alle Res gestae divi Augusti ed in modo particolare ai capitoli 25 e 26. Qui per ben tre volte ricorre il verbo pacare, che rappresenta uno dei cardini del regno di Ottaviano.

Cambia il linguaggio quando il messaggio investe la sfera del privato. Esso diventa più semplice ma non perde in efficacia. Questo mondo lo conosciamo per lo più grazie alle epigrafi funerarie, che sono ricche di tante notizie. Da esse, infatti, ricaviamo dati onomastici, biometrici ed anche sociali. Riusciamo a conoscere il tessuto sociale di una determinata località, quante erano le persone libere, i liberti, gli schiavi, i figli legittimi, i naturali e gli adottati, i rapporti interpersonali uomo-donna: se erano legati da iustae nuptiae o da contubernium. In genere nelle iscrizioni funerarie sono indicate tre generazioni: quella del defunto, del padre (nel caso di un uomo libero) o del patrono (nel caso di un liberto), o del padrone (nel caso di uno schiavo) ed infine dell'erede o degli eredi. Esse, a volte, ci permettono di seguire anche la cosiddetta "mobilità sociale". Si pensi, ad esempio, ai cognomina di molti stranieri che hanno ricevuto il ius civitatis, agli spostamenti delle legioni, ai legionari che si sono sposati con donne del luogo dov'era stanziato il loro reparto. Esse ci fanno sapere anche come gli antichi passavano il tempo libero.

Questi ed ancora tanti altri dati ci conservano le iscrizioni. Ad esse gli antichi hanno affidato i loro messaggi per farsi ricordare e riconoscere ed in definitiva per sopravvivere.

Oltre alle fonti letterarie non abbiamo altro tramite per conoscere gli uomini e le civiltà del mondo antico se non l'epigrafia. Senza le

iscrizioni saremmo costretti soltanto a misurare le impronte dei corpi degli uomini lasciati nella lava del Vesuvio oppure a guardare e toccare le ceneri e le ossa dei soldati caduti nei campi maledetti del Trasimeno e di Canne.

Raffaele Palmieri

INIZIATIVE PROMOZIONALI

Il Sole-24 Ore offre la grande storia dell'arte, 18 volumi. Il 21 ottobre è stato offerto in omaggio il primo volume. Le uscite ogni venerdì fino al 17 febbraio.

Il Corriere della Sera dal 22 ottobre al 22 gennaio, ogni sabato, offre le avventure per bambini di Geronimo Stilton dal titolo "Il misterioso manoscritto di Nostratopus".

Famiglia Cristiana dal 27 ottobre offre la storia del Cristianesimo, opera enciclopedica in 14 volumi, dalla fine dello Stato Pontificio all'elezione di Benedetto XVI.

QN, Il Giorno, il Resto del Carlino, La Nazione offrono ogni lunedì e giovedì pezzi per realizzare un servizio di posate personalizzato con disegni di Leonardo da Vinci. La collezione è per sei persone in acciaio bagnato in argento; sette i pezzi. Gli stessi giornali offrono dal 12 ottobre la "biblioteca dell'arte", 20 volumi monografici dedicati a grandi artisti italiani e internazionali. Il primo volume è stato dedicato a Leonardo. E dal 29 ottobre al 14 gennaio, ogni sabato, i giornali del gruppo offrono la guida "Biblioteca del bere", 12 volumi.

(Sergio Borsi)

Blog e mass media: connubio possibile? Idee, riflessioni e informazione sul web

di Igor Scognamiglio

Navigando una sera di estate all'interno del variegato mondo di Internet, guidato da un motore di ricerca, mi imbatto, ad un certo punto, in uno strano sito Web che risulta essere simile a una pagina di portale telematico per layout (con diversi contenuti disposti su più colonne, una intestazione figurativa iniziale e numerosi rimandi ad altri siti) ma, nella parte centrale, contenente una serie di pensieri e scambi di opinioni. Noto che il contenuto è suddiviso in base a data e orario di pubblicazione dei testi scritti dall'autore del sito, con i più recenti posti all'inizio della pagina e i più datati in basso. Mentre leggo mi sembra, sempre più, di essere simile a un orientale: se voglio capire cosa sta dicendo lo scrittore di questo sito Web devo leggere dal basso verso l'alto e non al contrario, altrimenti perderei tutte le premesse che soggiacciono agli scritti nuovi, in ordine di pubblicazione. Scorrendo la pagina mi rendo conto che il sito Web dell'autore è iniziato nel novembre 2003, esattamente domenica 30 novembre alle 22 e 42. Capisco che il sito è gestito da due autori e quelle che leggo sono le confidenze amorose di una coppia di amanti (reali), del loro desiderio di condividere i loro sentimenti, pur se a una distanza di centinaia di chilometri, resi vicini dall'ambiente telematico. Ma ciò che mi colpisce maggiormente è proprio come inizia il loro sito Web, l'immenso potere che Internet

possiede nel rendere visibile e invisibile identità e pensieri di una persona. Scrive uno dei due: "Non so come prenderai questa creazione, mi auguro solo di non far troppi danni... io vorrei solo che tu non ti sentissi triste... se questo può aiutarti a non farti sentire triste allora che questo blog viva e cresca con noi! Al contrario se avvertirai una qualunque emozione negativa che muoia nell'attimo esatto in cui ti farà del male! Come vedi ho preso un templates di quelli gratuiti, ci ho messo un po' per capire come funzionasse il tutto ma alla fine è andata :) certo forse non sarà la copertina che avresti scelto tu o che magari avremmo potuto scegliere insieme ma non credo sia una dramma, potremmo cambiare la copertina a nostro piacere, quando lo desidereremo e potremo renderlo sempre più bello e ricco di noi. Quello che ti chiedo è solo questo: fa che sia solo nostro, per favore non dirlo a persone che entrambe conosciamo io non voglio che la nostra intimità sia sotto gli occhi di altri... potresti obiettare dicendo che lo è già, ma un conto è il pensiero di chi passa a trovarci casualmente e ci lascia un segno del suo passaggio ed un conto è chi invece viene appositamente a leggere i nostri pensieri, le nostre confidenze, le nostre speranze che proprio perché nostre non possono esser comprese da altri... io non mi sento di condividere il nostro intimo, non so se sono riuscita a spiegarmi".

L'agenda personale

Blog? Mi trovo in un cosiddetto weblog, cioè in uno di quei diari in rete in cui le persone possono dire tutto quello che gli pare (davvero proprio tutto): idee, pensieri, riflessioni, informazioni, storie finte o reali, articoli ed editoriali, studi, relazioni, fatti della propria vita e sogni notturni, creare collegamenti ipertestuali a quanto dicono altri autori di blog (i cosiddetti bloggers), aggiungere componenti multimediali (immagini, fotografie, suoni o video). Insomma il weblog (contrazione delle parole Web e Log - dal verbo inglese to log che significa appunto tenere un diario di bordo) o, nella sua forma contratta, blog, è una sorta di agenda personale tipo "Smemoranda" visibile e leggibile da chiunque entri in contatto con esso (potenzialmente l'intera popolazione mondiale che naviga su Internet). I contenuti che il blogger pubblica vengono archiviati automaticamente dal programma che gestisce il suo blog, in maniera univoca e permanente. Non solo: la stessa creazione e pubblicazione sono di una immediatezza estrema, proprio perché il software è concepito in maniera tale che l'autore si possa concentrare sul contenuto e non sulla forma del suo contenitore (magari un iniziale investimento di tempo dovrà dedicarlo nella scelta del templates - cioè della grafica di fondo del sito Web - e delle componenti aggiuntive che il software di gestione dell'ambiente telematico gli offre). Il blog è quindi un diario personale senza lucchetto, accessibile a tutti coloro che si imbattono in esso e con esso vogliono interagire: infatti chiunque ha la possibilità (offerta o meno dall'autore del blog) di lasciare un commento a ciò che egli pubblica sul suo diario in rete. In questo modo attorno agli scritti dell'autore (detti anche post) comincia a ruotare una comunità di persone che possono essere inte-

ressate a quanto egli scrive, in maniera più o meno stabile, interagire con esso e lasciare, se ne ha voglia, altrettanti commenti: nasce così la blogosfera, cioè la comunità formata da coloro che scrivono i blog e da coloro che li leggono e li commentano. Una comunità che ormai solo in Italia conta diverse centinaia di migliaia di appassionati, che interagiscono in modi, tempi e forme diverse sul mezzo più innovativo in fatto di tendenze: Internet.

Blog e giornalismo

Secondo una esaustiva classificazione di Roncaglia il blog si distingue per natura e specificità; così egli individua: blog di rassegna e di segnalazione, di commento, di narrazione (e affini), blog di progetto, collaborativi o blogzine, e, come forme evolute e, in parte, ancora agli albori, i photoblog, gli audioblog, i videoblog e i moblog (o mobility blog).

Se consideriamo le prime forme di blog individuate da Roncaglia, un primo incontro tra blog e mezzi di comunicazione di massa si è avuto quando giornalisti potenziali e professionisti hanno cominciato non solo ad interessarsi all'ambiente di Internet, ma lo hanno cominciato ad adoperare per tenere delle loro rubriche quotidiane su eventi e persone, senza dar conto a editori o direttori di testata. A dirla con Maurizio Dovigi "il blog è l'editoria del popolo per il popolo. Oggi, grazie a questo nuovo strumento editoriale, chiunque può esprimersi come autore, come scrittore, giornalista, esperto di settore". L'incontro si è trasformato subito in scontro, in quanto una parte del giornalismo professionista non ha accettato che chiunque potesse dichiararsi tale senza aver fatto praticantato presso una redazione, acquisito delle regole, sostenuto un esame formale e appartenere all'ordine dei giornalisti. Secondo Lorenzo Facchinotti "i blog possono essere considera-

ti una particolare forma di giornalismo definito participatory journalism e considerato il diretto discendente di quel civic journalism diffuso negli Stati Uniti negli anni Novanta, da cui si distanzia tuttavia per l'assenza di un controllo redazionale. In questo tipo di giornalismo la credibilità e l'attendibilità non sono più in funzione della presunta adesione a regole codificate e del ruolo ricoperto, ma dipendono dalla trasparenza della propria posizione, dalla dichiarazione dei metodi e dal frequente confronto con i lettori, in un'ottica per cui il sapere collettivo, eccedendo quello del singolo, tende ad emendarne gli errori (oltre, aggiungerei, a ri-negoziare il significato degli eventi che sono riportati)". Per cui, secondo una visione corrente nel mondo dei blogger, essi diffondono, più che informazioni, conoscenze sui fatti di cui fanno un resoconto personale; in pratica viene a crearsi un giornalismo dal basso, fatto di scritti di persone comuni che, nei loro diari on line, mischiano racconti di vita quotidiana, vissuta direttamente, al resoconto fatto da altri, all'interno di un universo di rimandi molto vasto, decisamente in linea con la logica ipertestuale che caratterizza l'informazione solitamente diffusa via Internet.

Il blog di giornali e tv

Eppure qualcosa sta cambiando, proprio perché alcune testate giornalistiche hanno aperto blog sulle forme on line delle stesse; casi esemplari sono quelli di *"la Repubblica"*, il *"Corriere della Sera"*, *"l'Espresso"* e *"il Tempo"*. Addirittura nel caso di *repubblica.it*, il blog viene visto anche come una forma remunerativa per la proprietà editoriale, visto che attraverso il portale Kataweb vengono proposte delle soluzioni per la creazione di blog a pagamento. Mentre un buon caso di uso del blog come forma di "giornalismo partecipa-

tivo" è data dal sito de "l'Espresso" in cui vengono affrontate tematiche differenti in altrettante rubriche.

Se ci spostiamo dalla stampa alla televisione, una evoluzione molto importante del riconoscimento del blog come nuova forma di partecipazione del pubblico nella costruzione dei contenuti è offerta da alcune broadcasting company americane, che hanno deciso di costruire dei portali telematici che hanno le caratteristiche proprie del blog, mantenendo la logica produttiva della televisione. Ultimo caso, in ordine di tempo, è la nascita di "Current TV". Una cordata di imprenditori americani che operano all'interno del mercato dell'intrattenimento (tra cui il fondatore di Real Network Robert Glaser, l'ex direttore di Aol Time Warner e creatore di MTV Bob Pittman, l'ex patron della Warner Home Video, Warren Lieberfarb e l'ex vice presidente americano, Al Gore) hanno acquistato una piccola emittente americana e la stanno trasformando in una user generated content television, cioè in una televisione i cui contenuti sono realizzati dagli stessi telespettatori. Dietro "Current TV" c'è una tradizionale redazione che seleziona i filmati inviati dagli improvvisati videoreporter e telespettatori, quindi li ordina secondo un determinato criterio e realizza un palinsesto giornaliero che viene trasmesso sia via etere che via Internet. In questo modo i costi di produzione sono ridotti al minimo e i proventi pubblicitari trasformati, per la maggior parte, in utili. In Italia un simile tentativo è in corso con "BlogTV" di "NessunoTV", un editore multimediale che già altre volte ha sperimentato la fusione di diversi linguaggi. "BlogTV" ha raccolto molti consensi nel vasto mondo dei blogger: si va dai videoamatori che inviano le loro riprese ai giovani artisti che sperimentano nuove forme di videoarte e desiderano

mostrarle on line, fino a neogiornalisti, o aspiranti tali, che inviano i propri contributi filmati trovando un modo per farsi conoscere, uscendo fuori dalle logiche di selezione che impone il sistema del broadcasting televisivo. Mi sembra, però, che in queste sperimentazioni, non vi sia nulla di nuovo, visto che non fanno altro che trasportare da un mezzo di comunicazione (la televisione) all'altro (Internet) la stessa logica produttiva. In effetti, questi siti Web ad alto contenuto multimediale, vengono investiti di una aura di innovazione sociologica e di portata mediatica fuori dal comune. Ritengo invece, che depauperino il vero spirito che caratterizza il blog in quanto tale: cioè quella di porre in relazione la voglia di comunicare di un singolo autore che desidera esprimere le proprie opinioni ed emozioni o raccontare accadimenti della propria esistenza, in qualsiasi modo lo ritiene opportuno (cioè attraverso testi, immagini, fotografie, suoni, video) e condividerla con altre persone, avendo da loro un, eventuale, riscontro.

Gli autori del blog

Il blog è di sua natura una forma autoriale molto forte, in cui è proprio la figura dell'autore a essere centrale, così come lo è stato nella letteratura moderna fino all'avvento di Internet. Nel blog testo e autore sono intrinsecamente un tutt'uno, perché in questo caso egli è anche editore e distributore di se stesso. Anzi, i suoi potenziali lettori, sono alla sua mercé! Provate a creare un blog, tenetelo in vita per diversi anni, formate un nutrito numero di appassionati lettori. Poi decidete di cancellare con un semplice clic tutto quanto avete creato fino a quel momento dalla memoria del server presso cui è ospitato il vostro blog. Eliminate anche le possibili connessioni ipertestuali in Internet che rimanda-

no ad esso. Cosa accadrebbe a quel popolo di lettori, cosa si troverebbero sul video da leggere o vedere? Il nulla!

Il nulla è ciò che oggi trovano tutti coloro che digitano in Internet l'indirizzo www.golem.rai.it. Soprattutto tutti quei radioascoltatori che per anni hanno seguito la voce di Gianluca Nicoletti alla radio, ogni mattina, per poi diventare lettori di quanto trattato nella trasmissione, e dei relativi approfondimenti, all'interno del sito Web e del blog annesso. "Golem" di Rai RadioUno è stata una trasmissione radiofonica che, trattando di argomenti legati alla comunicazione, ai mass e new media e al loro rapporto con il pubblico, è riuscita a coniugare bene le caratteristiche dei due mezzi di comunicazione di massa (radio e Internet), esaltandone le peculiarità di ciascuno di essi. Con questa trasmissione il "sacerdote Nicoletti", proclamatosi "voce del Golem", conduceva i suoi "adepti radioascoltatori-lettori" all'analisi, soprattutto, dell'universo mediatico televisivo. Ed era particolare la costruzione stessa del programma, di tipo interattivo, multimediale e ipertestuale. Il processo di costruzione della puntata si avviava attraverso gli argomenti presentati dall'autore (che forniva il substrato argomentativo) per poi svilupparsi, insieme agli ascoltatori e ai loro contributi, all'interno del sito Web. Ogni puntata radiofonica diventava parte del blog della trasmissione, e come tale contribuiva alla costruzione di questo ambiente di Internet all'interno del sito Web, alla stregua delle riflessioni scritte da un qualsiasi blogger che tiene un diario di commento in Rete, lasciando spazio libero alle riflessioni dei suoi lettori (e ascoltatori). In questo modo "Golem" partiva dalla radio, si sviluppava nel Web e si amplificava nel blog, rigenerandosi ogni volta in una nuova puntata da dire, distribuire e commentare. La trasmissio-

ne di Nicoletti trovava nella produzione mass mediologica gli elementi di ispirazione e nelle comunità virtuale gli elementi del dibattito, configurandosi come luogo di mediazione tra il reale e il virtuale. L'ascoltatore si sentiva partecipe nella costruzione della trasmissione e poteva modificarne la programmazione settimanale. Infatti, quando il conduttore decise di far sentire al proprio pubblico la voce straziata dello sgozzamento del cittadino americano da parte dei ribelli iracheni attraverso la radio, l'indignazione e la protesta della sua platea furono talmente forti all'interno del blog, da farlo desistere dal proseguire oltre, malgrado la redazione avesse già programmato il seguito. I "golemaniacci", cioè coloro che seguivano la trasmissione alla radio e commentavano il blog relativo, avevano realmente "voce" (in quanto i loro scritti lasciati sul blog erano letti alla radio come parte integrante della puntata), diventando, in questo modo, autori essi stessi, attraverso i loro commenti, le loro segnalazioni, i loro dubbi sull'universo della comunicazione e dei mass media.

La trasmissione di Nicoletti è stato un ottimo connubio di sinergia tra due mezzi di comunicazione di massa, quale la radio e Internet, in quanto è riuscito ad associare in modo perfetto la funzione informativa del primo allo spirito collaborativo che caratterizza il secondo; ma è finita e con essa la possibilità, per numerosi radioascoltatori, di partecipare in modo attivo e diretto a un dibattito sui mass media. Allo stesso modo si è spento l'amore di Bum & Crazy, e così il nostro interesse alla loro storia, che, però, rimane lì, immortalata per sempre all'interno di un blog, che nessuno dei due si è curato di cancellarlo definitivamente dalla Rete.

Igor Scognamiglio

In Francia il 3 ottobre *Le Figaro* è andato in edicola con una rinnovata veste grafica, dopo 180 anni di vita. E' un quasi tabloid, più stretto di 3,5 centimetri, la scritta Europa su fondo blu anziché rosso. Nel nuovo formato ci sono più fotografie. Le pagine sono a sei e non più a otto colonne. L'inserto dedicato all'economia mantiene il colore rosa della carta. La prima parte è dedicata alla politica interna ed estera, alla società e allo sport; la seconda (*Figaro et vous*) alla cultura, all'evasione, alla moda, al meteo e alla tv oltre a cronache leggere. Da conservatore il giornale vuole diventare un giornale aperto, impegnato, liberale ed europeo.

Dal 7 novembre cambia anche *Le Monde* per rispondere alle tre richieste dei lettori: un giusto peso alle notizie di fronte a un'informazione caotica; le chiavi per capire una società che appare sempre più incomprensibile; un rapporto più stretto fra giornale e lettori. Alla prima pagina con più foto e meno titoli seguono la pagina degli editoriali, un'inchiesta su un tema o un personaggio di attualità; poi le pagine internazionali con schede di tipo scolastico, uno spazio dedicato alla scienza e all'ambiente. Infine la politica francese, la cronaca nazionale, l'economia, i media, lo sport. Il giornale avrà anche una seconda parte di inchieste e di colloqui con i lettori.

Passa al formato tabloid (metà del broadsheet) anche *The Wall Street Journal* nelle edizioni internazionali distribuite in Europa e in Asia. Nella sua nuova veste il giornale economico (fondato nel 1889) vuole anche realizzare una maggiore integrazione con i contenuti online. In America il cambio avverrà nel 2007. Oltre al cambio del formato e all'introduzione del colore, il giornale ha ridotto i testi di editoriali e articoli di attualità ed ha modificato la titolazione. (*Sergio Borsi*)

Is Small Beautiful? : Il grande bluff del territorio nell'epoca della comunicazione globale

di *Andrea Pitasi*

Se andiamo con la memoria alle pubblicità di internet e di telefonia mobile della seconda metà degli anni Novanta, vediamo persone che passeggiano su spiagge esotiche in mezzo a una natura maestosa mentre conversano con qualcuno che si trova dall'altra parte del globo, oppure managers e imprenditori immersi nel verde di una serena e quieta campagna mentre, sorseggiando una bibita, gestiscono affari su scala planetaria grazie al loro portatile connesso a internet ventiquattro ore al giorno, sette giorni la settimana.

Tutto questo è un bluff che alcuni esperti di comunicazione avevano intuito sin da allora, inascoltati dall'opinione pubblica. Sarebbe bastato vedere le priorità con cui è stata installata la fibra ottica, tendenzialmente: Milano, Roma, Bologna, Firenze, Genova, la scorsa primavera Palermo, la scorsa estate Pescara, per scoprire il bluff. Dunque, la fibra ottica è stata installata a partire dalle grandi metropoli e via via a scalare. Una stridente contraddizione rispetto a quanto preannunciato da quelle vecchie pubblicità.

Contraddizione resa ancora più palese dal riscontro quasi quotidiano, di quanti problemi ancora incontrano molti gestori di telefonia mobile nel gestire ed assicurare la copertura di rete, e quindi la comunicazione, in alcune zone di campagna o montagna.

Le città globali di cui parla Saskia Sassen sono sempre più il cuore della nuova economia, dello sviluppo tecnologico e del mutamento sociale. Infatti la varietà di stili di vita, i tenta-

tivi di innovazione incrementale e radicale hanno come sfondo sempre la città globale (New York, Chicago, Londra, Los Angeles, San Francisco, Monaco di Baviera, Barcellona, Madrid, ecc.) una cui caratteristica è l'apertura, quasi famelica, verso l'orizzonte del possibile. Richard Florida lo spiega bene nei suoi studi sulla classe creativa e sulla capacità di questa classe di unire alta tecnologia, velocità, precisione, stili di vita molto diversificati e talento nel produrre ricchezza dalla conoscenza e dall'intangibile.

Come dice il proverbio "non è tutto oro quello che luccica" ma, aggiungo io, se non luccica certamente non è oro. Ciò che intendo è che non vi è sviluppo socio-economico-tecnologico al di fuori dalle grandi città globali ma non basta essere una grande città per essere globale motore di sviluppo socio-economico-tecnologico. Ogni città, anche di grandi dimensioni, che si ancori e si chiuda nella propria tradizione, rifiuti l'orizzonte globale, si abbandoni a voyeuristiche osservazioni del proprio passato e della propria cultura ovviamente mitizzandole, è fuori da quel circuito di sviluppo.

Il fatto di avere milioni e milioni di abitanti non fa di Città del Messico, ad esempio, una città globale benché una città globale per essere tale deve aver un numero di abitanti ampiamente misurabili in cifre a sei zeri. Un altro bluff del recente passato era il detto "small is beautiful" che attribuiva ai piccoli centri semiurbani e alle PMI una capacità di sviluppo che mai hanno dimostrato. Chiunque conosca un po'

di economia sa che la PMI e i piccoli centri hanno ragione di esistere come forme evolutive dinamiche (cioè tendenti a diventare città globali, multinazionali, ecc.) ma non come sistemi di omeostasi. Il piccolo-medio imprenditore che stabilizza il proprio business in una nicchia con una rete di clienti, partners e fornitori relativamente chiusa, diventa un freno allo sviluppo perché sarà molto più preoccupato di mantenere ciò che ha piuttosto che di espandersi. Discorso analogo vale per i piccoli centri intrinsecamente xenofobi quando si tratta di “close the deal” con sconosciuti, benché a parole oggi si professino tutti, o quasi, cosmopoliti.

Ormai è quasi un cliché sostenere che gli USA siano una sorta di specchio del futuro (in un arco di circa un ventennio) dell'Europa. Seguendo questo cliché, il quadro non è per nulla rassicurante in quanto gli USA di oggi sono al bivio tra una nuova fioritura socio-economico-tecnologica (rappresentata appunto dalla Manhattan newyorchese e dall'area avente per fulcro la South Michigan Ave di Chicago) e il grigiore della piccola comunità, della chiusura etnoantropologica nelle campagne, nei rituali religiosi, nella caccia alle streghe come chiusura e sospetto xenofobo verso l'alterità. E Napoli in questo scenario come potrebbe evolvere?

In un breve scritto come questo debbo ovviamente essere sintetico e schematico per cui certe dicotomie che mi accingo a illustrare vanno intese in modo più elastico di come le esporrò tra poco, tuttavia vanno considerate come punti cardinali entro cui muoversi. Nello specifico ho individuato, e illustro qui di seguito, quattro punti cardinali:

Identità etno-antropologico cultural-tradizionale vs individualità globalizzata.

Se si getta un'occhiata alla tradizione culturale

napoletana si vedono influenze mediterranee e francesi, in primo luogo. Se però si considerano invece oggi quali sono i motori dello sviluppo planetario ci si rende conto che alcune delle radici culturali di Napoli ne hanno spesso rallentato lo sviluppo. Restare coerenti alla tradizione significa talvolta rischiare una lenta, ineluttabile e dolorosa agonia, tradire la propria tradizione significa una morte rapida e indolore, la morte del bruco che in realtà diviene farfalla. Riuscirà il bruco napoletano a diventare una splendida farfalla (più o meno) napoletana?

Policy delle risorse umane vs politica dell'occupazione

La competitività globale richiede forza lavoro a costo, appunto, competitivo. Le politiche dell'occupazione (il lavoro come diritto all'insegna del keynesiano “scavare buche, riempire buche” purché si creino posti di lavoro) non sempre hanno raggiunto lo scopo, sia perché spesso hanno determinato un aumento dei costi economici e organizzativi ma anche perché hanno impoverito la qualità delle risorse umane attivate. Un discorso che non piace a nessuno (neppure a me) ma che invece andrà considerato tempestivamente è che, in Europa in genere e in Italia in particolare, c'è troppa poca disoccupazione e vi sono troppe persone che svolgono attività di nessun valore aggiunto (tutti lavori operativi che potrebbero essere ridimensionati o eliminati da una tecnologia semplice, ad esempio, tanti lavori di “intermediazione” in cui il mediatore è superfluo come nel caso di molti negozianti al dettaglio tranquillamente evitabili tramite e-commerce -vedasi ad esempio le piccole librerie al confronto di IBS- ecc). Dato che, con la BCE e l'euro ogni paese ha perso il potere di svalutare la propria moneta e l'inflazione, in alcuni casi tra cui rientra anche l'Italia, è andata alle

stelle, l'unico modo per ridurla è alzare il tasso di disoccupazione.

Policy del territorio vs policy del concetto

Il territorio come fonte di vantaggio competitivo e come simbolo dell'identità etnica, antropologica ecc.

Secoli di vicoli stretti e bui, mura fortificate, arcieri, ponti levatoi, corti e cortili romano, in Europa, contro la cultura del concetto rispetto a quella del territorio. Cultura del concetto significa progettare, creare e inventare laddove è possibile per esportare e diffondere laddove è possibile senza particolari attaccamenti territoriali - comunitari - identitari. Il referendum che ormai venti anni fa emarginò l'Italia dal nucleare ha avuto come esito quello di rendere la Francia, piccola potenza nucleare, più competitiva dell'Italia godendone quindi tutti i vantaggi mentre, in caso di incidenti, l'Italia risentirebbe comunque di tanti svantaggi in quanto il vento radioattivo non si farebbe certo fermare dalle dogane. Il recente referendum in materia di ingegneria genetica ha avuto come solo esito il fatto che il futuro post-umano si realizzerà tra Gran Bretagna, USA, Cina, India e Giappone e noi potremo solo subirlo invece di co-gestirlo (magari rendendolo più prudente, con intelligenza).

Alcuni parlano di glocalità (intesa come diffusione dei localismi in network su scala globale) come alternativa alla dicotomia globale/locale, questo può essere un buon inizio purché non significhi avviare "guerre del formaggio" (del latte, del vino, ecc) su scala planetaria in nome di "prodotti etnicamente autentici".

Policy della P.A. vs policy del risultato

Una P.A. efficiente e capace è meglio di una P.A. inefficiente ed incapace. Non occorre un genio per capirlo. Tuttavia il problema c'è: per chi è meglio?

Per i cittadini certamente, ed anche per amministratori e politici capaci e motivati. Il rischio è che talvolta alcuni amministratori e politici, meno lungimiranti di altri compiano degli errori strategici trasformando al funzione amministrativa della P.A. in finalità amministrativa. Se il fine della P.A. diventa quello di amministrare l'esistente, la P.A. diviene presto miope, e implosiva in quanto avendo come fine la propria riproduzione diverrebbe un grosso freno allo sviluppo.

Come nota giustamente Galgano, oggi si fa soprattutto shopping di diritti. Il flusso di capitale, di idee, ecc. va laddove vi è un sistema giuridico snello, semplice, chiaro e vantaggioso per gli investitori. Una P.A. troppo arcigna, fiscale, gerarchica, costosa e burocratica ottiene come unico risultato l'allontanare da sé investimenti.

Come si muoverà Napoli entro questi quattro punti cardinali?

Lo si vedrà nei prossimi anni...

Quello che invece vorrei evidenziare, infine, è "small is an evolutionary step". Piccole città (Chieti, Pescara, Modena, Reggio Emilia, tanto per fare qualche esempio) stanno mettendosi a sistema tra loro creando atenei che le comprenda (Chieti e Pescara convergono nell'Univ. G. d'Annunzio, Modena e Reggio E. nell'ateneo omonimo). Altri comuni ancora più piccoli stanno mettendosi a sistema tra loro consorziandosi ad esempio tramite la rete dei trasporti, si spera, preludio di un'unica conurbazione. Questi sono passaggi importanti ma ancora evolutivi nel senso che in prospettiva una P.A. più strategica nel gestire la comunicazione il territorio sarà una P.A. di relativamente poche ma assai più numerose di oggi, città globali.

Andrea Pitasi

Immagini del terrorismo e opinione pubblica

di Roberta De Luca

Università Lumsa di Roma,
Relatori: Prof. Andrea Melodia, Prof. Angelo Paoluzi

Gli attacchi terroristici al cuore degli Stati Uniti l'11 settembre 2001 hanno rappresentato un fenomeno comunicativo assolutamente straordinario e, proprio per questo, una sfida al nuovo modo di fare informazione. Si è trattato, come hanno detto in tanti, di un "super evento televisivo" che ha tenuto con il fiato sospeso il mondo intero.

È l'argomento della tesi di laurea in Scienze della Comunicazione di Roberta De Luca, dal titolo "Il video-terrore. Immagini del terrorismo e opinione pubblica", discussa alla Lumsa, relatori Andrea Melodia e Angelo Paoluzi.

Le immagini trasmesse dalla televisione in quei difficili giorni (gli aerei che si schiantavano contro i grattacieli di Manhattan, i corpi che cadevano nel vuoto, il crollo delle Torri gemelle, l'attacco al Pentagono, il dolore e la disperazione della gente) hanno impresso quella data, e ciò che allora è accaduto, nel cuore e nella mente di ognuno di noi in maniera più profonda e forse più duratura di qualsiasi altro evento. Il compito dei mezzi di comunicazione di massa è stato quello di cercare di far capire a un pubblico preso dal panico che cosa effettivamente fosse accaduto.

Il rapporto tra il terrorismo e l'opinione pubblica quindi si è rivelato piuttosto complesso e filtrato proprio dall'uso dei mass media. Oggi si parla sempre più spesso di "video-terrorismo" per sottolineare il fatto che la televisione e le sue immagini sono diventate la nuova arma psicologica che

i maestri del terrore usano, facendo leva sui sentimenti e sulle emozioni più profonde, per condizionare gli spettatori e raggiungere i loro scopi. Oltre l'attacco alle Twin Towers di New York, altri drammatici eventi sono stati ripresi e trasmessi dalle televisioni di tutto il mondo, colpendo l'immaginario collettivo. I mezzi di comunicazione di massa sono così stati ritenuti i potenti e inconsci amplificatori del terrorismo, la cui efficacia dipende dalla capacità di comunicare una minaccia e instillare il panico.

Siamo entrati in una fase di mutamento storico all'interno del quale i mass media non svolgono più un ruolo di semplice mediazione o testimonianza, ma si attribuiscono la costruzione di un'opinione pubblica chiamata a partecipare ad eventi mediatici destinati ad influire sulla sorte di milioni di individui.

L'eversione utilizza i mass media come "cassa di risonanza" in modo che la minaccia terroristica sia amplificata e drammatizzata. Gli attacchi dell'11 settembre sono la prova di come ci si sia serviti dei mezzi di comunicazione di massa, e in particolare della tv, per dare vita ad uno spettacolo "in diretta" che spaventasse e avvincesse al tempo stesso. L'attacco alla prima torre è avvenuto infatti circa venti minuti prima di quello alla seconda, per fare in modo che, al momento del secondo impatto, ci fosse la più alta audience televisiva. Si è saputo sfruttare così le potenzialità del medium televisivo e si è dimostrato che i terroristi la loro guerra non la combattono solo con le bombe, ma anche attraverso un sapiente uso dell'arma delle immagini.

Certe sequenze televisive, piuttosto forti e trasmesse in diretta, hanno un sicuro impatto sugli spettatori, tanto più se sono mandate in onda senza alcuna mediazione giornalistica che aiuti a comprendere meglio l'accaduto.

Oggi il mondo dell'informazione è sempre più condizionato dal fatto che conta arrivare per primi alla notizia: la strategia del "video-terrori-

smo” è amplificata proprio da questa necessità. Da qui lo scopo primario degli strateghi della paura è catturare l’attenzione del pubblico, puntando sempre di più su azioni particolarmente spettacolari.

Dall’11 settembre l’immaginario collettivo non è più lo stesso, e con i successivi attacchi si è originata una vera e propria “psicosi”, portando a percepire la realtà come gravida di minacce: ci si guarda continuamente intorno nei posti che non si conoscono e ci si sente più insicuri nei luoghi particolarmente affollati.

Le conseguenze del terrorismo sull’opinione pubblica sono sostanziali e spesso legate al tipo di disponibilità che mostrano gli spettatori nei confronti dei mass media. Uno spettatore tele-dipendente, che vive solo di immagini e che non ha altri mezzi di informazione diversi dalla tv, subisce un effetto forte dall’immagine terroristica, mentre uno spettatore più critico, che non utilizza solo spettacoli televisivi, ma si documenta anche su altre fonti, dall’immagine violenta subirà un impatto meno negativo perché egli avrà una visione più oggettiva della realtà. Del resto, la ripetizione continua di certi messaggi può da un lato alimentare i timori della gente, ma dall’altro può creare una sorta di “assuefazione”. Se all’inizio immagini-shock possono colpire, a lungo andare non fanno più notizia, perché ripetute infinite volte finiscono per perdere la loro iniziale carica ansiogena.

L’antidoto allo “spettacolo dell’orrore” è un sistema informativo meno condizionato dalla velocità, dalla spettacolarità e dalla frenesia: un’informazione corretta e completa non ha bisogno di dettagli raccapriccianti o tali da ledere la dignità delle vittime, ma dovrebbe puntare, invece, su una comunicazione dettagliata e meno approssimativa.

Un altro antidoto si dovrebbe cercare nella qualità dello spettatore, cioè nella sua formazione sociale e nella sua educazione. Forse è difficile

ottenarlo, ma il pubblico dovrebbe essere più attento e scrupoloso nell’acquisire certe informazioni, sforzandosi di capire le regole dei mass media e prendendo le distanze dagli aspetti più plateali della tv, attraverso un atteggiamento meno passivo.

La sfida che la società ha davanti a sé è di riuscire a ragionare con la propria testa senza lasciarsi influenzare da facili sensazionalismi.

L’identità dei settimanali diocesani nella prospettiva storica

Da fogli del movimento cattolico a strumenti di partecipazione e formazione

di Michela Cubellis

Università LUMSA di Roma

Relatori: Prof. Francesco Malgeri e Prof. Angelo Paoluzi

Nell’era del villaggio globale invasa da un’infinità di notizie e di immagini - è strano dirlo - un problema fondamentale resta quello della comunicazione. Fare un giornalismo che si ponga come uno strumento di “comunione” tra le persone e che sia collegato in maniera concreta al vissuto della gente è paradossalmente difficile e, nello stesso tempo, urgente. I settimanali diocesani, alla luce di una lunga tradizione a servizio dell’informazione nella Chiesa locale, si collocano nella moderna sfida dei media in una posizione di “avanguardia”. E’ quanto sostiene la tesi di laurea dedicata al ruolo della stampa diocesana, realizzata per la cattedra di Storia del giornalismo della facoltà di Scienze della comunicazione della Lumsa.

Il lavoro analizza la storia dei giornali delle nostre diocesi partendo dalle loro origini otto-

centesche per giungere all'attualità ed individua in questo cammino, che si intreccia con il dibattito dei cattolici sulla società civile, due costanti: l'impegno per la partecipazione della gente alla vita del Paese e quello per la diffusione di un'opinione pubblica cristianamente ispirata.

E' un giornalismo dal volto insolito ad emergere dalle pagine dello studio. 150 settimanali, che con canoni "alternativi" di scelta e costruzione della notizia hanno saputo essere pienamente giornali della gente, dando voce ai soggetti che più correvano il rischio di finire ai margini del sistema democratico, o del circuito informativo: le famiglie, il Terzo mondo, i poveri, gli operai, gli stessi abitanti del territorio locale. In tale ottica i settimanali hanno reso le loro pagine uno spazio per la condivisione dei problemi delle comunità diocesane e della Chiesa universale. Nello stesso tempo hanno proposto letture dell'attualità ispirate alla luce del Vangelo ricercando di epoca in epoca soluzioni improntate alla solidarietà e alla promozione umana.

Fogli di collegamento del movimento cattolico intransigente, già nel periodo della *Rerum Novarum* essi diffondevano una proposta democratica, per quegli anni coraggiosa, che difendeva la sovranità del popolo valorizzando il ruolo delle autonomie (cooperative, casse rurali, famiglie ed enti locali). Poi, con nascita della Federazione italiana dei settimanali cattolici negli anni '60, hanno acquisito progressivamente l'identità di "voci critiche" sul territorio. Dal loro osservatorio a contatto con la vita delle comunità locali, si sono rituffati nella battaglia per la promozione della gente comune che, questa volta, in un nuovo clima culturale, era lo stesso sistema dei media ad emarginare. Problemi della salute, della cassa integrazione, del decentramento, dei drogati, dei barboni sono stati i temi di un giornalismo che attra-

verso un modello di "informazione orizzontale ha dato voce alla gente, piuttosto che alla politica del Palazzo.

Posta al crocevia del dialogo tra la Chiesa e il mondo, la stampa diocesana oggi si avvia ad una lettura sempre più completa dell'attualità allargando la visuale sugli eventi nazionali, europei e mondiali. In questa offerta più ricca conserva il suo stile originario di "stampa alternativa", come evidenzia l'inchiesta su 12 testate.

I settimanali delle diocesi continuano ad informare su ciò che a causa della "globalizzazione della comunicazione", fa meno notizia: dai temi della famiglia, più che mai percepita come "soggetto debole", ai conflitti dimenticati del Terzo mondo, fino alla stessa vita della Chiesa, spesso raccontata altrove secondo letture pregiudiziali e parziali. A fare maggiormente l'importanza dei giornali diocesani è però lo sguardo sui fatti, che non si ferma al freddo dato di cronaca o all'evento che esce fuori dal normale, ma cerca di stimolare il coinvolgimento del lettore nei problemi.

Sono peculiarità giornalistiche preziose nel panorama attuale dei mass media, i quali oggi da un lato, corrono il rischio di rimanere staccati dalla vita concreta della gente e da un altro, sono interpellati dall'urgenza di educare a valori condivisi. Grazie alla sua identità originale la stampa diocesana risponde anche alla moderna sfida della Chiesa, lanciata dal Progetto culturale e raccolta dal recente Direttorio sulle comunicazioni sociali, di annunciare il Vangelo scegliendo come canali privilegiati la cultura e la comunicazione. Un orizzonte nuovo, che vede i settimanali impegnati in sinergia con gli altri media cattolici in un giornalismo "alternativo" capace di andare oltre la notizia per comunicare all'uomo e per formarlo.

Uno sguardo in Parlamento...

di Giuseppe Nucci

Proposta di legge, di iniziativa parlamentare, presentata AC 3663, "Nuove norme per l'esercizio dell'attività giornalistica", presentata il 7 febbraio 2003 e assegnata in sede referente, alla 7a commissione Cultura della Camera dei deputati.

Partendo da alcune sentenze della Corte Costituzionale, vengono preliminarmente richiamati alcuni principi tra i quali quello che afferma che, ai sensi dell'articolo 2229 del codice civile, è comunque nel potere del Parlamento stabilire se quella giornalistica sia da annoverare tra le professioni intellettuali per l'esercizio delle quali è necessaria l'iscrizione in appositi albi o elenchi nonché la considerazione, non meno importante, per la quale è opportuno "che i giornalisti vengano associati in un organismo che, nei confronti del contrapposto potere economico dei datori di lavoro, possa contribuire a garantire il rispetto della loro personalità e, quindi, della loro libertà".

D'altro canto il firmatario del disegno di legge evidenzia anche alcuni aspetti negativi dell'attuale disciplina, e in primo luogo indica quello relativo all'accesso alla professione in quanto, a causa dell'istituto del praticantato, sono gli editori a stabilire chi può accedere alla professione mentre occorre ristabilire una situazione di parità di condizione e di opportunità tra tutti coloro che aspirano a diventare giornalisti.

È indispensabile, inoltre, puntare ad una maggiore qualificazione professionale nel settore e a tal fine la strada della preparazione universitaria e post universitaria viene indicata come la più idonea. La proposta di legge, innanzitutto, definisce l'attività giornalistica e istituisce il Consiglio dei giornalisti, che sarà presieduto dal presidente dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, che ha il fondamentale compito di gestire un nuovo organismo, l'Agenzia

nazionale per l'informazione, che assicura l'autogoverno e l'autodisciplina dei giornalisti e tiene l'Albo unico dei giornalisti la cui iscrizione è indispensabile per l'esercizio dell'attività giornalistica. Poi vengono enunciati i diritti ed i doveri dei giornalisti riprendendo il contenuto dell'omologo articolo della legge n. 69 del 1963.

Come requisito per l'iscrizione all'Albo è richiesto il conseguimento della laurea di giornalismo o di un'apposita specializzazione post universitaria, il cui accesso andrebbe riservato a laureati in materie umanistiche o giuridico-economiche (!). È inoltre previsto che, all'interno del predetto corso, vi sia anche un periodo obbligatorio e della durata di almeno dodici mesi di pratica giornalistica presso la redazione di un organo di informazione. È altresì inserita la previsione di un regime particolare per gli organi di informazione dei partiti politici: fermo restando il requisito della laurea, coloro che hanno svolto un praticantato di due anni presso tali organi possono iscriversi all'Albo anche se non hanno la specializzazione. Un'altra disciplina particolare è introdotta a favore dei direttori delle pubblicazioni di elevato valore sociale o a carattere tecnico professionale o scientifico, edite da associazioni senza fini di lucro, per i quali non vige l'obbligo di essere iscritti all'Albo, anche se però è prevista l'autorizzazione del Consiglio.

È infine istituito il giurì arbitrale per la correttezza e la lealtà dell'informazione, al quale i soggetti che si ritengono ingiustamente danneggiati da notizie, articoli e servizi, possono rivolgersi per ottenere la pubblicazione di rettifiche in forme idonee a ristabilire presso l'opinione pubblica la loro immagine e dignità.

Le disposizioni transitorie prevedono che possono chiedere l'iscrizione all'albo anche i giornalisti iscritti nell'elenco dei pubblicisti che risultino titolari di contratti di lavoro giornalistico da almeno due anni ovvero che dimostrino di aver ricavato dalla libera professione giornalistica almeno il 60 per cento del loro reddito nei cinque anni antecedenti alla data di entrata in vigore della legge.

Treviso- Diritto di cronaca e tutela dei minori: la revisione della Carta di Treviso

Il bilancio della Carta di Treviso, emanata esattamente 15 anni fa, il 5 ottobre 1990, dall'Ordine nazionale dei giornalisti e dalla Federazione nazionale della stampa, in collaborazione con enti ed istituzioni della città di Treviso e con Telefono Azzurro, non può che considerarsi positivo, pur nella compresenza di luci e ombre. Lo hanno ribadito autorevoli esponenti del mondo dell'informazione e di quello della tutela dell'infanzia in occasione di un animato dibattito svoltosi proprio a Treviso, nella sala convegni della Casa dei Carraresi, il 5 ottobre scorso.

Si è trattato di un momento di riflessione sull'esigenza di tutelare in modo sempre più incisivo e puntuale i minori coinvolti in episodi di cronaca e spesso in balia di un'informazione spettacolarizzata e senza scrupoli.

Negli ultimi quindici anni, si sono registrate tante deprecabili violazioni ma anche tanti lodevoli esempi di rispetto e rigore da parte dei giornalisti. La Carta di Treviso, frutto di una matura e diffusa sensibilità circa il dovere dei media di trattare con attenzione le notizie sui minori, di pubblicarne con giudizio le foto e di diffonderne con scrupolo le immagini, rappresenta un punto fermo nella deontologia dei giornalisti.

Il 5 ottobre scorso, dopo tre lustri di positiva anche se discontinua applicazione della Carta di Treviso, i firmatari si sono ritrovati per discutere del suo stato di attuazione e della necessità di un suo aggiornamento.

“L'Ordine nazionale dei giornalisti -ha dichiarato il presidente Lorenzo Del Boca- sul versante del rispetto delle regole deontologiche non ha mai abbassato la guardia, anzi, soprattutto negli ultimi anni, ha incrementato gli

sforzi nella direzione di un potenziamento dei principi etici. In particolare in materia di minori coinvolti in episodi di cronaca, l'Ordine ha sanzionato con fermezza i suoi iscritti giudicati colpevoli di aver violato le leggi professionali e i codici etici dettati a tutela della personalità e della dignità dei soggetti più deboli. In un'epoca dominata dalla superficialità, dalla compiacenza per il superlativo e dalla vigliaccheria di certa informazione verso il destino dei soggetti più indifesi, noi giornalisti abbiamo il dovere di recuperare credibilità, evitando spettacolarizzazioni e privilegiando la qualità dell'informazione rispetto alla quantità”.

Cosimo Bruno, coordinatore del gruppo di lavoro del Consiglio nazionale dei giornalisti “Informazione e minori” che ha elaborato la bozza di revisione della Carta di Treviso presentata il 5 ottobre scorso, ha ricordato che l'adeguamento della Carta a internet e ai nuovi strumenti introdotti dalla globalizzazione non farà altro che bilanciare al meglio il diritto di cronaca e i diritti dell'infanzia, anche attraverso la salvaguardia dell'anonimato. Sulla nuova Carta di Treviso, che estende all'informazione on-line le prescrizioni etico-deontologiche già previste per gli altri media, è stato chiesto il contributo degli ordini regionali dei giornalisti. Dal convegno di Treviso sono venute anche due sollecitazioni: la prima, da parte di Franco Siddi, presidente della Federazione nazionale della stampa italiana (Fnsi), verso un maggiore coinvolgimento di Fieg e Upa (associazione delle imprese che investono in pubblicità) nella definizione di nuove norme etiche sui minori; la seconda, da parte di Vittorio Roidi, segretario dell'Ordine nazionale dei giornalisti, verso un rilancio del ruolo di giurì o organismi di garanzia in grado di esercitare un monitoraggio costante di eventuali violazioni.

Franco Siddi, esaltando l'importanza della

deontologia come componente essenziale e costitutiva della professionalità giornalistica, ha precisato: “Restano purtroppo ancora fuori da un terreno di condivisione diretta ed esplicita di responsabilità, soprattutto rispetto ai minori, due soggetti di non poco rilievo. Mi riferisco, da un lato, alla Fieg, per la carta stampata, ed all’Upa, l’associazione delle imprese che investono in pubblicità, dall’altro. Quest’ultima, che rappresenta il motore economico e finanziario di tutto il sistema della comunicazione, avanza l’obiezione che, per quanto la riguarda, sotto il profilo etico esiste e funziona il giurì dell’autodisciplina. A me pare davvero che il giurì sia sì un organismo di sicuro valore e di lunga esperienza, ma che sia davvero troppo finalizzato a prevenire e dirimere le questioni interne al mondo della pubblicità, con procedure e decisioni che non sempre avvengono in forme pubbliche. Sarebbe perciò auspicabile che la Fieg e l’Upa si aprissero al confronto diretto con i giornalisti e con il pubblico, aderendo esplicitamente alle Carte esistenti o anche andando alla definizione di un documento di impegno comune. E questo a partire dal fatto incontrovertibile che il pubblico è sempre più “obbligato” a consumare insieme informazione, intrattenimento e pubblicità attraverso un unico atto di acquisto”.

Roidi, riprendendo peraltro quanto sostenuto da Siddi, ha sottolineato l’esigenza di coinvolgere al più presto gli editori nella definizione di regole etiche e deontologiche sui minori. “Non è possibile -dichiara il segretario nazionale- che gli editori non si preoccupino di quello che si pubblica sui loro giornali”. Quanto ai giurì e ai comitati di garanzia, Roidi è stato molto perentorio: “La Carta di Treviso prevedeva la costituzione di un comitato di garanzia. Dov’è? Se non c’è, cancelliamolo”. Elio Donno, presidente della commissione

ricorsi dell’Ordine nazionale dei giornalisti, ha sottolineato, invece, l’importanza di intensificare l’azione preventiva, oltre che quella disciplinare. Fatto sta che, in 15 anni di applicazione della Carta di Treviso, solo 28 casi di presunti abusi nell’esercizio del diritto di cronaca in materia di minori sono arrivati in consiglio nazionale.

Vincenzo Russo, di Telefono Azzurro, ha fatto presente che la sua associazione, nata 18 anni fa, ha costituito una capillare rete in tutt’Italia a sostegno delle esigenze di tutela dei minori ed è pronta a condividere ulteriori momenti di riflessione con i firmatari della Carta di Treviso, in vista di un suo aggiornamento. “Tuttavia -ha ricordato Russo- le tutele attuali si sono dimostrate sin qui insufficienti, i media hanno un ruolo sempre più importante nella crescita e nello sviluppo dei minori. Però, ci sono alcuni strumenti che si possono utilizzare, come gli ascolti telefonici, tra cui il nostro numero di emergenza 114, dove si possono segnalare le violazioni”.

Da questo punto di vista, si segnala la significativa mole di lavoro del Comitato “Tv e minori”, presieduto da Emilio Rossi e istituito sulla base del Codice di autoregolamentazione “Tv e minori” varato nel novembre 2002. Quel comitato ha accertato ben 67 violazioni giornalistiche in materia di minori, tutte rese pubbliche attraverso lo strumento televisivo.

Al convegno di Treviso del 5 ottobre scorso è intervenuto anche Mauro Paissan, componente dell’Autorità garante per la privacy, che ha auspicato un limitato ampliamento della Carta di 15 anni fa ed ha dato atto ai giornalisti di essere più responsabili che in passato per quanto riguarda il rispetto della privacy dei minori. “Per quanto riguarda internet -ha aggiunto Paissan- l’Autorità ha esteso le sue prescrizioni alla rete, dove le violazioni non sono mitigate né dallo spazio né dal tempo e

quindi sono molto più pericolose. L'Ordine decida in piena autonomia sull'aggiornamento della Carta, dopo di che riprenderemo un serio e approfondito confronto su questi temi".

Ma per porre le basi di un'informazione realmente al servizio delle nuove generazioni bisogna partire dal mondo scolastico, preparando le nuove leve alla lettura critica e corretta dei mezzi di informazione. E' quanto si propongono l'Associazione Carta di Treviso, presieduta da Tiziano Toffolo, e Mediawatch, osservatorio giornalistico presieduto da Mario Furlan, che hanno presentato al convegno di Treviso il progetto "Media educational", rivolto inizialmente a scuole e licei della comunicazione della provincia di Treviso e, in una seconda fase, alle scuole di tutt'Italia.

Ruben Razzante

Roma - Quinto Rapporto Censis Ucsi sulla Comunicazione in Italia

A cinque anni dal Primo Rapporto sulla Comunicazione in Italia, diviene finalmente possibile avviare una seria riflessione per comprendere come sia cambiato l'utilizzo dei media all'interno della società italiana.

E' stato proprio questo lo scopo dell'incontro di giovedì 27 ottobre, tenutosi a Roma presso la Sala del Cenacolo della Camera dei Deputati, in cui sono stati presentati i primi risultati dello studio che porteranno alla realizzazione del Quinto Rapporto sulla Comunicazione in Italia, "2001-2005. Cinque anni di evoluzione e rivoluzione nell'uso dei media". Lanciata la proposta nel congresso Ucsi di Bologna, dicembre 1993, dall'allora presidente Paolo Scandaletti, il Rapporto è stato via via realizzato dal Censis, con la collaborazione di Rai, Telecom Italia, Mediaset, Mondadori e Ordine dei Giornalisti, rappresentati al convegno rispettivamente da Benito

Benassi, Andrea Gavosto, Stefano Gnasso, Luisa Pogliana e Vittorio Roidi. Non potendo essere presente, anche il Presidente della Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI), Franco Siddi, ha voluto partecipare all'incontro inviando un messaggio ai relatori della tavola rotonda, in cui ribadisce che "lo sviluppo dei vari Rapporti UCSI-Censis è di grande significato non solo per gli operatori del settore ma anche per le classi dirigenti del Paese, del mondo della cultura e della scuola". Un lavoro molto complesso ed impegnativo che, pur volendo dare una risposta di carattere quantitativo alla fruizione dei media nel nostro Paese, non dimentica l'importanza dell'aspetto qualitativo nella relazione che si instaura tra i mezzi di comunicazione e la società civile. Emilio Rossi, Presidente del Comitato Tv e Minori, oltre che consigliere nazionale UCSI, definisce infatti il Rapporto "come una grande fotografia dinamica dell'attuale scenario mediatico, che risulterebbe però sterile se non fosse accompagnata da domande importanti". Giuseppe De Rita, segretario generale del Censis, apre il dibattito sottolineando come alla moltiplicazione degli strumenti non corrisponda assolutamente un arricchimento di significati e messaggi. "Non è una questione di pessimismo intellettuale" - continua De Rita - ma una constatazione. Non c'è coraggio di differenziarsi dagli altri mezzi, non c'è nessun incremento di valore".

Eppure qualche segno positivo sembra emergere: pensiamo, come afferma Rossi, alla nascita dei giornali di nicchia per la creazione di un dibattito politico, che in Italia stenta ad affermarsi, allo sviluppo della free press che avvicina il mondo dei giovani a quello della carta stampata, alla pubblicazione sui grandi quotidiani di saggi e documenti di ampio respiro.

A tracciare un panorama preciso e dettagliato

dell'uso dei media dal 2001 al 2005 è Raffaele Pastore, responsabile del settore Comunicazione del Censis, il quale evidenzia come in questi cinque anni il rapporto degli italiani con i media si sia fatto più consistente e diversificato. Aumenta infatti il numero delle persone che usano anche solo occasionalmente un mezzo (stiamo sempre più diventando una popolo di "onnivori" e "pionieri"), mentre per molti di questi si registra un incremento degli utenti abituali (ci si riferisce soprattutto al cellulare, ad internet, al computer e alla tv satellitare).

Ma oltre a sottolineare l'aumento quantitativo dell'utilizzo dei media, Pastore tiene a mettere in risalto come l'evoluzione tecnologica, che ha toccato tutti mezzi, anche se in modi e proporzioni differenti, si leghi profondamente all'aspetto qualitativo del fenomeno.

L'evoluzione, come recita il titolo del Quinto Rapporto, non può che accompagnarsi alla rivoluzione, che riguarda sicuramente il mondo mediatico, ma anche e soprattutto quello sociale.

Paolo Scandaletti, direttore responsabile della rivista Desk, sostiene come questa esigenza di fotografare la realtà in rapporto ai media rappresenti un contributo determinante per quei professionisti dell'informazione che si pongono il problema di migliorare il proprio "prodotto". "Aumenta per il cittadino medio la fatica di vivere anche per la proliferazione dei mezzi di comunicazione" - continua Scandaletti - perché sempre più volgari, superficiali, interessati ad imporre il proprio punto di vista e servili rispetto al potere". In questo contesto manca, secondo il direttore di Desk, il contributo di molti soggetti importanti, tra cui quello della FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), non interessati a domandarsi se il livello qualitativo offerto sia realmente adeguato ai bisogni e alle aspettative della

società civile.

"Il quadro negativo per molti aspetti - afferma Vittorio Roidi, segretario dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti - mostra anche segni di vivacità", fra i quali non deve essere trascurato lo stimolo a rispondere ed interpretare la nuova realtà mediatica di fronte ad un cittadino che diventa sempre più "multimediale". L'incremento dell'uso abituale dei media digitali viene evidenziato inoltre da Andrea Gavosto, responsabile Studi economici Telecom Italia, anche se si tratta logicamente di una fruizione sovrapposta e non alternativa a quella dei mezzi tradizionali.

Benito Benassi e Stefano Gnasso, responsabili rispettivamente del Corporate Marketing Rai e della Struttura Scenari RTI, sottolineano, infatti, come il ruolo della televisione generalista sia tutt'ora fondamentale all'interno della società italiana e come la sua funzione socializzatrice, svolta principalmente attraverso il genere dell'intrattenimento, sia in costante crescita "per il bisogno di esorcizzare una realtà ansiogena e di risolvere tutta una serie di turbamenti esistenziali". A questo proposito, Luisa Pogliana, direttore Ricerche e Analisi di Mercato Mondadori, sostiene che "il consumo dei mezzi di comunicazione diventa sempre meno massificato consentendo un rovesciamento tra domanda e offerta, ma soprattutto la possibilità di soddisfare necessità ed aspettative individuali".

Conclude il dibattito Giuseppe Roma, direttore generale del Censis, sottolineando come tutti i Rapporti sulla Comunicazione in Italia abbiano colmato una necessità di sintesi manifestata non soltanto dai professionisti dell'informazione. Secondo Roma, inoltre, non è più possibile limitarsi a demonizzare il mondo dei media, né a monitorarlo, ma diventa necessario aprire una relazione, un dibattito fra aziende ed utenti che vada anche oltre i confini

nazionali.

Il Sesto Rapporto sulla Comunicazione, non a caso, aprirà una serie di studi mirati al confronto europeo sull'uso dei media. Un'analisi importante, quindi, che inevitabilmente permetterà al dibattito italiano sul sistema mediatico di confrontarsi ed arricchirsi.

Camilla Rumi

Lavori in corso di Comunicazione.

I curricula alla prova del mercato e la comunicazione declinata al futuro

“Lavori in corso di comunicazione” è lo slogan, nonché titolo, del 3° Incontro Nazionale degli studenti e dei docenti di Scienze della comunicazione tenutosi lo scorso 4 novembre presso il quartiere fieristico di Bologna, all'interno della XII edizione del COM-PA, il salone europeo della comunicazione pubblica. Un convegno che la Conferenza nazionale dei corsi e delle facoltà di Scienze della comunicazione, ha dedicato alle grandi potenzialità legate all'industria dell'informazione e della comunicazione, in relazione al mondo della formazione universitaria. Momento importante di riflessione sul futuro della comunicazione e confronto vivo ed aperto tra esperti del settore, mondo accademico, istituzioni ed imprese, con l'intento di rispondere a quanti aspirano a diventare professionisti della comunicazione preparati e competenti, consapevoli della responsabilità del proprio ruolo e degli effetti sociali dell'agire professionale.

L'urgenza e l'obbligo di affrontare tale tema è emerso dal quadro attuale di indebolimento delle identità professionali, caratterizzato da un lato da una crescita esponenziale dei curricula formativi, e dall'altro da una prospettiva di flessibilità e precariato imposta dal settore stesso e dal mondo del lavoro più in generale.

Nella società attuale, infatti, caratterizzata da veloci cambiamenti nella domanda di professionalità sempre più specializzate ed adattabili alla nuova economia, emerge la necessità di fornire risposte adeguate e coraggiose attraverso interventi strutturali e organizzativi che debbono coinvolgere istituzioni, docenti ed esperti del settore.

L'incontro si è aperto con il saluto ai presenti di Alessandro Rovinetti, segretario generale dell'Associazione italiana comunicazione pubblica e istituzionale, che ha affermato: “La mia associazione ritiene gli studenti di comunicazione non solo i protagonisti degli importanti processi in atto ma anche nostri importanti alleati”. A seguire l'incontro è stato ufficialmente aperto dalla lezione magistrale di Gianfranco Bettegini, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, dal titolo “Comunicazione con vista sul lavoro”, che ha definito il ruolo della comunicazione ribadendone l'importanza e tracciandone il legame con il mondo del lavoro. Quattro i possibili approcci al mondo dei media individuati: il lavoro nei media, sui media, sollecitato dai media e rappresentato dai media.

L'introduzione ai lavori è spettata al presidente della conferenza nazionale delle facoltà e dei corsi di laurea di Scienze della comunicazione Mario Morcellini. Il suo auspicio, definendo i giovani studenti ‘un capitale sociale’ sia per il valore delle loro tesi, sia per il loro impegno come laureti, è stato quello di poter costituire una reciproca alleanza tra docenti e studenti che offra la possibilità di affacciarsi con più forza ed efficacia sul mercato del lavoro.

La manifestazione si è articolata secondo due aree tematiche: “I curricula alla prova del mercato” e “La comunicazione declinata al futuro”. Sulla prima parte a confronto le idee di Sergio Scamozzi, Università di Torino, e i dati di Andrea Cammelli, di Alma Laurea. Il primo

individua nel concetto di innovazione (tecnologica, sociale e nei mercati) la chiave per leggere il mondo della comunicazione: “Bisogna dare spazio alla qualità e alle diversificazioni dei percorsi formativi, aprendosi agli scenari internazionali ed investire in quei settori in cui la comunicazione ha subito negli ultimi anni l’impulso maggiore”. Il secondo ha fornito, invece, un quadro della situazione del mercato del lavoro rispetto alle lauree in Scienze della Comunicazione, prima e dopo la riforma. Emergono, a tale proposito, dati piuttosto confortanti che dimostrano come i laureati completino il loro percorso di studi in tempi brevi e con ottimi risultati, e come possiedano capacità tecniche e linguistiche utili all’inserimento nel mercato del lavoro. A un anno dalla laurea 72 ragazzi su 100 hanno un lavoro, a tre anni sono 91 su 100. Dopo 5 anni solo il 5% è ancora senza lavoro. Lo sbocco privilegiato è la pubblicità (lavora il 15% dei 5.000 laureati campione dell’indagine). Solo il 2,2% accede alla professione giornalistica.

Coordinatori della seconda parte, “La comunicazione declinata al futuro”, Lucio D’Alessandro, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli, e Giovanni Bechelloni, dell’Università di Firenze. Tanti, a seguire, gli interventi di professori ed esperti del settore, intervallati dalle testimonianze di giovani laureati che hanno sottolineato le difficoltà incontrate e gli obiettivi raggiunti.

Tra gli ospiti ricordiamo: Antonio La Spina (Università di Palermo), Maurizio Ciaschini (Università di Macerata), Gustavo Guizzardi (Università di Padova), Pina Lalli (Università di Bologna), Lella Mazzoli (Università di Urbino) e Vito Gallotta (Università di Bari - sede di Torino).

Massimo Rossi della Enterprise Digital Architects, in rappresentanza delle imprese, ha sottolineato l’importanza di “passare da una

comunicazione per le masse ad una comunicazione che arrivi alle masse”. Pierluigi Magnaschi direttore dell’Ansa e Angelo Guerini, della Guerini e Associati Spa, le voci per l’editoria. Magnaschi ha evidenziato l’importanza della formazione all’estero e della conoscenza delle lingue, l’inglese prima di tutto, ormai *conditio sine qua non* per i professionisti della comunicazione, mentre Guerini ha esaltato il ruolo dell’editore non più solo come intermediario tra autore e pubblico, ma come selezionatore/programmatore di contenuti, e come dispensatore di servizi da affiancare al libro: libro+seminario, libro+lezione. Per il settore pubblicitario la parola a Marco Magnani della Magnani Pintér Galbiati s.r.l. che spiegato come il futuro della comunicazione pubblicitaria non risieda tanto nella creazione di nuovi linguaggi quanto piuttosto nella capacità di liberarsi dalla stretta dei format-media tradizionali che diventano sempre più costosi, più affollati e meno efficaci. Sulla prospettiva europea la parola è stata affidata a Roberto Grandi (Università di Bologna) che ha ricordato come “oggi una presenza europea, sia nel campo della didattica sia in quello della formazione, è possibile solo se si è all’interno di reti che costituiscono una massa critica in grado di incidere sui processi decisionali”.

Le conclusioni affidate a Mario Morcellini e Michele Mirabella (Università di Bari). Mirabella esprime le sue preoccupazioni per il futuro: “il compito che spetta all’Università non è quello di trovare occupazione ma quello di abilitare e dare la *techné* necessaria per l’ingresso nel mondo del lavoro”. “Ricerca, sperimentazione, formazione. Sono le tre parole chiave su cui intervenire per rinnovare il sistema educativo italiano” - sostiene Morcellini chiudendo la giornata di lavori - “La sfida, dunque, è quella di ridisegnare il processo comunicativo approdando ad una

scuola della modernità in grado di mettersi in discussione attivando nuovi codici e segni espressivi e capace di fruire dei nuovi mezzi di comunicazione utilizzati dai ragazzi”.

Ludovica Quattrocchi

Roma - Comunicazione, salute e terapia del buon umore.

“E’ una sola moltitudine”. Con la celebre frase dell’illustre poeta Fernando Pessoa, Aldo Grasso, professore di Storia della radio e della televisione alla Cattolica di Milano, oltre che critico televisivo de *Il Corriere della Sera*, presenta Antonio Albanese ai ragazzi del primo anno della Facoltà di Medicina e Chirurgia dell’Università Cattolica del Sacro Cuore.

Una presenza che, a prima vista, potrebbe sembrare un po’ fuori luogo. Non troppo però, se la comicità del noto trasformista diventa funzionale alla spiegazione dei mali e delle contraddizioni della società contemporanea.

L’incontro, svoltosi lo scorso 10 novembre presso Paula Gemelli dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma, rientra - spiega Pietro Bria, docente di Psichiatria nello stesso ateneo - in un ciclo di seminari interdisciplinari diretti alla formazione filosofica degli studenti della Facoltà di Medicina. “Una iniziativa di notevole spessore - sostiene Lorenzo Ornaghi, Magnifico Rettore dell’Università - non solo per i contenuti, ma per come è stata pensata e progettata. Riflettendo su come il medico debba rapportarsi diversamente a seconda della persona che ha di fronte, ci rendiamo conto di come i problemi non richiedano soluzioni univoche: ecco il perché di questi incontri”.

Antonio Albanese, attualmente sui grandi schermi con il film di Pupi Avati, “La seconda

notte di nozze”, e in giro per l’Italia con il suo nuovo spettacolo teatrale, ricevuto dagli studenti con una ovazione, mostra subito la sua vena umoristica “sono l’unico albanese ad essere accolto con un applauso”. La prima di tutta una serie di pungenti battute e critiche rivolte ad una società che vive, a suo parere, nel disagio e nella paura, tema principe del seminario.

“Tutti i miei personaggi - continua il comico - da Pier Piero ad Epifanio, da Alex Drastico a Padre Perego, da Cettola Qualunque a Frengo, hanno paura, vivono un certo tipo di disperazione”. La solitudine, le preoccupazioni per quale futuro potrebbero avere le nuove generazioni, le difficoltà, materiali e non, nel creare una famiglia diventano le angosce di una società intera che ha perso la propria serenità, da intendersi come isolamento e chiusura mentale.

“Manca la cultura dello stare bene - sostiene l’attore di Olginate - una cultura che non si può apprendere e che, tanto meno, il vortice mediatico che ci circonda può pretendere di trasmetterci”. I mezzi di comunicazione odierani vengono infatti visti come degli strumenti irresponsabili ed invasivi, “segnati dalla perdita di gusto e di valore”. Un giudizio piuttosto severo, di cui vengono stemperati i toni quando i media, anziché porsi come panacea di tutti i mali, divengono la strada per acquisire una maggiore serenità nella vita. “La comicità è una delle forme d’arte più elevate perché è libertà a 360°” - afferma Albanese - annoverando la censura come una delle principali paure della classe politica, non solo italiana. Non sorprendiamoci, quindi, se il protagonista del nuovo spettacolo dell’attore lariano sia proprio “il Ministro della Paura”.

Tanti altri ancora gli argomenti toccati dall’ex-comico di “Mai dire gol”: la crisi del teatro, la problematica dell’immigrazione, del rapporto

vitale con la terra d'origine, dell'omosessualità e della mancanza di allegria, anche e soprattutto negli ospedali, dove invece sarebbe essenziale per una totale guarigione del paziente. "Ho molto rispetto per il mestiere del clown in corsia - continua Albanese - pur non conoscendolo bene, far sorridere i malati li aiuta molto più di quanto potrebbe sembrare a prima vista".

Un piacevole incontro in cui, grazie alla sapiente conduzione di Aldo Grasso, Antonio Albanese è riuscito non soltanto a divertire con i suoi sketch i futuri medici della Cattolica, ma anche a spronarli a riflettere su molteplici aspetti dell'era contemporanea, poco serena ma sempre pronta a stupirci, proprio come i suoi personaggi.

Camilla Rumi

Mazaro del Vallo- Aiart La famiglia davanti e dentro la Tv

Promosso dall' AIART, associazione spettatori, e sostenuto dall'Ufficio delle Comunicazioni Sociali della CEI, si è tenuto a Mazara del Vallo, nei giorni 30 e 31 ottobre e 1 novembre, un interessante convegno nazionale rivolto a fornire elementi di riflessione sulla storia del rapporto "Famiglia e TV", nelle implicazioni etiche, educative e culturali che da esso discendono ed essere, nello stesso tempo, occasione per progettare iniziative e percorsi formativi. La Regione Siciliana, coinvolta nell'iniziativa, ha offerto il proprio patrocinio. Assai numerosa la partecipazione di educatori e di genitori richiamati dall'importanza del convegno.

All'apertura dei lavori hanno rivolto i saluti agli intervenuti il presidente nazionale dell' AIART Luca Borgomeo, il vescovo di Mazara del Vallo Ecc. Calogero La Piana e il vice sin-

daco della cittadina Natale Russo con gli assessori alla Famiglia Salvino Sciacca e alla Cultura Isabella Marcellino. Ha dato anche testimonianza di presenza e solidarietà lo scrivente nella qualità di presidente per la Regione Sicilia dell'UCSI (Unione Cattolica della Stampa Italiana) ma anche in rappresentanza della presidenza nazionale.

La relazione di introduzione al convegno è stata svolta sapientemente, con il sussidio di diapositive, dal vice presidente nazionale dell'AIART prof Giovanni Baggio. Quindi sono state ascoltate, nei tre giorni, coinvolgenti esperienze e riflessioni offerte, rispettivamente, dal prof. Marcello Soprani (conduzione di una serata di teleforum), dal prof Luca Venzi, dell'Università La Sapienza di Roma (fiction e telefilm sul tema "la famiglia") e dall'ins. Sandra Costa (media education a San Donà del Piave).

Il convegno, particolarmente positivo, si è concluso con la relazione di sintesi del prof. Baggio e con il proponimento di prodigarsi ancor più per far maturare idonei modelli etici di riferimento nel rapporto TV- Famiglia.

Filippo Galatà

LIBRI RICEVUTI:

Paolo Scandaletti, *Etica e deontologie dei comunicatori* - Codici e norme nel CD allegato, Edizioni LUISS Press 2005, pp. 170, □ 16,50

Carla Bertolo, *L'interfaccia e il cittadino*, Ed. Guerino, pp.186, □ 18,50

Giacomo de Antonellis, *Quid est veritas, Discorso su Pilato e sulla comunicazione*, Ed. Club di autori Indipendenti, pp87, □ 10,00

■ **Ci salveranno le vecchie zie?**

Leo Longanesi

Ed. Longanesi 2005, pp. 120 - □ 12,00

Parliamo dell'elefante

Ed. Longanesi 2005, pp. 198. - □ 13,00

**Sogni, delusioni e sconfitte
nelle lettere inedite di Giuseppe Marotta**

Salvatore Maffei - Ed. Emeroteca - Biblioteca
Tucci 2005 - 180 pag. - fuori commercio

Leo Longanesi e Giuseppe Marotta appartengono senza dubbio alla storia del giornalismo sia pure per diverse ragioni. Del secondo, napoletano, nato nel 1902 si è scordato di celebrare il centenario persino il *Corriere della Sera* che ne aveva ospitato gli elzeviri inimitabili per 21 anni; e la *La Stampa* dalla quale proveniva. Se a Marotta è andata così male molta attenzione invece, con articoli e convegni, ha avuto Longanesi; romagnolo nato a Bagnocavallo per l'appunto nel 1905.

Longanesi sta nelle nostre storie per aver inventato il settimanale moderno: dall'*Italiano*, quindicinale 1926, derivano nel '37 *Omnibus* per l'editore Rizzoli ed il *Borghese* nel '50, per la sua casa editrice appena fondata. Ma anche *Oggi*, *Tempo*, il *Mondo*, *L'Espresso* che gli debbono pure l'idea della foto-informazione-commento ed il ventaglio delle rubriche. Mattei per l'Eni gli chiese d'inventare la formula del *Giorno*, dopo aver ottenuto il simbolo del cane a sei zampe per la sua benzina e i frutti della sua eleganza grafica.

Sta nelle storie perché ha abbattuto la scrittura ampollosa e auto-referenziale, a pro di un linguaggio diretto ed ironico, aperto a tutti ed accattivante, ontologicamente democratico. La sua intelligenza fuor dell'ordinario lo fece maestro di giornalismo e di giornalismo con-

tro i poteri dominanti, del fascismo e dell'antifascismo. Le sue battute fulminanti illuminano più dei saggi colti ed autoreferenziali: "cerco amici da consumare"; "il vero napoletano non chiede l'elemosina, la suggerisce"; "Milano crede di essere Milano, Roma sa di essere Roma"; e di se "sono un carciofino sott'odio".

La terza ragione per la quale Longanesi appartiene alla storia del migliore giornalismo è questa: ha preso di petto l'identità italiana, analizzata e capita come pochi, scossa nelle sue debolezze e viltà, spinta all'impossibile riscatto. E la sua classe dirigente, sprovvista dei valori fondanti la dignità, che naviga nell'opportunismo e nel consumismo: "una vita spesa a far la spesa". Generosamente aggiusta persino il timone a Vitaliano Brancati e fa l'editing per Alberto Moravia.

I due libri ora ripubblicati uscirono nel '47 e nel '53; fatti di note e aforismi, in realtà sono anche uno spaccato autobiografico e una raccolta di istantanee della gente che girava per l'Italia in quel tempo: soprattutto del ceto intellettuale, figlio della compromissione permanente asservito al potente di turno, necessitato a parlar d'altro (l'elefante) per non correre pericoli.

Longanesi è vissuto tra bei nomi e relazioni altolocate, ma è rimasto sostanzialmente un uomo solo. Marotta, solo e abbandonato. Nato povero e cresciuto fra gli stenti, di carattere triste ed ombroso, è stato un grande uomo di penna. Partendo da letturista dei contatori del gas, fu giornalista, scrittore, sceneggiatore. "L'Oro di Napoli", tirato in 50 edizioni e tradotto in 20 lingue, ha generato anche un film che ha portato nel mondo le splendide immagini di quel golfo e della sua gente, aristocratica e plebea.

Il biografo di Napoli è rievocato da Maffei grazie ai suoi ricordi di cronista principe, a

puntigliose ricerche e un grosso pacco di lettere inedite: 16 scritte da Marotta all'amico Mario Capocaccia e a 6 critici letterari, 23 alla moglie e ai due figli e 11 ricevute da altri scrittori; alle quali si son poi aggiunte 7 più 7 indirizzate ai grandi amici Giovannino Guareschi e Cesare Zavattini. Senza contare il carteggio della *Repubblica di Salò*: avendo scritto un appassionato e frizzante elogio della libertà dopo il ribaltone fascista del 25 luglio '43, Marotta venne indagato ed espulso dall'Albo dei giornalisti, quindi immediatamente licenziato dal settimanale di cinema romano per il quale lavorava. Lavorerà sempre e tanto, ma senza alcuna stabilità rasserenante.

Ha scritto infatti su tante riviste, sui due più diffusi quotidiani di allora; su l'*Europeo* tenne una seguitissima rubrica di recensioni cinematografiche. Nel 1954 la *Fiera letteraria*, guidata da Vincenzo Cardarelli e Diego Fabbri, gli dedicò 4 pagine con articoli di Emilio Cecchi, Giancarlo Vigorelli, Goffredo Bellonci, Salvatore Quasimodo, Enrico Emanuelli, Mario Pomilio, Cesare Zavattini, Giuseppe Berto. Era la consacrazione del gran letterato e del giornalista "consigliere pubblico" come lo definì in morte Ferdinando Palmieri.

Ma questa storia di Giuseppe Marotta è anche una finestra aperta sulla vita di quelli che vivono di scrittura. Vita ammorbata pure di invidie e omissioni, gelosie e falsi vant: come quello di Montanelli, d'averlo introdotto al *Corriere* nel '47, quando c'era entrato, ben prima, chiamato dal direttore Borelli. Vita di valore, misconosciuta soprattutto dall'élite intellettuale di quella città che più di tutti aveva disgelato e fatto amare agli italiani. Perché c'era riuscito, lui, raccontandola con la sua inarrivabile pietas e arte letteraria.

Paolo Scandaletti

■ La conoscenza dei media nella prospettiva sociologica.

Donatella Pacelli

Ed. *Stadium*, pp. 295, □ 22,50

Il volume può essere interpretato come "un viaggio" nel complesso mondo delle comunicazioni di massa e delle sue implicazioni sul relativo contesto sociale e culturale.

L'autrice, Donatella Pacelli, docente di Sociologia presso la Libera Università Maria SS. Assunta (Lumsa) di Roma, con uno stile molto chiaro e comprensibile (il volume è difatti adottato come libro di testo all'interno del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione), analizza le diverse forme del comunicare, con i molteplici aspetti che le caratterizzano, per soffermarsi sulla comunicazione messa in atto dai mass media, individuandone struttura, dinamiche e strategie.

La centralità del fenomeno all'interno del mutamento sociale e culturale che ha investito il secolo appena trascorso e quello odierno è indiscussa, ma si pone il problema di comprendere quale sia la chiave di lettura migliore per interpretarlo. La stretta interconnessione esistente tra l'evoluzione sociale, culturale e massmediale rende, infatti, inaccettabile una lettura univoca della realtà creata dai mezzi di comunicazione di massa. All'idea della dipendenza si sostituisce quindi quella dell'interdipendenza, che considera i media prodotto e allo stesso tempo produttori del contesto in cui si trovano ad operare. In presenza di una società a tal punto complessa e di una cultura sempre più polisemica è infatti impossibile, come afferma l'autrice, "parlare di comunicazione di massa disancorandosi da analisi sociali e culturali del frame di riferimento, vera cartina tornasole di caratteristiche e ricadute del fenomeno". Ecco allora che, come recita il titolo del volume, la riflessione sociologica diventa la prospettiva privilegiata attraverso cui compren-

dere, a livello teorico e pratico, che tipo di comunicazione e quale cultura veicolino, in questa postmodernità, i media.

Dopo aver ripercorso la storia degli studi mediologici dalla loro nascita all'epoca attuale, Donatella Pacelli dedica l'ultimo capitolo a riflessioni più generali che esulano completamente dall'ambito della Communication Research.

La disparità esistente, all'interno di uno stesso corpo sociale e tra i diversi Paesi del mondo, nella ripartizione del bene comunicazione non può che suscitare inquietanti interrogativi. Anziché rendere universali le possibilità di incontro e scambio, le grandi comunicazioni hanno contribuito ad incrementare il già preoccupante gap tra i popoli, dotati in maniera impari di risorse economiche e tecnologiche. Una situazione che nel tempo non potrà che acuirsi quando i new media espliciteranno totalmente le proprie potenzialità.

D'altronde la natura stessa dei media, in quanto comunicazione di una minoranza organizzata ad una maggioranza fortemente disorganizzata senza, o quasi, possibilità di feedback, pone, in tutta la sua drammaticità, la questione dei rapporti di potere e controllo fra i diversi attori del processo. L'istituzione chiave della modernità non poteva di certo non rappresentare ed amplificare le ormai radicate contraddizioni, relative alla distribuzione del potere, che si manifestano in tutte le dimensioni della vita associata delle società complesse.

Questa tendenza alla globalizzazione, supportata anche e soprattutto dai mezzi di comunicazione, sembra quindi non dare assolutamente i risultati sperati. La tesi di McLuhan secondo cui alla diffusione su larga scala dei media, ed in particolare della televisione, sarebbe corrisposta una solidarietà a carattere globale, appare ancora un miraggio.

Camilla Rumi

■ Comunicare l'innovazione

Andrea Granelli (a cura di)

Il Sole 24 Ore, pp. 211, □ 24,00

Cosa significa essere innovatori? L'innovazione è una condizione legata esclusivamente al progresso tecnologico o, piuttosto, lo specchio di un cambiamento sociale e culturale? E, si può essere autentici innovatori senza essere efficaci comunicatori?

A queste domande si propone di rispondere il bel volume curato da Andrea Granelli, che si inserisce nell'ambito di un interessante progetto, promosso dalla Fondazione Cotec in collaborazione con *Il Sole 24 Ore*, il cui obiettivo finale è la diffusione di una cultura dell'innovazione.

Alla base di questa iniziativa c'è infatti la convinzione, generalmente condivisa dai promotori, che l'innovazione sia un fenomeno complesso, di cui il mero fatto tecnico (ossia l'invenzione) costituisce solo una delle componenti: l'innovazione va dunque considerata anche come fatto economico, sociale e culturale.

Ma non solo. L'innovazione è infatti fine a se stessa se non viene comunicata: come sostiene Andrea Granelli, "l'autentico innovatore non è colui che ha le idee o possiede le tecniche, ma chi le traduce in fatti concreti e utili e soprattutto le diffonde, e quindi in un certo senso le comunica".

La comunicazione dell'innovazione non è dunque separabile dall'innovazione stessa, ma ne costituisce un aspetto assolutamente costitutivo: su questo punto concordano i protagonisti del mondo dell'imprenditoria e della comunicazione, i cui contributi al volume costituiscono una preziosa testimonianza della comune esperienza di innovatori/comunicatori.

Le interviste, che del volume costituiscono parte essenziale, sono articolate in diversi percorsi tematici che vanno a toccare alcune problematiche di grande attualità in relazione alla

moderna gestione d'impresa: le strategie di comunicazione dell'innovazione (la comunicazione è infatti un funzione strategica che deve essere integrata con le altre funzioni chiave dell'azienda) e le relative tecniche (la comunicazione dell'innovazione richiede innovazione anche negli strumenti stessi del comunicare), l'innovazione percepita come rischio (comunicare l'innovazione è difficile perché la gente ha spesso paura dell'innovazione) ed il ruolo delle Istituzioni (autorità locali, fondazioni ed enti possono svolgere anch'essi un ruolo importante per l'affermazione della cultura dell'innovazione).

Quanto ampiamente trattato nel volume trova la sua sintesi nella postfazione di Alberto Abruzzese che, interrogandosi sul rapporto tra tecnologia ed innovazione, sottolinea come le ansie e le paure verso le innovazioni siano perlopiù figlie di una tecnologia che costringe il consumatore ad adeguarsi alle sue regole. Di qui, quindi, la necessità di imparare a comunicare, ossia mettere in comune l'esperienza dell'innovazione così da creare un ambiente più aperto ed informato e dunque capace di recepire e negoziare le applicazioni che dell'innovazione stessa sono applicazioni.

(Monica Spalletta)

■ **Megatrend, rischi e sicurezza**
Per comprendere la società di oggi con la teoria del caos

Di Augusto Leggio,
 Ed. Francoangeli, pp. 271, € 22,00

Augusto Leggio, uno dei maggiori esperti italiani di tecnologie dell'informazione e della comunicazione, che da alcuni anni si dedica ad esplorare nei suoi libri gli scenari globali, cercando di prevedere le principali linee di tendenza del prossimo futuro, sia a livello politico, che a livello economico e sociale, si avventura in un'ardua sfida: quella di studiare il mondo in

maniera sintetica, per farne emergere gli elementi e le contraddizioni più rilevanti per l'oggi e per il domani. L'autore, di fronte al profluvio di notizie che i mezzi di comunicazione di massa riversano su di noi, indaga e cerca di integrare la comprensione dei fatti con un approccio scientifico innovativo, derivato dall'osservazione di quanto accade naturalmente in fisica, chimica e biologia, noto agli addetti ai lavori come "Teoria del caos" o "Teoria della complessità". La teoria della complessità, secondo l'ipotesi di Augusto Leggio, si presenta come una possibilità in più per meglio comprendere la realtà nel suo insieme, per non trascurare in maniera aprioristica tutti quei fenomeni che non possono essere incasellati e spiegati secondo tesi precostituite. Ruolo cruciale quello affidato ai media che trattano in maniera preponderante contenuti che intervengono sulle informazioni, sulle decisioni e sulla conoscenza e che di conseguenza ci influenzano profondamente fino ad alterare la verità e ad indurci in errore. In quanto "quarto potere" e garanzia per la salvaguardia del diritto ad una conoscenza autonoma e consapevole i media costituiscono al contempo un fenomeno sociale e culturale per la comprensione di ciò che essi rappresentano per la società. La diffusione, quindi, di una conoscenza quanto più possibile vicina alla verità, senza errori ed omissioni, in quanto testimonianza della verità riscontrata, risulta essere il compito precipuo affidato agli operatori della comunicazione. Il testo di Augusto Leggio si compone di cinque parti. Nella prima parte vengono definiti i principi della teoria della complessità, secondo cui un sistema può essere creato da un disordine assoluto assimilabile al caos, può evolvere nel tempo e nello spazio su una linea di confine tra ordine e caos incrementando la propria complessità, può ripiombare nel nulla o degenerare in una condizione di ordine assoluto priva di futuro, assimilabile alla morte. La teoria, dedot-

ta dall'esperienza evolutiva della natura, viene applicata nella valutazione delle esperienze evolutive dei sistemi artificiali. La seconda parte del testo è dedicata alla descrizione dei maggiori fenomeni tendenziali. Moltissimi i temi affrontati: dal progressivo esaurimento delle risorse naturali alla degradazione dell'ambiente, dallo sviluppo demografico ai fenomeni migratori, dallo sviluppo della tecnologia alle trasformazioni dei soggetti politici, passando per la salute pubblica e le biodiversità, la globalizzazione e l'attenuazione dei valori tradizionali. La terza parte del libro tratta invece i fattori che inibiscono lo sviluppo o alimentano rischi e minacce planetarie; la quarta parte, scendendo nel concreto delle politiche perseguite dagli Stati, ripercorre le linee guida adottate da Stati Uniti, Unione europea e altri Paesi avanzati in materia di sicurezza. La quinta parte del libro, infine, è dedicata all'analisi e alle previsioni dei futuri scenari globali, effettuate, ancora una volta, secondo i principi della teoria della complessità. Tale studio porta l'autore a denunciare comportamenti erronei, derivanti da ideologie, interessi e ignoranza, che possono condurre l'umanità ad una instabilità crescente e ad una iniqua e pericolosa esasperazione delle disuguaglianze. Egli indica una via stretta, che può consentire l'attenuazione delle minacce incombenti e lo sviluppo di un futuro più sereno e più equo. L'obiettivo finale di questo processo si legge nel testo - sarà l'abbandono delle visioni più egoistiche del progresso, fondate sull'ideologia e su interessi puramente individuali, per sostenere visioni di più ampio respiro, basate sulla scienza, sulla solidarietà e sul rispetto delle diversità. Cooperazione e approccio multilaterale, pluralismo dell'informazione e della comunicazione, promozione di un'economia che privilegi l'interesse collettivo e che non attenti al capitale naturale del pianeta. Obiettivo utopistico? Forse. La via proposta in Megatrend, rischi e sicurezza si concretizza in

un libro ben costruito e arricchito di elementi nuovi e diversi per riflettere sulla responsabilità di ciascuno di noi nella costruzione dell'avvenire di tutti coloro che ci seguiranno.

(*Ludovica Quattrocchi*)

■ **Non solo soft. Attori, processi, sistemi: un approccio sociologico**

Pierfranco Malizia

Franco Angeli, pp. 296, € 22,00

Il volume vuole darci una interpretazione diversa della "realtà impresa" nel nostro Paese, in cui a trovare posto non siano, almeno per una volta, soltanto concetti di carattere economico e tecnologico.

Pierfranco Malizia, docente di Sociologia dell'organizzazione presso la Libera Università Maria SS. Assunta (Lumsa) di Roma, propone infatti una prospettiva di analisi, piuttosto complessa ed insolita, delle variabili costitutive del sistema sociale impresa. Quest'ultima non è più valutata per i fattori "hard" che la compongono (prodotti, mercato, tecnologia), ma per quelli cosiddetti "soft", che rappresentano, volendo usare una metafora, la parte sommersa dell'iceberg.

La cultura, il clima e soprattutto la comunicazione che si sviluppano all'interno di una organizzazione complessa, a differenza di qualche anno fa, non rappresentano più un optional, ma un elemento determinante, ciò che l'autore chiama "il vero e proprio differenziale di attrattività".

Dopo una breve rassegna delle teorie organizzative succedutesi nel tempo, Malizia denuncia l'empasse della ricerca tradizionale, del tutto inadeguata a far comprendere le nuove logiche che caratterizzano la realtà imprenditoriale contemporanea, proprio perché rigidamente ancorata a vecchi criteri di valutazione e oggetti di analisi. Nel momento in cui l'organizzazione è considerata come sottosistema cultura-

le del più ampio sistema sociale di riferimento, cambia necessariamente il modo di guardare alle strutture e alle dinamiche messe in moto all'interno e all'esterno dell'impresa, e risulta finalmente possibile arrivare ad una comprensione di esse in profondità.

Soltanto una cultura del lavoro volta a produrre al suo interno conoscenza e cooperazione, che attiva molteplici risorse in una prospettiva di apprendimento continuo e che promuove una responsabilizzazione individuale e collettiva secondo una logica partecipativa e non di obbedienza, può infatti rispondere positivamente ai cambiamenti e alle sfide dell'ambiente circostante.

L'autore, in maniera molto chiara, spiega come sia l'organization learning, l'organizzazione che apprende, la carta vincente per far fronte al complesso scenario che si sta delineando. Creare un clima in cui si è stimolati a sviluppare il massimo potenziale ed aiutare a comprendere i processi nelle proprietà fluide e circolari che li caratterizzano in relazione alla realtà esterna, non procura solo dei vantaggi all'interno dell'impresa, ma anche (ed è questa la novità) all'esterno di quest'ultima, aumentandone la competitività.

La comunicazione diventa allora la vera risorsa strategica di una organizzazione complessa, l'unica via per raggiungere "una soglia di complessità sostenibile".

(*Camilla Rumi*)

■ **Psicopatologia del cellulare.**

Dipendenza e possesso del telefonino

Luciano Di Gregorio

Franco Angeli pp.176, □ 15,00

Non ha i fili, ma le sue spire avvolgono tutti. Nessuno escluso. Tutti lo usano e la sua diffusione è inarrestabile. Già, perché l'uso del cellulare - è del mitico oggetto tecnologico che stiamo parlando - investe tutte le età e tutte

le categorie socio-culturali. E in ogni situazione: in strada, a casa, in treno, al ristorante, da soli, in compagnia.

Dunque, nessuno sembra poterne fare a meno, e non solo per le sue indubbie qualità pratiche: in questo uso-abuso, c'è chi ha sottolineato, al di là dell'aspetto consumistico del fenomeno, come il telefonino crei una sindrome da dipendenza dagli esiti davvero preoccupanti.

L'allarme viene dallo psicologo Luciano Di Gregorio nel suo saggio *Psicopatologia del cellulare*. Dipendenza e possesso del telefonino, studio puntuale e approfondito sulle dinamiche del nuovo e seduttivo feticcio. Subito il dito nella piaga: siamo tutti prigionieri, seppure in diversa misura, del telefonino, dipendenti da quella "presenza sentita come rassicurante, mentre la sua assenza può determinare stati emotivi spiacevoli, innescare ansia e in certi casi provocare persino crisi d'angoscia panica". Risultato, una solitudine psicologica, decisamente mal tollerata - investe indifferentemente tutti, giovani e anziani -, che trova una risposta nel cellulare con quella sua possibilità di essere reperibili in ogni momento, in qualunque luogo ci troviamo, qualunque cosa stiamo facendo. Ma per proteggerci da un vissuto di solitudine, più che per comunicare.

E, poi, annullare con il telefonino le distanze dà un senso di onnipotenza. "Il telefonino - chiosa Di Gregorio - sta all'adulto come il giocattolo preferito sta al bambino piccolo: sono entrambi dei possessi che permettono un certo controllo sugli eventi e sulla realtà, che offrono una padronanza sull'esperienza spiacevole, che aiutano nell'immaginazione del dominio del mondo...". Un dominio affidato ai cellulari più sofisticati, con gli Mms, la fotocamera o la videocamera, con quella sensazione gratificante quanto illusoria, di assoluto controllo: accendi, spegni, viva voce, Sms. Strumento pericoloso nelle mani dei telefonino-dipendenti, spesso sospesi tra il chiamare l'altro o negarsi alla sua

telefonata. E, ancora, “il cellulare - avverte Di Gregorio - può divenire un mezzo non per entrare in contatto con gli altri, ma un mezzo con il quale sostituire il rapporto con gli altri”. Il tutto senza alcuna remora: ogni luogo pubblico - e siamo nel quotidiano - diventa teatro di esibizionismi e di voyeurismi, con persone che parlano a voce alta dei fatti loro, anche i più privati.

Ed è in questa realtà-non realtà, dove il piacere spostato sull'oggetto feticcio, diventa “sostituto di realtà”, che si annida il rischio della psicopatologia. Lo corrono i telefonino-dipendenti “per tamponare una forma di disagio o placare l'ansia”.

A questo punto dovremmo chiederci: perché tutta questa dipendenza, tutto questo bisogno compulsivo del continuo contatto io-tu? Il consiglio, saggio e semplice, allo psicologo: “Noi possiamo usarlo meglio, limitarne l'influenza e la portata psicologica, possiamo volutamente lasciarlo a casa qualche volta, e reggere l'ansia che avvertiamo già dentro di noi, un secondo dopo che abbiamo chiuso la porta di casa. Noi possiamo intenzionalmente perderlo di vista, dimenticarlo in qualche angolo, nascondere e cercare di non pensarci più almeno per una mezza giornata, evitare di chiamare qualcuno se proprio non è necessario. E, per non impoverirsi, sforzarsi di comunicare di persona”.

Consigli preziosi. Difficili da seguire? Non sarà più facile smettere di fumare?

(*Laura Di Iorio*)

■ Incantesimi

Alice nel Paese della Fiction

Luisella Bolla, Vallecchi, pp. 270, □ 19,00

“I media - scriveva Zygmunt Bauman - forniscono extraterritorialità virtuale, regalano il sogno di vivere esperienze che non sono concesse alla gente comune, impossibilitata a

scegliersi un'identità reale”. Tra i diversi generi televisivi, la fiction è quello che, più di tutti, rende possibile questo “transfert”: essa è infatti in grado di catapultare il telespettatore in realtà virtuali lontane nel tempo e nello spazio e, così facendo, riesce a saziare il desiderio - proprio dell'essere umano - di rendersi protagonista di situazioni e stati d'animo totalmente o parzialmente legati ad una dimensione immaginifica.

Il libro di Luisella Bolla prende spunto da questa considerazione e, attraverso un affascinante ed originale viaggio nella fiction televisiva - dall'epoca dei primi sceneggiati fino alle più moderne forme di serialità -, ne mette in luce i risvolti sociali e culturali: “la fiction - scrive infatti l'autrice - è diventata un centro di interesse e di focalizzazione di immagini della realtà sempre più totalizzante. Un codice di riferimento linguistico, culturale e sociale quotidianamente citato, preso a prestito, riconvertito nella comunicazione pubblica oltre che nella conversazione privata e nelle chiacchiera”.

L'universo rappresentato nella fiction è un insieme assai variegato di personaggi, situazioni, emozioni. Da una parte c'è la rappresentazione della quotidianità: marescialli, commissari, medici, sacerdoti, avvocati, giornalisti, professori, commesse sono infatti solo alcuni dei “ruoli sociali” che la fiction assume come protagonisti di una “autobiografia della nazione”, e cui conferisce un'esistenza che spesso va al di là della storia narrata. Dall'altra parte, c'è il tentativo di contestualizzare nella realtà contemporanea personaggi cui la storia ha già conferito il crisma dell'immortalità: di imperatori, condottieri, santi e missionari la fiction narra infatti le esperienze ed i trionfi, ma soprattutto evidenzia il lato umano, le tensioni spirituali, i conflitti interiori ed i compromessi che del successo sono spesso un elemento fondante.

Di questa realtà complessa e variegata l'Autrice

si propone di offrire al lettore una possibile chiave di lettura, utile ad aprire quelli che ella stessa definisce come “i cancelli delle storie televisive”. Nel farlo, rilegge ed attualizza ciò che Edgar Morin affermava alcuni anni or sono, allorché scriveva che la cultura mediatica è “una sorta di sistema neurovegetativo in cui la vita reale dell’immaginario e l’immaginario della vita reale traggono linfa, secondo un duplice moto di proiezione ed identificazione”. Considerati in questa prospettiva, i personaggi della fiction (e dunque la fiction stessa) diventano modelli di condotta, di vita e di cultura che “concentrano in sé i poteri mitologici ed i poteri pratici della cultura di massa”: incantesimi che, secondo l’Autrice, possono assurgere al ruolo di “chiavi di lettura del presente, della nostra domesticità perennemente in bilico tra dentro e fuori lo schermo”.

(Monica Spalletta)

■ Guida alle etiche della comunicazione

Adriano Fabris (a cura) con CD ROM allegato
Edizioni ETS, pp.209, € 14,00

È un volume scritto a più mani, piuttosto agile (meno di 200 pagine) che affronta una serie di temi attuali, quelli legati alle etiche della comunicazione, di cui si parla molto, ma se ne fa poco.

Lo stesso Fabris dichiara che “il volume è pensato per venire incontro a un interesse sempre più urgente, anche nel nostro Paese, per le questioni di etica della comunicazione: sia per quelle che riguardano gli operatori del settore, sia per quelle che coinvolgono i fruitori dei mass-media”.

Il libro mira ad illustrare vari problemi connessi con i codici deontologici e le forme di normativa riguardante gli operatori della comunicazione fornendo un quadro prelimi-

nare di diversi settori, uno per capitolo.

Nell’ordine troviamo l’etica del giornalismo (di Barbara Grossi), l’etica della televisione (Claudia Mantellassi), l’etica di internet (Adriano Fabris), l’etica della comunicazione pubblicitaria (Giovanni Scibilia), l’etica della comunicazione pubblica (Antonio Iossa), l’etica della comunicazione biomedica nella relazione medico-paziente (Sergio Bartolommei), l’etica della comunicazione interculturale (Flavia Moceneri) e la comunicazione e responsabilità sociale d’impresa (Fulvio Mazzola).

Tutti gli autori naturalmente nel poco spazio a disposizione non possono esaurire i temi che trattano. Emilio Rossi, presidente del Comitato di vigilanza sul Codice tv e minori, già direttore del *Tg1* della Rai, nella prefazione al volume, riconosce il merito di aver dedicato un capitolo specifico alla comunicazione tra medico e malato ma sottolinea il limite dell’ “inevitabilmente compresso capitolo dedicato al giornalismo”. “Si tratta di aree così vaste - sottolinea Rossi - e al loro interno così differenziate che meriteranno, in future riedizioni, di essere segmentate e partitamente esplorate”.

Emilio Rossi propone per il futuro una “meritoria elaborazione sull’etica del servizio pubblico radiotelevisivo ben al di là, o al di qua, dello slogan sbrigativo “Privatizzazione!”. E naturalmente sui suoi rapporti con il sistema politico”.

Codici, carte e statuti ci sono, così come chi li presidia. Bisogna - conclude Rossi - “evidenziare le dimensioni oggettivamente educative che la comunicazione massmediale ha inevitabilmente e anche se non lo volesse”.

Conclude il volume un’utile bibliografia divisa per temi che permette agli interessati una discreta ricognizione sulla letteratura esistente in materia.

(Rosa Maria Serrao)