

## WORKSHOP 4

Condotta da:

**Cinzia Fia**

**Centro ricerche etnoantropologiche**

*L'unità è di specie, la differenza è di cultura.  
Non esistono società o culture superiori o inferiori.  
Ognuno fa la differenza.  
La comunicazione si genera nell'ascolto.*

(M. Squillacciotti. in C'era, non c'era, né qui, né altrove: Per una didattica delle differenze)

### Introduzione

Nel contesto della media educazione ci sono sguardi e visioni, utilizzi differenti degli stessi concetti; e una "messa in pratica" che risente dei contesti intesi come luoghi di applicazione della stessa. Come conduttore di workshop e elemento neutro e osservante di quello che succedeva sono stata portata ad una riflessione che risente prima di tutto, i modi della mia preparazione antropologica e del mio lavoro pregresso. Le esperienze presentate durante il workshop mi hanno portato ad una meta riflessione su cosa si intenda per media educazione come strumento educativo tout court.

La prima distinzione è sicuramente l'utilizzo della media educazione all'interno della scuola e quindi in un contesto preciso con regole strutturate che si differenzia da un uso didattico e un uso dialettico a più ampio spettro in un'ottica di educazione permanente e/o degli adulti.

L'utilizzo del concetto di media educazione come strumento è sicuramente un'importante sfida che aspetta il contesto scolastico italiano, lacunoso dal punto di vista, della ricerca di nuovi codici di comunicazione. La media educazione come strumento rappresenta una nuova possibilità di "ricostruzione di un contesto" fra diverse generazioni, può anche essere strumento facilitatore nel superamento di diverse problematiche derivanti da handicap o difficoltà riguardanti l'appartenenza a contesti linguistici e culturali differenti.

Ma andando *a ruota libera* sulla riflessione del concetto di media educazione nella scuola il mio pensiero giunge fino al 1960 a riprendere alcuni concetti dell'esperienza unica e per questo non ripetibile di Don Milani.

Egli infatti aveva cercato con tutto se stesso (inclusi i limiti di essere umano) il superamento di un concetto di educazione adultocentrica.

Aveva capito l'importanza dei media e del grosso peso che potevo questi esercitare sull'educazione dei ragazzi; aggiungeva inoltre e specificava un pericolosità che l'assenza di una mentalità e di un approccio critico potevano portare sulla comprensione della realtà.

Attraverso la composizione o scomposizione dei quotidiani cercava di andare oltre alla notizia per riportarla nel contesto socio economico di appartenenza, in maniera critica e creativa creando nuovi contesti interpretativi senza fermarsi o farsi fermare dall'autorità del testo scritto. Egli cercava in questo modo di favorire nei ragazzi una riappropriazione della realtà in cui vivevano. Aiutare i ragazzi a sviluppare uno spirito critico è a vari livelli un percorso ripreso da tante altre voci nella storia della scuola italiana come ad esempio Marco Rossi Doria che nel suo libro *Di mestiere faccio il maestro* ,raccomanda un percorso formativo che parta dai ragazzi, ribadisce o conferma anche Franco Lorenzoni nel suo Libro *L'ospite bambino* dove ci racconta come semplice diario la sua decisione di far scaturire la programmazione scolastica dalle necessità dei ragazzi, non quindi di chiedere ai ragazzi di adattarsi ad un programma.

Il Workshop

Nelle esperienze di Maura Trippi e di Michele Mattioli è ripresa fortemente a mio parere l'esperienza di Don Milani ispirata ad una scuola saldamente fondata all'idea che il bambino è soggetto facente parte del percorso educativo e non ne è soltanto il ricevente passivo.

Maura Trippi, per il suo lavoro di tesi ha lavorato collaborando con bambini e insegnanti con le strisce di Mafalda in chiave antropologica ribaltando attraverso questa, la considerazione dell'infanzia come alterità. Mafalda, la protagonista del fumetto mette in risalto quanto il linguaggio e le istituzioni scolastiche siano adultocentrate, ravvisandone una paradossale situazione di incomunicabilità fra due diversi mondi e dimensioni. L'utilizzo della media educazione quindi risulta secondo l'esperienza e le parole di Maura Trippi uno strumento per favorire lo scambio e la crescita di un gruppo, quello in particolare rappresentato da una classe dove le interazioni e gli scambi assumono portati non solo educativi ma anche e soprattutto emotivi.

Michele Mattioli invece lavorando come Maura nella scuola primaria e più precisamente nelle classi quarte e quinte dell'istituto dove insegna, ha portato un'analisi dei bisogni che lui ed i suoi colleghi hanno individuato nei ragazzi un utilizzo poco consapevole dei media emersi dalle conversazioni e dagli elaborati scritti. L'obiettivo principale era quello quindi di far avvicinare i ragazzi ai loro media più prossimi giornali e televisione utilizzando i metodi della lezione collettiva e di una fase teorica dove sono stati dati le prime essenziali notizie sulla comunicazione e su come si scrive un testo giornalistico.

La forma partecipativa ha secondo Mattioli interessato molto i ragazzi, resi partecipi di un mondo "quello dei grandi". Il bilancio dell'esperienza risulta essere positivo ma "provvisorio" in quanto l'esperienza è ancora in corso d'opera

Gli altri due interventi presentati nel corso della mia conduzione invece fuoriescono dal mondo unico e un "po' chiuso" della scuola per inserirsi in quello di una diversa prospettiva e rappresentata da due diverse forme di "educazioni":

L'educazione alla salute e l'educazione alla legalità. Due ambiti diversi ma uniti anche qui dalle metodologie comunicative utilizzate

L'esperienza presentata dalla Dott.ssa Vera Blasutti era un corso organizzato dall'azienda sanitaria locale sulla prevenzione all'abuso di alcol; esperienza però che proprio per i temi trattati ha incontrato diverse difficoltà e che non è stato oggetto di un monitoraggio anche per mancanza di fondi.

Il progetto realizzato e presentato da Rosario D'Uonno rientra in una compagine più ampia di un progetto di educazione alla legalità a livello nazionale. Ha visto la partecipazione dei giovani e la sperimentazione del mezzo audiovisivo come un mezzo per dar voce a chi è in difficoltà. Nel documentario realizzato c'è lo svolgimento completo di un progetto svolto all'interno del carcere di Nisida dove si è pensato di entrare con la telecamera e con un gruppo di adolescenti donne per far sì che gli "ospiti" all'interno cominciassero a vedere attraverso le coetanee l'ambiente esterno come possibilità di un futuro migliore e di cambiamento. Questo lavoro è comunque una parte di un progetto più ampio, portato avanti da Rosario D'Uonno anche con la manifestazione Marano Film festival, che proprio perché nato in un contesto di disagio, ha voluto in qualche modo assegnare anche una valenza positiva a luoghi altrimenti solo tristemente famosi per eventi di cronaca nera e di microcriminalità come Rosario stesso ci dice: "Costruire insieme al festival un'appartenenza positiva". Il fil rouge che unisce le diverse esperienze è sicuramente utilizzare lo strumento media educazione con lo scopo di superare ostacoli, differenze, far passare il concetto fondamentale che esiste, può esistere un diverso modo di conoscere e di insegnare. Troppo spesso infatti si è legati, sia in contesti di educazione formale sia di educazione non formale, a considerare l'educazione stessa come un flusso di informazioni che parte da un emittente e arriva ad un ricevente mentre il "sapere insegnare" e "l'imparare" sono concetti circolari di scambio e di crescita. La necessità e la riflessione sugli interventi e le tavole rotonde presentati a Mediatando rappresentano un importante punto d'incontro e uno "spaccato" italiano ed europeo sulle responsabilità e le modalità di fare e educazione a trecentosessanta gradi.

Conclusioni

I modi, le pratiche di educare e di educarsi sono la conseguenza di una serena riflessione sui metodi, le teorie e gli strumenti da utilizzare. Gli spazi di e per una nuova educazione passano attraverso un'attenta analisi delle nuove necessità di una società complessa, e quindi dall'incontro costante di tutti coloro che a diverso titolo e con diverse competenze abbiano a che fare con il mondo dell'educazione. Il mio augurio è che questa manifestazione veda una più larga partecipazione di insegnanti protagonisti anche involontari della formazione del mondo di domani.

## ***La pubblicità e la cittadinanza: per una scuola di legalità***

**Rosario D'Uonno**

**Marano Ragazzi Spot Festival**

Accendiamo la televisione: immagini, parole, musiche, ...emozioni? Poche! ...Noia? Tanta! ...Pubblicità? Tantissima!

Avete mai pensato a quanto sarebbe bello stare dall'altra parte? Fare da soli la TV, raccontare ciò che vi piacerebbe ascoltare scegliere le vostre immagini, i vostri personaggi, le vostre musiche, e, perché no, fare da soli la vostra pubblicità?

Da diversi anni i ragazzi delle scuole italiane hanno cominciato a farlo, e hanno scoperto che un modo facile e coinvolgente di fare TV è quello di produrre spot di pubblicità. Certamente non quella che vediamo tutti i giorni in televisione, non quella per vendere merendine, ma quella per diffondere idee e comportamenti, quella per parlare dei problemi del mondo e della nostra società: la pubblicità sociale.

A Marano di Napoli, una grande cittadina alle porte di Napoli, da sei anni si svolge **Marano Ragazzi Spot Festival**, *il festival nazionale della pubblicità sociale dei ragazzi*, un appuntamento ormai fisso per i tanti ragazzi delle scuole italiane che si occupano con i loro insegnanti di questa forma di pubblicità. Ragazzi che riflettendo sul significato di parole e concetti quali legalità, tolleranza, rispetto reciproco, solidarietà, diritto, giustizia, definiscono contenuti e modi per la realizzazione, diventando gli attori di brevi **SPOT** che nulla hanno da invidiare a quelli della televisione.

Ogni anno, quindi, "*i ragazzi del festival*", un centinaio, provenienti da tutta Italia si ritrovano a Marano, ospitati in casa di coetanei. Insieme vivono per una settimana una straordinaria esperienza di confronto costruttivo, ma anche un'esperienza fatta di suoni e immagini, colori e sapori, nuove amicizie e piccoli amori.

Come ogni buon festival che si rispetti anche qui c'è la gara e l'attesa, anche qui c'è la giuria - severa e insindacabile - naturalmente composta da ragazzi; e i premi? Sì, pure quelli come in un festival ci sono, raffigurano tutti un aquilone, ma sono opere di giovani artisti.

L'aquilone è il simbolo del nostro festival, il simbolo della voglia dei ragazzi, di liberare la fantasia, di volare alto sopra le ingiustizie e le atrocità che governano il mondo, per cercare, con la propria creatività, di proporre modi di vita e comportamenti alternativi.

Marano Ragazzi Spot Festival è il progetto di Educazione alla legalità, attuato dal Consorzio Scuole Città di Marano, coinvolge a vari livelli, tutte le componenti della scuola, dirigenti, docenti, alunni, famiglie; proponendo attività riversate nella quotidianità dei percorsi educativi curricolari, continuativi e non episodici, dando risalto e valore alla specificità delle discipline, ed offrendo l'opportunità di condividere percorsi tendenti a ricadute dirette e immediate in tutte le classi. Una scuola calata dunque in *full immersion* nella pratica quotidiana della legalità, un'esperienza quindi che è il segno più vivo e palpabile delle energie messe in gioco, per affermare con fermezza che **"un'altra scuola è possibile"**.

Ma questo è soprattutto il festival dell'emozione, quella dei vincitori e quella di chi non ha vinto, quella delle famiglie ospitanti e quella di una città in festa, quella del ricordo di un'esperienza che di sicuro sarà per tutti importante e straordinaria.

## SI PUO' FARE



### Marano Ragazzi Spot Festival

Nove ragazze del Marano Ragazzi Spot Festival nel carcere minorile di Nisida per realizzare uno spot sui sogni: l'altra scuola possibile.

*Maggio 2006 Nisida: dentro e fuori*

I ragazzi che partecipano all'esperienza del Festival ci raccontano storie importanti e tenere, come quella di Raffaele che ha scelto consapevolmente di ospitare Francesco -bambino down- e chiesto poi di ritornare a stare con lui a Marano. O quella di Emanuele -ragazzo difficile e ingestibile, dicevano gli esperti- e di Mattia il suo gemello veneziano che si è fatto carico di seguirlo, guidarlo e sostenerlo. E poi, la storia di Ruben -ragazzo disagiato- che in seguito al gemellaggio ritorna tutte le estati in Sicilia per le vacanze ed ha trovato una famiglia disposta a sostenere i suoi studi. La storia di Bairam -profugo di guerra- *...ho scoperto una cosa su di me che non si doveva mai sapere... la felicità.*

Quella di Luca- ragazzo di un Istituto penale pugliese- ospite a Marano per presentare lo spot realizzato nel suo istituto, che quando gli è stato chiesto cosa l'aveva emozionato di più del Festival, ha risposto: *Aver visto l'autostrada.* Il percorso di vita di sedici anni di Luca si è svolto tra casa e carcere. In mezzo non c'è stato nulla, neanche l'autostrada. Nessuno, prima, neanche la scuola, aveva indicato un altro percorso a questo ragazzo proveniente da un territorio isolato e privo di stimoli per "crescere uomo libero".

Il Festival ha accolto con affetto, nelle passate edizioni, le delegazioni di ragazzi provenienti dai carceri minorili con i loro spot ed il loro mondo di emozioni che nella nostra vita "fuori" restano comunque in gran parte incomprese. E' per avvicinarsi a questo mondo o almeno per provare a farlo che si è scelto di realizzare uno dei gemellaggi annuali proprio nel carcere di Nisida.

E' così che 9 ragazze dell'Istituto Magistrale Statale "Carlo Levi" di Marano di Napoli e 7 ragazzi dell'IPM di Nisida si sono incontrati tra le mura del carcere, per realizzare uno spot sul diritto a sognare. Si è scelto di portare a Nisida un gruppo di sole donne per attivare immediatamente naturali dinamiche adolescenziali. Le ragazze, precedentemente formate ad affrontare un'esperienza emotivamente molto intensa e a sospendere ogni giudizio moralistico, si sono "sporcate le mani" ossia hanno scelto consapevolmente di entrare in contatto con una realtà dura. *E' stata una tempesta di emozioni-* così racconta Angelica - *all'inizio avevamo paura di affrontare una realtà così diversa dalla nostra. Poi, varcato il cancello è stato tutto più facile. Ci siamo relazionati ai ragazzi di Nisida come a ragazzi come noi. Cosa che infatti sono. Come noi anche loro hanno sogni.* Le ragazze hanno sentito sotto i piedi la terra dell'istituto di pena minorile, hanno mangiato e scherzato con i ragazzi che ci vivono. L'hanno sentito il pugno nello stomaco del rumore del cancello che si chiude. *Un pugno che fa male e che fa bene e che fa crescere più di un anno di scuola-* ricorda Maria.

Come sempre, per ideare uno spot, ragazzi ed adulti si sono seduti in cerchio per un brain storming alla ricerca di immagini e contenuti ed hanno raccontato storie personali, sogni, diritti negati ed ancora similitudini e contrasti tra "dentro" e "fuori". *Non credevo mai che la società mi potesse accogliere come avete fatto voi, con tutti i guai che ho combinato. In questo momento è come stare fuori, in una piazza-* racconta uno dei ragazzi di Nisida. *Questa esperienza mi ha fatto pensare a quante cose belle potrei fare fuori e a quanto è preziosa la libertà-* continua un altro. E ancora, l'amara constatazione :*Nella mia vita, la scuola non ha contato nulla. E' in carcere che ho imparato tutto ciò che so.*

Così dalle parole dei ragazzi è venuto fuori il sogno di una scuola capace di educare alla solidarietà, aperta ad esperienze diverse da quelle asettiche dei banchi, che si caratterizzi come educativa nei fatti e non solo nelle parole, che offra percorsi di crescita concreti “fuori” prima che sia troppo tardi. Così lo spot che abbiamo realizzato è sul diritto di sognare: Una bambina cammina per il carcere e con una chiave apre un cassetto da cui tira fuori le bolle di sapone e giunta al muro che separa il carcere dal mare e dal cielo le soffia nell’aria. Un attimo di pausa e... riesce a riprenderne una senza farla rompere... slogan... primo piano e un silenzioso *puff*... Perché i sogni sono importanti ma da soli non bastano: bisogna costruirli con impegno.

Per i ragazzi di Nisida e per tutti i piccoli e grandi sognatori, il nostro motto, tratto dal testo gioioso e profondo della canzone di Angelo Branduardi è “Si può fare”.

## ***La media education e la promozione della salute Progetti anno 2004-2006***

**Vera Blasutti, psicologo**

e-mail: bvera75@yahoo.it

**Luisa De Maria, insegnante liceo psico-pedagogico**

**Franco Marcomini, medico Dipartimento per le Dipendenze**

### **Premessa**

I percorsi di educazione ai mass media, seppure senza appartenere ancora alla didattica curricolare, sono entrati a far parte delle buone prassi di scuole di vario ordine e grado e risultano essere una delle priorità formative del futuro. La necessità di educare *ai* media nasce dalla constatazione della loro diffusione e dalla rilevazione che la fruizione media giornaliera da parte di bambini e adolescenti copre buona parte del loro tempo libero. Secondo quanto affermato da Giovanni Sartori, siamo ormai nell’epoca dell’ *Homo videns*, a fronte di una diffusa incapacità di leggere le immagini in modo dettagliato. Risulta quindi necessaria un’alfabetizzazione all’immagine ed agli altri due sistemi simbolici utilizzati dai media: la parola ed il suono. Tale formazione dovrebbe favorire l’assunzione di comportamenti di fruizione più adeguati, determinati dall’apprendimento di modalità di lettura e comprensione più consapevole e razionale dei messaggi mass-mediatici. La media education risulta a mio parere uno strumento duttile, attraverso il quale affrontare tematiche specifiche: ad esempio, nell’area della promozione della salute, si va ad analizzare il rapporto tra mass media e comportamenti alimentari, sessuali, di uso di sostanze, in modo da decostruire stereotipi e miti.

Gli obiettivi prioritari in un progetto di educazione ai mass media saranno quindi:

- Educare ad una modalità attiva di fruizione dei mass media, in cui lo spettatore non accetta passivamente i messaggi, ma attua comportamenti di analisi e scelta
- Fornire strategie utili alla revisione critica dei complessi messaggi trasmessi dai mass-media che, coinvolgendo spesso più modalità sensoriali, sono di difficile analisi mentre vengono percepiti, e richiedono quindi una rielaborazione guidata, ripetuta, “alla moviola”, per non influenzarci in modo subliminale
- Stimolare un confronto critico tra interpretazioni diverse – soggettive - dello stesso stimolo percettivo

### **Progettazione**

Nel 2004-2005 un gruppo di genitori di un liceo psico-pedagogico e delle Scienze Sociali di Padova ha sollecitato un intervento su tematiche che potessero favorire momenti di riflessione e di maturazione in quell’età della crescita e del cambiamento che loro stessi percepivano intensa e problematica nei loro figli. Assieme ad alcuni docenti della scuola, si è deciso di approfondire il tema “*mass-media e comunicazione*”; lo sviluppo di tale tematica era finalizzato al miglioramento

della capacità di decodifica dei messaggi provenienti dal mondo dei mass media per non subirne incondizionatamente il fascino, che spesso normalizza e rende attraenti comportamenti opposti a quelli sostenuti dagli educatori e dagli operatori di sanità pubblica.

### **Proposta iniziale**

Secondo le indicazioni suggerite dall'OMS negli ultimi 25 anni, le criticità che devono essere affrontate nell'età adolescenziale sia in termini cognitivi che comportamentali, si individuano le seguenti aree tematiche:

1. percezione soggettiva, auto-immagine ed autostima, con necessaria armonizzazione tra i piani simbolici ed immaginari;
2. comportamenti voluttuari finalizzati alla ricerca di dimensioni attinenti la gratificazione ed il piacere: uso di alcol, di droghe, gestione della sessualità;
3. modelli alimentari e pressioni sociali finalizzate all'adeguamento a modelli corporei ideali: stili alimentari, esercizio fisico, bulimia, anoressia, slow e fast food;
4. cultura mass-mediatica e pubblicitaria tesa all'omologazione degli atteggiamenti e dei comportamenti con conseguente necessità di decostruzione critica sul piano cognitivo;
5. comportamenti a rischio nell'esercizio di funzioni ordinarie quali la guida di autoveicoli.

Ognuna di queste tematiche non può essere affrontata in maniera estemporanea e straordinaria ma deve essere costruttivamente agita in termini di promozione della salute attraverso l'armonizzazione degli interventi delle diverse agenzie che in qualche modo riguardano la condizione giovanile.

Si tratta pertanto, relativamente al contesto specifico della comunità scolastica, di mantenere una coerenza tra la proposta educativa curricolare, le azioni educative familiari e le stimolazioni esterne di eventuali servizi competenti che nella fattispecie si identifica nel Dipartimento per le Dipendenze. L'obiettivo pertanto non può essere riduttivamente ascrivito nell'efficacia di una singola azione, ma deve riguardare una prospettiva diacronica che si sviluppi nel corso dell'iter scolastico tenendo conto delle suggestioni ambientali. A questo fine si sono identificati 3 moduli propositivi - non in sequenza lineare - e a valenza pluriennale:

1. modulo rivolto alle singole **classi**: interventi che sviluppino le tematiche sopra citate per ogni classe a diretto contatto con gli insegnamenti già presenti all'interno del percorso scolastico (ad esempio insegnamento di scienze naturali, pedagogia, lettere, laboratorio multimediale, scienze sociali, psicologia ) in stretta collaborazione con gli insegnanti per focalizzare e integrare nella loro materia eventuali punti problematici pertinenti al vissuto adolescenziale di ogni classe;
2. incontri di focus group con gli **insegnanti** per permettere di collegare e integrare le tematiche e le metodologie alle singole azioni curricolari e per un continuo confronto partecipativo rispetto alle esigenze che durante gli incontri possono emergere;
3. attivazione di una "Scuola per **genitori**" di circa 4 incontri, per sensibilizzare e formare gli adulti di riferimento alle tematiche trattate nel percorso scolastico dei ragazzi e permettere un confronto sulle problematiche pertinenti al vissuto adolescenziale.

### **Definizione del programma**

La scuola, considerata la proposta e le risorse esistenti, ha deciso di aderire al progetto per la parte riguardante la formazione agli insegnanti ed ai genitori.

### **Realizzazione**

#### **Anno scolastico 2004 – 2005**

Si sono svolti 10 incontri di 2 ore ciascuno; gli incontri erano pensati come rivolti a insegnanti e genitori, ma la partecipazione dei genitori è stata solo iniziale. Gli insegnanti che hanno partecipato sono stati 6.

Tra il primo ed il secondo incontro si è svolto in 4 **classi** un laboratorio di decostruzione cognitiva riguardo a pubblicità dirette ed indirette di alcolici della durata di due ore, in presenza di un insegnante e di una coppia di operatori, che avevano il ruolo di facilitare il coinvolgimento della

classe e suscitare un confronto costruttivo tra i ragazzi. Attraverso un lavoro per piccoli gruppi, i ragazzi hanno potuto sia riflettere individualmente, che confrontarsi con gli altri.

I momenti di passaggio di informazioni teoriche riguardo alle strategie pubblicitarie e alle tematiche riguardo all'alcol si sono intrecciati a quelli in cui ciascuno ha analizzato la pubblicità utilizzando la griglia proposta ed ha avuto modo di esprimere anche le emozioni date dalle immagini.

I risultati di questa parte del progetto sono stati condivisi con gli insegnanti durante il secondo incontro di formazione.

Tematiche trattate negli incontri di formazione con gli insegnanti:

- 1) incontro organizzativo
- 2) Mass media e alcol, 1^ parte
- 3) Mass media e alcol, 2^ parte
- 4) Mass media, droghe illegali e psicofarmaci, 1^ parte
- 5) Mass media, droghe illegali e psicofarmaci, 2^ parte
- 6) Mass media e alimentazione, 1^ parte
- 7) Mass media e alimentazione, 2^ parte
- 8) Mass media e sessualità
- 9) Mass media e disagio psicologico
- 10) La media education

### **Modalità di svolgimento:**

La metodologia degli incontri prevedeva una parte teorica ed una parte formativa, in cui gli insegnanti sperimentassero in prima persona ciò che veniva loro proposto dai formatori.

Si sono attivati lavori individuali o a piccoli gruppi su griglie somministrate, che sollecitavano un lavoro sulla parte più emotiva e comportamentale. Il coinvolgimento degli insegnanti, diretto dagli operatori, era finalizzato all'analisi dei meccanismi di produzione delle tendenze, fortemente rappresentati nella pubblicità. La terza parte di ciascun incontro è stata concentrata sulla discussione del lavoro svolto. Oltre al materiale cartaceo sono stati analizzati spot televisivi, sequenze di programmi televisivi di alto ascolto tra i giovani, materiale tratto da siti internet, ecc.

La consegna di supporti cognitivi è stata di alto contenuto formativo e le griglie hanno stimolato una maggior criticità nei confronti dei messaggi proposti dai mass media, nonché una costante discussione-riflessione nel gruppo facilitante l'individuazione degli elementi suggestivi proposti e l'esplorazione dei meccanismi (persuasivi e percettivi) vissuti direttamente nella ricezione dei messaggi stessi. Dal lavoro svolto si è quindi passati alla proposta operativa di coinvolgere alcune classi in un progetto.

Attività e materiali utilizzati nel percorso:

- Analisi percettivo-sensoriale di alcune pubblicità cartacee (da riviste)
- Descrizione di pubblicità viste in televisione, contrapponendo il piano percettivo-oggettivo a quello soggettivo-interpretativo (messaggi subliminali)
- Utilizzo di griglie cognitive
- Presentazioni Power Point

Obiettivi:

- decostruzione critica sul piano cognitivo delle immagini e dei messaggi dei mass media;
- dare strumenti per il lavoro in classe sia a livello di contenuti che a livello di modalità di relazione.

**Obiettivo finale era la progettazione e la realizzazione di un percorso che gli insegnanti avrebbero svolto in classe. Ciascun percorso poteva essere pensato a moduli ripetibili, su uno o più argomenti, da poter sviluppare in tempi diversi.**

**Secondo questa idea quindi gli insegnanti formati diventavano realizzatori di progetti nella scuola.**

## **Anno scolastico 2005-2006**

Il percorso è stato ripetuto con le stesse modalità ma con tempi diversi rispetto all'anno precedente: 4 incontri di 2 ore con un gruppo di 4 insegnanti.

Le tematiche affrontate sono state le seguenti:

- 1) Educazione e media
- 2) Mass media e affettività
- 3) Pubblicità e legislazione
- 4) Pubblicità sociali

Nel 2006 lo stesso progetto è stato richiesto e realizzato anche presso un istituto professionale di Padova, con la partecipazione di 7 insegnanti.

Le tematiche, trattate in 4 incontri, sono state:

- 1) La media education in una prospettiva di promozione della salute
- 2) Mass media e droghe
- 3) Mass media e alimentazione
- 4) Mass media e sessualità

## **Progetti realizzati in classe dagli insegnanti**

### **PROGETTO: CRITICA E DECONSTRUZIONE DEL MESSAGGIO PUBBLICITARIO**

Il Progetto Promozione della Salute, sollecitato da alcuni genitori, con la collaborazione degli operatori del dipartimento delle dipendenze di Padova e un gruppo di insegnanti dell'istituto è nato dall'intento di analizzare e percorrere nuove strade che favoriscano la consapevolezza delle espressioni comportamentali ed esistenziali, anche in situazioni di difficoltà, degli alunni nel processo di crescita e maturazione.

Alcune riflessioni condivise sono state il punto di partenza del lavoro.

- l'accelerazione della disponibilità tecnologica modifica in modo sostanziale la percezione spazio temporale e lo stesso equilibrio emozionale ed istintuale, nonché il processo razionale di prender decisioni,

- la forte spinta consumistica incide in modo significativo sul sistema dei valori e sul piano etico, prefigurando una condizione che anziché concentrarsi sui meccanismi della sostenibilità delle azioni, delle scelte e degli investimenti, alimenta una tendenza culturale che pone come pilastri la dissipazione e l'improvvisazione

- il forte condizionamento della pubblicità favorisce l'assunzione di sostanze psicoattive che modificano il tono dell'umore e la percezione del piacere, determina una spinta a modificare costumi sessuali, la percezione corporea viene continuamente sottoposta a confronto con modelli estetici esasperati. Cibo vestiti e ornamenti entrano in un gioco culturale che trascende i bisogni fondamentali e la stessa raffinatezza estetica per diventare parte della dimensione dei consumi.

Obiettivo da perseguire quindi quello di trovare percorsi che siano in grado di avviare processi di crescita e maturazione e che sollecitino una maggiore capacità critica nei confronti dei processi di conformismo.

### **OBIETTIVI DELL'INTERVENTO PREVENTIVO**

#### *Informativi- cognitivi*

La diversità in un gruppo è un valore e mai un vincolo.

#### *Normativi-attitudinali*

I mass media propongono un'immagine normalizzante.

#### *Autoefficacia*

Gli studenti devono imparare a:

- riconoscere situazioni di desiderio di aderenza, conformismo al gruppo (favoriti dal possesso e consumo di .....
- resistere alla pressione dei pari

## Comportamentali

la scuola non deve avere....deve avere....

### ATTIVAZIONE

#### Prerequisiti:

- Conoscere le caratteristiche fondamentali della comunicazione umana
- Saper individuare e interpretare i segnali analogici nella comunicazione interpersonale
- Riconoscere gli aspetti prossemici della comunicazione

Progetto e tempi di realizzazione:

#### ATTIVITA'

Tempo previsto

Brainstorming con grafico a raggiera a partire dal concetto di pubblicità, seguito da lettura in gruppo e discussione

1h

Consegna di materiale da suddividere in gruppi, che verrà analizzato e relazionato in forma scritta, quindi esposto da ciascun gruppo alla classe. Il materiale proposto:

4 ore circa di cui due impegnate nell'analisi, relazione a casa ed esposizione in classe con relativa discussione previste in altre due ore

1) Otto bisogni segreti

2) Donne delle loro brame (Riv. Psic.Cont)

3) Maschi delle mie trame (“ “ “ )

4) La scienza della persuasione (Cialdini) o Pubblicità fra ragione ed emozione (Jervis)

5) 4 filosofie della pubblicità

Compilazione individuale griglia “valori di riferimento e di preferenza” discussione in classe

1 ora

Consegna “fai un elenco scritto delle merci anche di uso quotidiano consumate, indossate, ecc. preferite”

Da svolgere a casa

Reperimento di pubblicità cartacea relativa alle merci individualmente preferite sopra elencate, e di pubblicità che colpiscono

Da svolgere a casa

Analisi delle pubblicità reperite con le griglie “immagini, colori, parole, suoni, movimento” e “Ruolo, stereotipi, valori, quotidianità”, in un primo momento individuale, quindi collettivo

2 ore

Analisi del lavoro precedente supportato anche da questa “ la pubblicità è un concentrato di comunicazioni verbali e non verbali. Gli atteggiamenti dei protagonisti, le loro espressioni, ma anche il loro modo di vestire, di muoversi, gli oggetti, gli scenari sono carichi di significati funzionali alla promozione di uno stile di vita al quale si associa un prodotto o un marchio. Cerca di individuare qualche esempio significativo al riguardo, a partire dalle pubblicità scelte

1 ora

Individuazione del messaggio pubblicitario (titolare il

contenuto delle pubblicità scelte) e confrontare il modello proposto dalla pubblicità con quello dello studente	1 ora
discussione a gruppi e poi in classe dei valori che sono supportati dai messaggi pubblicitari presi in esame, quindi dei disvalori impliciti	1 ora
osservare ed elencare in una giornata tipo (pomeriggio con amici – mattina a scuola) gli oggetti, indumenti, ecc. che vengono indossati/sono posseduti dal gruppo di riferimento, persone interessanti incrociate (pubblicità passiva)	Da svolgere a casa
discussione in classe del potenziale induttore di questa pubblicità indiretta (essere come gli altri è bello?)	1 ora
Visione della cassetta sull'induzione all'acquisto, delle Corporations (30 minuti, riflessioni scritte a casa)	30 minuti in classe + riflessioni scritte a casa = 1 ora
Griglia conclusiva sulla pubblicità (emozioni, descrizione, informazioni, a chi si rivolge, bisogni, stereotipi, messaggio)	1 ora
Totale ore impegnate in classe 14	

### **Bibliografia:**

- Beigbeder F., LIRE 26.900, Feltrinelli  
Bonino S., Cattelino E., Cairano S., ADOLESCENTI E RISCHIO, Giunti  
Cavazza N., COMUNICAZIONE E PERSUASIONE, Il Mulino  
Cavazza N., LA PERSUASIONE, Il Mulino  
Cialdini R. B., LE ARMI DELLA PERSUASIONE, Giunti  
Fabris G., IL NUOVO CONSUMATORE: VERSO IL POSTMODERNO, FrancoAngeli  
Felini D., PEDAGOGIA DEI MEDIA, La Scuola  
Fiorillo G. P., Cozza M., IL NOSTRO FOLLE QUOTIDIANO, Manifestilibri  
Howard M., SAPPIAMO COSA VUOI, Minimum fax  
Linn S., IL MARKETING ALL'ASSALTO DELL'INFANZIA, Orme  
Lombardi M., IL NUOVO MANUALE DI TECNICHE PUBBLICITARIE, FrancoAngeli  
Mammarella N., Cornoldi C., Pazzaglia F., PSICOLOGIA DELL'APPRENDIMENTO MULTIMEDIALE, Il Mulino  
Manes S. (a cura di), 68 NUOVI GIOCHI PER LA CONDUZIONE DEI GRUPPI, FrancoAngeli  
Mauri C., COME I BAMBINI INFLUENZANO GLI ACQUISTI, UTET  
Michelin L., IL BICCHIERE SENZA SPOT, Elidir  
Oliverio Ferraris A., TV PER UN FIGLIO, Laterza  
Packard V., I PERSUASORI OCCULTI, Einaudi  
Pellai A., Boncinelli S., JUST DO IT!, FrancoAngeli  
Pratkanis A. R., Aronhson E., L'ETA' DELLA PROPAGANDA, Il Mulino  
Siri G., LA PSICHE DEL CONSUMO, Franco Angeli  
Siri G. (a cura di), PSICOLOGIA DEL CONSUMATORE, McGraw-Hill  
Sclavi M., ARTE DI ASCOLTARE E MONDI POSSIBILI, Le Vespe  
Testa A., LA PUBBLICITA', Il Mulino  
Williams K. C., PSICOLOGIA PER IL MARKETING, Il Mulino

### **DVD:**

- The Corporation  
Super size me

## ***Mafalda cambia la prospettiva***

### **Il fumetto come mezzo di riflessione tra educazione interculturale e media education**

**Maura Tripi**

Il mio contributo nasce da due profonde convinzioni scaturite dalle mie esperienze di relazione con le persone e dal lavoro teorico che mi ha impegnato nella stesura della mia tesi di laurea. Innanzitutto, il rapporto che ho vissuto con i bambini e con la scuola, sia come partecipante interno nella gran parte della mia vita, sia come osservatore esterno negli ultimi anni di ricerca universitaria, ha reso emergente nella mia coscienza, individuale e sociale, che oggi esistono, si manifestano e spingono per essere riconosciute nuove forme di comunicazione e di espressione, che non cancellano quelle precedenti, ma le reinterpretano, le risemantizzano, le veicolano attraverso nuovi mezzi.

La tradizione rimane il fondamento del portato collettivo e soggettivo di tutti, giovani e vecchi, portando con sé impliciti culturali sempre ben radicati. Allo stesso tempo i messaggi trasmessi vengono messi in discussione, subiscono e attivano nuovi assestamenti, precari e pericolanti se non adeguatamente supportati da una base condivisa forte, dinamici e produttivi se sostenuti da nuove strategie di diffusione e tecniche di interpretazione.

L'educazione interculturale è un risultato delle dinamiche culturali appena descritte. Ma, proprio perché prodotta da questa scossa sismica che scuote il terreno del nostro sapere, non può essere omologata e inserita come ulteriore disciplina di conoscenza: in essa risiede un riassetto dell'interazione tra discipline, della relazione tra persone, dei valori di contenuto ed espressione.

La media education ricalca un percorso analogo: nuove prospettive si esprimono in modi e soluzioni diverse, in maniera trasversale e tangente a tutto l'apparato disciplinare. E mentre quest'ultimo assume un carattere dinamico -o meglio lo esplicita, rispetto una volontà statica ormai non efficiente neanche da un punto di vista euristico-, si aprono le innumerevoli possibilità di forme di comunicazione e di punti di vista non previsti: educazione interculturale e media education si incrociano, partorendo una nuova sensibilità verso ciò che è diverso, alla scoperta di ciò che è sempre stato complesso ed eterogeneo.

È difficile individuare i fattori di crescita di questa nuova consapevolezza, ma sicuramente i tempi sono ora maturi perché complessità ed eterogeneità non vengano più connotate negativamente, ma siano al contrario colte senza riduzionismi e semplificazioni. Nella realizzazione di un concreto "rapporto dialogico", che non nasca da paurose analisi sul mondo, secondo cui chi osserva si arrampica su una posizione superiore a dettare leggi, si riflette la negoziazione tra soggetti, in cui ciò che è esterno e diverso desta curiosità e attenzione, arricchisce la propria esperienza e la influenza positivamente con sfaccettature sempre differenti.

Nell'incontro di questi due campi di formazione -educazione interculturale e media education- il fumetto di *Mafalda* pone interessanti questioni. Gestisce in maniera visiva e diretta un contenuto raffinato e implicito, traduce su diversi livelli strutture culturali che mettono in atto azioni e pensieri della nostra società. In altre parole, il fumetto di *Mafalda* può essere letto come passatempo, per divertire e alleggerire l'animo. Ancor di più, *deve* essere letto in modo distratto e piacevolmente superficiale, in quanto fumetto. Eppure nelle vignette coesiste questo livello con uno più filosofico, più profondo, da cui trarre ulteriori riflessioni e farsi investire dalla nuova coscienza che le detta.

Ogni cultura costruisce necessariamente stereotipi e pregiudizi nei confronti di chi considera estraneo, esterno, altro. Ma all'interno di una stessa cultura esistono meccanismi simili, secondo cui gruppi e individui vengono etichettati e ridotti ad un numero limitato di caratteristiche attribuite, in base alle quali si costruisce un approccio predefinito.

Dall'analisi del fumetto di *Mafalda* è emerso come anche i bambini siano considerati diversi, una forma di alterità ritenuta estranea o spesso estromessa da alcune modalità di comunicazione e di

interazione. Si pone così un *parametro di incompetenza* che viene attribuito a tutti coloro che vengono fatti entrare nell'infanzia.

Quello che si compie nelle strisce disegnate da Quino è un vero e proprio cambiamento di prospettiva: scopriamo così che il rapporto costruito culturalmente tra adulti e bambini non è un rapporto dialogico, bensì univoco e "adultocentrico", secondo cui i grandi detengono un potere e un sapere attraverso cui agire sui piccoli. Non ci si chiede cosa i bambini sappiano già, come possano interpretare eventi ed esperienze, quali soluzioni trovino ai problemi che si pongono, ma si apparecchia per loro uno schema prestabilito di nozioni e azioni possibili, ritenute adeguate e finalizzate alla trasformazione dei bambini allo stato adulto. L'infanzia risulta costituita da tanti "piccoli contenitori da riempire"<sup>1</sup>, inizialmente vuoti e incapaci di contenere.

Mafalda invece è la protagonista della vita quotidiana, attenta osservatrice della realtà, ironica commentatrice degli adulti. Mafalda dice quel che pensa, cerca di capire come gira il mondo, si sforza di darne una giustificazione, critica e si diverte di fronte agli avvenimenti mondiali e alle situazioni più banali. Reagisce alle omissioni imposte, agli schemi sterili, ai divieti immotivati che limitano e delimitano la personale scoperta del senso della vita, sfatando con un colpo di frusta una rappresentazione idealizzata -nel bene e nel male- dell'infanzia.

Se questo non bastasse, Mafalda ci mostra come la diversità dei bambini sia effettiva e reale, ma totalmente differente da quella costruita dagli adulti: essere piccoli non è un difetto, non comporta un senso di mancanza costante rispetto a ciò che possiedono i grandi, bensì costituisce la ricchezza di avere una prospettiva 'altra', autonoma e alternativa, una logica originale di elaborare gli eventi quotidiani e straordinari.

I bambini hanno allora una loro rappresentazione del mondo e, ponendosi da un punto di vista diverso, costruiscono una ulteriore rappresentazione degli adulti, che osservano, giudicano e cercano di comprendere: i commenti di Mafalda lasciano affiorare l'innocenza, l'irresponsabilità, l'immatunità di molti comportamenti e valori instaurati dai grandi. Agli occhi della bambina i propri genitori spesso sono illogici, stupidi, incoscienti. La fiducia che il mondo degli adulti ispira non è mai sufficiente. Diventare come i grandi vuol dire, per Mafalda, "perdere ogni speranza di poter migliorare il mondo"<sup>2</sup>: gli adulti non cercano di risolvere i problemi, rimangono intrappolati in meccanismi che li distraggono dai reali ostacoli dell'umanità e li rendono passivi nei confronti di tutte le possibili iniziative di movimento. Gli adulti rimangono fermi.

Per una sorta di sottile rivincita, all'affermazione delle capacità dei bambini corrisponde nel fumetto l'emersione dei limiti degli adulti. Ma non è questo lo scopo del mio intervento, né presumo sia stato quello di Quino. Non sarebbe altro che un'inversione di sguardo, ugualmente parziale e centrata, sul mondo e sui soggetti con cui interagiamo.

Necessariamente ciascun individuo, gruppo o società costruisce una propria autorappresentazione da cui partire per conoscere e giudicare chi è diverso: ho già detto che questa è una dinamica culturale imprescindibile. Essere coscienti di un *noi* è la premessa per la formazione di un'identità attraverso cui proporsi e relazionarsi agli *altri*.

La prospettiva dialogica da me portata avanti non richiede l'annullamento di queste strategie culturali, né l'abbandono della propria identità al fine di accoglierne una altrui. Al contrario ipotizza una più matura consapevolezza e conoscenza di sé attraverso un rapporto realmente reciproco con chi ci sta davanti: lo sforzo di comprendere le logiche differenti dalle proprie necessita il precedente riconoscimento di una presenza concreta e autonoma dell'altro, che ha idee e comportamenti personali, che attua scelte e attribuisce determinati valori.

L'educazione interculturale e la media education sono così nuovi strumenti di relazione: gli insegnanti come gli studenti imparano a porsi domande e a trovare possibili soluzioni, cooperano per orientare la scuola all'interno di un nuovo contesto sociale e culturale in continua trasformazione. L'asimmetria tra il ruolo degli insegnanti e quello dei discenti non deve annullarsi, dal momento che chi educa non può evitare di divenire punto di riferimento della classe. Ma la

---

<sup>1</sup> Mezzavilla, S., in Quino 2003, p.6

<sup>2</sup> Mezzavilla, S., in Quino 2003, p.6

messa in discussione adeguata e responsabile del proprio metodo e sapere può superare le distinzioni rigide e riduzioniste, scavalcare la cattedra che divide e separa e creare una vera e pregnante relazione dialogica, in cui si realizzino un ascolto dell'altro e un uso efficace della comunicazione. In modo da ispirare infine un sano modello di comportamento a chi non vuole -né può- imparare soltanto dai libri.

### ***Strumenti di lavoro***

#### *La necessità di una riforma del pensiero educativo*

Ne *“I sette saperi necessari all'educazione del futuro”*, Edgar Morin parla di nuove prospettive di insegnamento, che partano da una riflessione innovativa sulla condizione umana e sulle dinamiche culturali che coinvolgono le nostre società. Questa azione di riflessione si inserisce nella capacità di organizzare e riorganizzare la nostra conoscenza. La *forma mentis* di chi insegna deve mutare nella direzione di un inserimento effettivo della complessità e dell'incertezza all'interno delle discipline, dal momento che queste due dimensioni sono già entrate nelle forme di sapere attuali e quotidiane: la diversità coesiste con la convivenza, i sistemi sociali non sono più chiusi ma assumono aspetti aperti ed eterogenei, i mezzi di comunicazione diffondono messaggi nuovi in modalità differenti, più ampie e diffuse, secondo diversi linguaggi e aspettative.

Le attività da costruire non possono dunque limitarsi all'ambito extracurricolare, ma devono coinvolgere l'intero contesto scolastico, coprendo in maniera trasversale il tempo della scuola. Le strategie educative devono servirsi di approcci adeguati alle menti e alle esperienze dei ragazzi, che crescono in un ambiente multiculturale e utilizzano internet, e ai cambiamenti dinamici delle discipline, che tendono ad aprirsi e che non smettono di modificarsi: il compito dell'insegnante è quello di esplorare la realtà in cui vive, prenderne coscienza e rendere efficace il suo metodo educativo.

#### *Una proposta educativa: interdisciplinarietà, intercultura e comunicazione interattiva*

Proporrò in maniera schematica e lineare alcuni punti che indichino alcune strategie da seguire nell'organizzazione delle attività scolastiche, utili agli insegnanti per comprendere e riflettere sugli obiettivi che processi di innovazione pedagogica, come l'educazione interculturale e la media education, possono portare avanti.

#### *Interdisciplinarietà:*

- trovare un linguaggio comune tra gli insegnanti:
  - a) collaborare per costruire griglie di valutazione basate sulle competenze trasversali, non centrate sui contenuti astratti, ma comuni a tutte le discipline, da cui poi declinare abilità e capacità specifiche o settoriali (es. saper comunicare, saper osservare, saper selezionare, saper leggere, saper organizzare);
  - b) collaborare per costruire percorsi in classe che producano una concreta complicità didattica tra gli insegnanti, anche con la presenza contemporanea in aula, ed un confronto produttivo del lavoro svolto (es. affrontare lo stesso argomento in sottogruppi da prospettive disciplinari differenti e confrontarle);
- trovare un linguaggio comune tra gli insegnamenti:
  - a) stimolare la continuità didattica e la comunicazione tra le discipline, attraverso la scelta strategica di argomenti e testi comuni, che evidenzino aspetti differenti degli stessi contenuti, ma anche analogie, in modo da evidenziare la possibilità di confronto, la dimensione contestuale e la relazione tra le diverse forme di sapere (es. l'interdipendenza di pensiero filosofico, contesto storico-geografico, invenzioni scientifiche, rappresentazioni simboliche, produzioni artistiche);
  - b) stimolare tecniche comunicative efficaci, basate su testi semplici e chiari e sulla spiegazione e l'acquisizione guidata dei termini tecnici delle varie discipline, sostenute dal consolidamento delle conoscenze attraverso mappe, sintesi, parole-chiave, ma soprattutto

attraverso il richiamo all'esperienza concreta degli alunni e il carattere operativo delle attività scolastiche.

#### *Intercultura:*

- attivare un contesto di dialogo e di apertura: al di là dei contenuti, l'educazione interculturale si realizza come metodologia di lavoro finalizzata allo sviluppo della capacità di ascolto, di dialogo, di apertura alla diversità, di rispetto reciproco, di relazione. Non basta acquisire conoscenza sulle altre culture, bisogna imparare a convivere con chi la pensa in modo diverso da noi, bisogna saper accettare le opinioni differenti ed essere capaci di trovare punti in comune su cui costruire soluzioni di dialogo. Inoltre, ciò si deve riflettere non solo all'interno della classe, ma nel contesto scolastico, nel rapporto umano e professionale tra insegnanti, dirigenti e studenti;
- adottare un orientamento interculturale nelle discipline che stimoli un superamento dell'etnocentrismo, una riflessione sulla propria cultura, che ampli le conoscenze sugli eventi storici mondiali, che riconosca i contributi scientifici e letterari degli altri Paesi, che renda chiare le dinamiche sociali e culturali contemporanee (es. la globalizzazione, la multiculturalità, l'emigrazione italiana in rapporto con l'immigrazione odierna);
- realizzare strategie mirate all'inserimento degli alunni stranieri, non solo secondo i parametri didattici (es. valutazione personalizzata, apprendimento linguistico, uso di testi semplificati), ma anche a livello relazionale e socio-affettivo (motivazione, accettazione, riconoscimento, fiducia, interesse biografico).

#### *Comunicazione interattiva:*

- sperimentare metodologie didattiche attive che coinvolgano le diverse competenze e abilità trasversali dei ragazzi, in modo da stimolare soprattutto lo sviluppo delle capacità relazionali e comunicative di docenti e alunni (es. cooperative learning);
- esplorare le modalità comunicative già esistenti e familiari degli studenti:
  - a) arricchire l'impostazione disciplinare sfruttando i metodi innovativi di organizzazione dei contenuti e di elaborazione delle conoscenze (es. ricerca in internet, costruzione di una presentazione powerpoint in gruppo valida come interrogazione);
  - b) guidare l'uso e la gestione dei media, in termini di sicurezza e prevenzione (es. i pericoli delle chat, la pedofilia on-line) e di risorse (es. realizzare scambi e contatti con ragazzi stranieri);
  - c) educare ad un uso critico e riflessivo dei media, che preveda una scelta ragionata e attiva da parte dei giovani utenti sui contenuti con cui interagire e divertirsi (es. la qualità dei programmi televisivi, interpretare le notizie al telegiornale);
- proporre attività centrate sulla produzione autonoma di prodotti multimediali, che coinvolgano direttamente il contesto esperienziale degli alunni, al fine di creare un ponte dialogico tra scuola e vita quotidiana e tra dimensione sociale e interiore (es. video autobiografico, interviste su eventi cittadini).

La formazione alla convivenza è necessaria per contribuire tutti insieme -insegnanti, genitori, ragazzi, istituzioni- al nuovo assetto sociale e quindi educativo che si sta compiendo nella nostra epoca. Queste sono semplicemente delle linee da poter seguire per compiere un primo passo: a ciascuno di noi tocca poi continuare il cammino.

#### *Bibliografia*

Mezzavilla, S., in Quino, *Mafalda* ("I classici del fumetto di Repubblica"), Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A., Roma, 2003

Miltenburg, A.- Surian, A., *Apprendimento e competenze interculturali*, Quaderni dell'interculturalità n.24, EMI, Bologna, 2002

Morin, E., *I sette saperi necessari all'educazione del futuro*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2001

Taguieff, P.A., *Il razzismo. Pregiudizi, teorie, comportamenti*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 1999