



La Tv di Qualità

Scuola Primaria “A.Ferrarin” di Bellaria Igea Marina

Classi VA e VC

Il laboratorio ha la finalità di incentivare bambini e ragazzi della scuola primaria all'uso più consapevole della televisione, “ospite fisso” delle nostre case, finestra sul mondo, scatola di divertimento ed intrattenimento per tutta la famiglia.

I due laboratori si sono differenziati lungo il percorso sia per il format televisivo da realizzare (spot e interviste) che per il contenuto da veicolare: promuovere una televisione di qualità per i bambini di oggi, ascoltando le loro opinioni a riguardo nel primo caso e confrontare la tv di ieri e di oggi (Carosello, Non è mai troppo tardi) per costruire domande da rivolgere al gruppo di nonni del paese. Il laboratorio, nella prima parte, dedicata in particolare all'analisi del consumo televisivo individuale e di classe, è stata svolta in parallelo e nelle stessa modalità.

Fase 1) VA e VC

Analisi individuale del consumo del medium televisivo attraverso la compilazione in classe di un modello cartaceo di palinsesto televisivo dove inserire, a seconda dei canali e delle ore, i programmi preferiti e visti.

Restituzione alla classe del contenuto inserito e creazione alla lavagna di una mappa dei programmi più visti classificati secondo i generi televisivi individuati durante riflessioni e discussioni in gruppo. Al primo posto in entrambe le classi risaltano i cartoni animati, sia della Rai, che di Mediaset che offerti dalla pay tv, le fasce orarie più consumate sono quelle del primo mattino (7-8) e del dopo scuola (13-15), interessante rilevare come alcuni bambini guardino la tv anche in fasce orarie notturne (oltre le 22) e come i contenuti a cui accedano siano non sempre adatti e non pensati per loro (telefilm come Grey's Anatomy, le Iene show, film in seconda serata, ecc ...). I tg non vengono scelti, dalla maggior parte, ma spesso sono “subiti” nei momenti di tele-comando genitoriale, riconoscono come programma educativo solo “la Trebisonda” e informativo/approfondimento/documentario i programmi stile “Alle falde del Kilimangiaro, Voyager, ecc ...

Fase 2) VC

Introduzione della pubblicità:

- Brainstorming: cos'è, a cosa serve, dove la trovo (annunci, poster, radiocomunicati, spot, banner)
- analisi degli elementi che costituiscono la pubblicità (visual, slogan, body-copy, marca/marchio) attraverso un percorso di confronto tra annunci stampati ritagliati dalle riviste;
- analisi del messaggio pubblicitario (separazione dell'aspetto iconico da quello verbale, tecniche di costruzione dello slogan, su quali bisogni fa leva lo spot, ecc ...)
- Comunicazione sociale (es: pubblicità progresso)

Fase 2) VA

Breve storia della televisione ricavata dalla visione e discussione di alcuni “Carosello” e di “Non è mai troppo tardi”. I bambini dovevano, attraverso l’osservazione dei suddetti programmi, avanzare ipotesi su: quando nasce la tv, quando diventa a colori, a cosa serviva un programma come “Non è mai troppo tardi”, quanti canali si vedevano, cos’era Carosello, se c’erano o meno i cartoni animati, ecc ...

Le ricerche fatte dai bambini:

La televisione in Italia

In Italia le prime prove di diffusione della televisione furono effettuate a partire dal 1934, e, nel 1949, ci fu già una trasmissione sperimentale dalla Triennale di Milano presentata da Corrado, ma il servizio regolare cominciò soltanto dal 3 gennaio 1954, a cura della RAI, in bianco e nero.

Il segnale arrivò su tutto il territorio nazionale tre anni dopo, il 31 dicembre 1956, e a quel momento gli abbonati erano ancora relativamente pochi - 360.000 - a causa del costo elevato degli apparecchi.

Dagli anni Cinquanta la diffusione della TV crebbe a ritmi stupefacenti, come precedentemente accaduto sul mercato americano.

*In quegli anni la televisione era un bene di lusso che pochi italiani potevano permettersi, tanto che i bar o le case dei propri vicini diventarono luoghi prediletti per visioni di gruppo, soprattutto in occasione delle trasmissioni del primo e subito popolarissimo telegiornale italiano, i primi pionieri furono Mario Riva con *Il Musicchiere*, e Mike Bongiorno con *Lascia o raddoppia?*.*

*Verso la fine degli anni '50 anche la carta stampata si accorge del nuovo mezzo. Nasce la prima rubrica di critica televisiva: la tiene Ugo Buzzolan - già autore del primo originale tv ("*La domenica di un fidanzato*") - su "*La Stampa*" di Torino.*

*Negli anni '60, con il progresso dell'economia, il televisore divenne accessorio di sempre maggior diffusione, sino a raggiungere anche classi sociali meno agiate; l'elevato tasso di analfabetismo riscontrato fra queste suggerì la messa in onda di *Non è mai troppo tardi* (1959-1968); un programma di insegnamento elementare condotto dal maestro Alberto Manzi e che, è stato stimato, avrebbe aiutato quasi un milione e mezzo di adulti a conseguire la licenza elementare.*

*Almeno nella fase iniziale la televisione italiana era una delle più pedagogiche al mondo. Le sue finalità erano certamente educative e se da un lato, non cercando il consenso dei telespettatori, era considerata soporifera, ha indubbi meriti nei confronti di una situazione di partenza di una nazione arretrata e culturalmente divisa. Non è solo una battuta umoristica dire quindi che, almeno a livello linguistico, "*L'unità d'Italia non l'ha fatta Garibaldi, ma l'ha fatta Mike Bongiorno.*"*

Anche le tappe successive dello sviluppo televisivo italiano indicano un ritardo rispetto agli altri Paesi europei: solo nel 1961 iniziarono le trasmissioni del secondo canale RAI e la terza rete tv arrivò tra la fine del 1979 e l'inizio del 1980 (come da riforma del 1975). Nel frattempo erano nati i primi tentativi di Televisioni locali. Nel 1974 una sentenza della Corte costituzionale]] legittima l'esistenza della televisione via cavo,^[1] ed un'altra due anni dopo, autorizza anche le trasmissioni via etere purché di ambito locale, Da questa esperienza nasce Telemilano 58, che ha assorbito Telemilanocavo e che successivamente diventa Canale 5. Anche l'introduzione del colore (1977) avviene circa 10 anni dopo rispetto ai paesi europei più sviluppati e soprattutto agli USA.

Il decennio successivo vide l'affermazione delle emittenti private di Silvio Berlusconi e il loro immediato successo (grazie a Bettino Craxi, che con un decreto legalizzò la tv privata a carattere nazionale, che prima era illegale per il monopolio di stato RAI).

La proliferazione di emittenti televisive ha richiesto a più riprese interventi legislativi di regolamentazione, nessuno dei quali è ovviamente uscito indenne da polemiche. L'articolazione delle problematiche innestate è tale da coinvolgere negli argomenti di discussione diritti costituzionali e questioni di opportunità politiche, essendosi addirittura sviluppata una giurisprudenza specialistica (ad esempio le mai rispettate e pluriviolate sentenze della Corte Costituzionale). In particolare si ritiene che la situazione italiana, bocciata da diverse associazioni

sovranazionali a causa della presunta concentrazione di mass-media nelle mani di Silvio Berlusconi, sia in contrasto con il fondamentale articolo 21 della Costituzione (libertà d'espressione), almeno nel delicatissimo campo tv: Rai e soprattutto Mediaset si spartiscono il 90% di risorse pubblicitarie e ascolti, un duopolio che non ha uguali in Europa dove si arriva al massimo al 75%.

L'evoluzione della materia, con il delicatissimo passaggio dalla televisione analogica alla televisione digitale è ora oggetto di un disegno di legge presentato dal ministro Paolo Gentiloni che sposta in avanti il tempo di spegnimento della vecchia tecnologia, ma nello stesso tempo cerca di rispettare sia la direttiva europea Televisione senza frontiere, sia i "tetti" antitrust indicati dalle pluri violate sentenze della Corte Costituzionale, che impongono la messa di 1 rete Mediaset sul satellite e la creazione di un canale RAI senza pubblicità (come avvenuto in Gran Bretagna e Portogallo).

Le televisioni commerciali

In Italia, così come anche in moltissimi altri Paesi vi sono 2 tipi di televisioni: La televisione pubblica che ha i suoi proventi sia da trasferimenti dello Stato che dalla pubblicità, e le televisioni commerciali (in Italia emblematico il gruppo Canale 5) che traggono i loro proventi principalmente dalla pubblicità.

***Non è mai troppo tardi** è il titolo di una celebre trasmissione televisiva mandata in onda a cadenza giornaliera dalla RAI e organizzata col sostegno del Ministero della Pubblica Istruzione.*

Il programma era condotto dal maestro e pedagogo Alberto Manzi (Roma, 1924 – Pitigliano, 1997), che ne era stato anche l'ideatore, e aveva il fine di insegnare a leggere e a scrivere agli italiani che avevano superato l'età scolare, ma che non ne erano ancora in grado. Si trattava di autentiche lezioni, tenute da Manzi, a classi formate da adulti analfabeti, nelle quali venivano utilizzate le tecniche di insegnamento allora più moderne, oggi potremmo dire "multimediali" giacché si servivano di filmati, supporti audio, dimostrazioni pratiche, nonché della felice mano del maestro Manzi che, con rapidi tratti di carboncino, disegnava efficaci schizzi e bozzetti su una lavagna a grandi fogli. Il linguaggio era semplice e piacevole e per nulla pedantesco.

La trasmissione ebbe inizio il 15 novembre 1960 e venne mandata in onda nella fascia preserale (per permettere a chi lavorava di potervi assistere) con cadenza quotidiana dal lunedì al venerdì. Furono realizzate ben 484 puntate fino al 1968, anno in cui poté essere sospesa grazie all'aumento della frequenza alla scuola dell'obbligo.

Non è mai troppo tardi ebbe un ruolo sociale ed educativo molto importante, contribuendo all'unificazione culturale della nazione tramite l'insegnamento della lingua italiana e abbassando notevolmente il tasso di analfabetismo, particolarmente elevato nell'Italia di quegli anni. Infatti pare che, grazie a queste lezioni a distanza, quasi un milione e mezzo di persone sia riuscito a conseguire la licenza elementare. Il progetto ebbe inoltre un grande successo internazionale, in quanto fu imitato da ben settantadue paesi.

Alcuni anni prima, nel 1958, era già stato creato un progetto pilota, che sarebbe durato sino al 1966, Telescuola programma a carattere «sostitutivo»: cioè diretto a consentire il completamento del ciclo di istruzione obbligatoria ai ragazzi residenti in località prive di scuole secondarie. Un progetto fortemente innovativo, con 4 milioni di ascolto giornalieri, che vide il Maestro Enrico Accatino, innovare la didattica dell'Educazione Artistica, promuovendo la docenza della storia dell'arte e dell'educazione all'immagine nella scuola dell'obbligo.

*Nel 2004, un programma di Rai Educational con finalità educative ha ripreso il titolo della trasmissione modificato in **Non è m@i troppo tardi** usando il moderno simbolo della "chiocciola", che anticipa l'argomento del programma: si parla di alfabetizzazione informatica.*

Carosello

Nel 1957 la RAI decise di iniziare a trasmettere messaggi pubblicitari, e per questa innovazione, applicando la legge sopra menzionata, sembrò necessario sviluppare un apposito format televisivo.

Nacque così il Carosello, in cui i messaggi pubblicitari (della durata media di 135 secondi) erano inseriti in un contesto di tipo teatrale: introdotti dall'apertura del sipario con accompagnamento di trombe e mandolini, e alternati a brevi spettacoli di varietà. Ogni sketch era seguito da una situazione o frase (link) che faceva da tramite con l'annuncio pubblicitario finale, il cosiddetto codino dove veniva evidenziato il prodotto, destando spesso perplessità tra il pubblico per la scarsa pertinenza con lo sketch. Al contrario, nella pubblicità di una marca di carne in scatola, il codino sembra far parte dello stesso sketch, un' indimenticabile serie di storie Spaghetti western, caratterizzate da fotografie animate e narrate a ritmo di rap ante litteram.

La pubblicizzazione di un dato prodotto seguiva un ciclo di quattro sketch con cadenza settimanale, diversi l'uno dall'altro sebbene con soggetto comune. Nella sigla di chiusura infatti, la speaker annunciava la data della successiva messa in onda. Memorabile uno spot contenitore di una sorta di mini serie a puntate, ovviamente a lieto fine, con protagonista un giovane vittima del furto del proprio scooter di una nota marca. I lettori del settimanale TV Radiocorriere, proprietà dell'ente RAI, potevano conoscere in anticipo gli spot inclusi nel palinsesto.

Questa soluzione ebbe tuttavia un enorme successo; Carosello rimase per molti anni fra le trasmissioni televisive più amate, venendo a rappresentare un tipico appuntamento della famiglia italiana, tanto che ancora oggi la frase "a letto dopo Carosello" è rimasta parte della lingua. Oltre a introdurre l'innovazione della réclame, e a farlo inserendola in un contesto che aveva il pregio di renderla gradevole (in effetti amata) dal pubblico, Carosello portò anche una serie di innovazioni nel linguaggio televisivo in generale. La sua caratteristica più peculiare era l'inedita brevità (non solo degli spot ma anche degli altri "siparietti"); per questo, gli stacchi teatrali dovevano essere diretti, semplici, attingendo spesso a luoghi comuni e rimanendo molto vicini alla cultura popolare. Un altro motivo di novità fu certamente l'introduzione dell'animazione. La presenza di Carosello ha certamente contribuito a (ri)lanciare la scuola di animazione italiana, infatti parecchi degli spot diventati più noti e apprezzati vennero realizzati da studi grafici italiani cresciuti proprio in quegli anni, come la Gamma Film di Gino e Roberto Gavioli, la modenese Paul Film di Paul Campani, lo studio Pagot (dove operavano Nino e Toni Pagot), ed altri. Da menzionare anche Guido De Maria che, oltre svariati spot, creerà, verso la fine degli anni settanta, un memorabile programma di intrattenimento di sola animazione: Supergulp!.

Rispetto alla pubblicità moderna, la più lampante differenza rimane proprio il tentativo della RAI di integrare le immagini nuove della emergente società dei consumi in un contesto legato alla tradizione nazionale popolare, e quindi rassicurante e a tratti con pretese persino pedagogiche (sebbene certamente caratterizzato da elementi che si potrebbero definire kitsch). Sicuramente il mondo dei pubblicitari, in prima fila la Sipra - che gestiva la pubblicità RAI - vedevano in Carosello uno strumento sfuggito loro di mano, per passare ai "creativi": il personaggio e la storiella erano più importanti del messaggio pubblicitario: Calimero era più famoso del detersivo reclamizzato.

Definito da una certa cultura "diseducativo", di fatto poco pratico e dispendioso per la committenza, data l'eccessiva durata dello sketch, alla fine del 1976 fu annunciata la chiusura, con una serata conclusiva il 31 dicembre 1976, dove un'impeccabile Raffaella Carrà fa l'annuncio di commiato; in seguito, la trasmissione venne sostituita da Spazio F (ricordiamo la prima sigla con la scacchiera che si univa formando un cubo, il quale mostrava i suoi disegni di parti sempre più in alto di un albero a mano a mano che ruotava verso il basso e sulla cima c'era un uccello paradiso che volava via, mentre nell'infraspot il cubo aveva disegnata una primula. Nel 1980 questa sigla è stata sostituita da un caleidoscopio, da tanti pesciolini nel fondale di un mare blu con un'alga dall'81 all'83, da una slot macchine con le sigle in miniatura dei tre tg Rai nell'84 e verso la fine dello stesso anno da un ventaglio che si apriva e poi si chiudeva, per consentire ai suoi disegni di farfalle, fiori e rondini di staccarsi, volando via verso una mezzaluna).

I motivi per cui la trasmissione fu interrotta sono probabilmente vari. Il mercato italiano della pubblicità si stava trasformando, divenendo più moderno e dinamico, e i produttori stavano diventando insofferenti verso i limiti di tempo imposti da questo modo di reclamizzare i propri

prodotti; anche il pubblico stava cambiando, e la televisione basata su presupposti pedagogici perdeva presa. Le ditte minori che non potevano permettersi i costi di Carosello avevano iniziato a far sentire la loro voce. Infine, i prodotti del mercato internazionale avevano bisogno di un'immagine standard nei diversi paesi e mal sopportavano di dover costruire spot legati particolarmente al contesto italiano.

Fase 3) VC

Costruzione story-board per la realizzazione di spot televisivi. La classe è stata suddivisa in quattro gruppi, che hanno separatamente ideato un soggetto per il format da realizzare seguendo le voci sottoscritte nei resoconti di ogni gruppo.

Gruppo: Irene, Chiara, Luigi, Lorenzo, Domenico

Titolo: Meno pubblicità e più cartoni

Slogan: Meno pubblicità nelle trasmissioni, dateci i nostri amati cartoni

Dialoghi:

Irene: " Chi arriva prima decide cosa guardare!"

Chiara: " Sì, ci state?"

Luigi e Domenico: "Ok!"

Lorenzo: " Pronti, via!"

Irene: " Evviva, sono arrivata prima, posso decidere il canale che voglio."

Chiara: " In questo canale c'è solo pubblicità. Cambiamo!"

Maschi in coro: " Uffì, ancora pubblicità!"

Chiara: "Finalmente un cartone!"

Domenico, Irene, Luigi, Lorenzo: "Yuppy, guardiamolo!"

Scenografia: divano, tv, nell'anfiteatro

Vestiti: pigiama, abbracciando un peluche

Oggetti necessari alla registrazione: videocassetta con pubblicità e un cartone animato

Gruppo: Giuseppe, Andrea, Annalisa, Martina, Alessia

Titolo: Meno calcio, più sport

Slogan: Basta calcio, ci ha stancati, gli altri sport vanno ascoltati

Dialoghi:

Tutti tranne Giuseppe: "Basta calcio!"

Giuseppe: " E' vero, c'è troppo calcio in tv!" "Aspettate amici, arrivo"

Scenografia/Ambiente: palestra della scuola

Vestiti:

Andrea: tuta motociclistica

Giuseppe: tuta calcio

Alessia: tuta basket

Martina e Annalisa: tuta pallavolo

Oggetti:

Andrea: mini moto

Giuseppe: palla da calcio

Alessia: palla da basket

Martina e Annalisa: palla da pallavolo

Gruppo: Noemi, Nicola, Alessio, Alice

Titolo: La tv per i bambini

Slogan: Noi vorremmo una televisione senza programmi e documentari o film non adatti a noi: quelli col bollino rosso, quelli troppo noiosi, quelli di paura, quelli tristi, quelli che non capiamo.

Dialoghi:

Noemi: “Evviva, abbiamo finito i compiti. Andiamo a vedere un po’ di tv?”

Nicola: “Uffa! Che noia! Non c’è niente di interessante in questa televisione?”

Alessio: “Noemi, non ti addormentare! Ahahahahahaahahaha!!! Che paura!”

Alice: “Mamma, papà!! Che film è questo, non ci avete mai fatto vedere un film così pauroso!

Alessio: “Basta! Io cambio canale.”

Nicola: “Vai! Io non ci capisco niente!”

Noemi: “Non vedete che c’è il bollino rosso?”

Scenografia/ambiente: televisione e divano

Vestiti: maglietta bianca a maniche corte, pantaloni lunghi e neri, scarpe da tennis e giubbotto.

Oggetti: cappellino

Gruppo: Domenico P., Samantha, Maria, Luca, Leo

Titolo: Le opinioni dei bambini sulla tv

Slogan: Cosa ne pensano i bambini sulla tv

Dialoghi:

Leo: “In collegamento dalla scuola Ferrarin di Bellaria Igea-Marina, un’edizione speciale sulle opinioni dei bambini sulla tv. Intervisteremo ora quattro gemelli uno a uno. Ecco il primo gemello: che cosa ne pensi sulla tv di oggi?”

Domenico P.: “Secondo me alla tv dovrebbero esserci meno film che non possiamo vedere e più cartoni educativi.”

Leo: “Ora intervisteremo il secondo gemello”

Samantha: “Secondo me in televisione ci dovrebbero essere meno trasmissioni violente e più canali con documentari.”

Leo: “Ed ecco ora intervisteremo il terzo gemello”

Maria: “Secondo me ci dovrebbero essere più programmi per insegnarci a costruire degli oggetti, tipo Art Attack.”

Leo: “Ora siamo arrivati all’ultima parte della nostra edizione speciale, intervisteremo l’ultimo gemello.”

Luca F.: “Secondo me ci dovrebbero essere più edizioni di telegiornali dedicati ai ragazzi.”

Leo: “Grazie per averci ascoltato, ci rivedremo alla prossima puntata. Arrivederci a tutti!”

Scenografia/ambiente: fuori in giardino

Vestiti:

Leo: cappello con visiera, maglione, jeans

Domenico P.: maglione, pantaloni

Samantha: gonna lunga, maglione, stivali

Maria: pantaloni, maglia, stivali

Luca: cappello con visiera, maglia, felpa e jeans

Oggetti: microfono

Fase 3) VA

Strutturazione delle domande per le interviste da effettuare con i “nonni” del paese per confrontarsi sulla tv di ieri e di oggi. Il progetto dell’incontro generazionale è stato favorito dalla collaborazione con la CGIL e l’associazione degli anziani “Alta Marea” presente sul territorio di Bellaria Igea Marina

Elenco domande.

- 1) Presentazione dei nonni (nome e cognome)

- 2) Avevate il televisore in casa?
- 3) Qual è il primo programma che vi ricordate?
- 4) Qual era il vostro programma preferito?
- 5) Come vivevate la televisione alla nostra età?
- 6) Quante ore guardavate la televisione alla settimana?
- 7) Chi decideva cosa guardare in televisione?
- 8) Nascevano delle discussioni in famiglia per decidere cosa guardare?
- 9) A scuola c'era la televisione?
- 10) C'erano programmi per tutto il giorno e la notte come adesso?
- 11) Avete delle TV in B/N?
- 12) C'erano i TG?
- 13) Conoscete i cartoni di oggi ? Ci sono delle somiglianze con quelli di allora?
- 14) C'erano soap opera, quiz o giochi a premi?
- 15) C'è un film o un programma televisivo che vi ricorda la vostra infanzia?
- 16) C'erano i film d'azione violenti come oggi?
- 17) I film paurosi venivano trasmessi quando i bambini erano a letto o anche durante il giorno?
- 18) Era meglio la televisione di quando eravate piccoli voi o quella di adesso?
- 19) Cosa vi piace guardare in televisione oggi?
- 20) Secondo voi, era più istruttiva la televisione di ieri o quella di oggi?
- 21) C'erano programmi in diretta ai vostri tempi?
- 22) Trasmettevano lo sport?

Fase 4) VC

Preparazione e strutturazione ambienti e materiali per l'esecuzione delle riprese.

Fase 4) VA

Predisposizione dell'aula per l'accoglienza dei "nonni" e suddivisione delle domande da rivolgergli

Fase 5) VA e VC

Riprese

Materiali e strumenti

- Cancelleria (fogli A4, matite, penne, ecc ...);
- Televisione con lettore dvd;
- Video camera;
- Dvd del "carosello" e di "non è mai troppo tardi";
- Materiali necessari alle riprese

Bilancio dell'esperienza

La televisione si riconferma un ottimo mezzo per lavorare con i bambini su diversi livelli, da quello di partenza sul consumo ai discorsi che i bambini fanno e ascoltano sulla tv a quello di decostruzione dei contenuti e dei messaggi veicolati dai diversi generi (tg, spot, reality). È una buona palestra per mettere in discussione, porsi domande su come si presenta la tv generalista e come si dirige a bambini e bambine ed a suo modo è stato svolto in entrambi i laboratori. Difatti nella VC la pubblicità, declinata nei prodotti per maschi e per femmine, di cibo, di vestiti, ecc ... si presta agevolmente ad una decostruzione dei suoi elementi per poi ricomporla e riflettere sui

significati e bisogni (fondamentali o accessori) che la sua fruizione muove. Nella VA, diversamente, si è puntato sull'incontro/confronto tra la tv di ieri e di oggi, mettere i bambini davanti al carosello che è stato il programma per bambini per i primi trent'anni di televisione in Italia ha fatto scaturire domande, curiosità, ipotesi, discussioni e riflessioni che hanno trovato completamente nell'incontro con chi era bambino a quei tempi ("nonni" di Bellaria Igea Marina). Il laboratorio in questo senso ha avuto un valore oltreché scolastico anche per la comunità ed il territorio, è stato un modo originale per coinvolgere questa fetta di cittadini sempre pronti a dare vita a nuovi progetti ed incontri.