

INFORMAZIONI

IL PROGETTO MARS — MEDIA AGAINST RACISM IN SPORT

Anna Ragosta

Nell'ambito del progetto «MARS — Media Against Racism in Sport», promosso dal Consiglio d'Europa e dall'Unione Europea, si è tenuto a Bologna dal 30 novembre al 3 dicembre il seminario dal titolo «Media, Diversity & Racism in Sport. Journalism & Media Training & Literacy», organizzato dal Centro permanente per l'educazione ai mass media Zaffiria in collaborazione con il CORECOM Emilia-Romagna con l'intento di produrre strumenti pedagogici. Per il MED erano presenti Alberto Parola, Carlo Tagliabue, Roberto Farné, Alessia Rosa, Emanuela Fanelli e Anna Ragosta.

Un primo incontro si era tenuto a Bruxelles dall'11 al 14 Ottobre 2011, a cui ha presenziato Maria Ranieri (consigliere del MED), ove si era riflettuto sugli stereotipi razzisti e sessisti nel linguaggio del giornalismo sportivo, sia televisivo che della carta stampata. Fin dal 2008 il CoE è impegnato nei 47 Stati membri con la Campagna contro le discriminazioni intitolata «Speak Out Against Discrimination!» con vari progetti per dar vita a una rete europea di professionisti dei media volta a promuovere la non discriminazione, a favorire l'inclusione e l'espressione della diversità nella copertura mediatica. L'assunto del CoE è che la coesione sociale e la partecipazione democratica possono sussistere solo in presenza di una informazione davvero inclusiva, ma numerose ricerche mettono in evidenza che esistono soggetti poco rappresentati o addirittura esclusi: le minoranze etniche, le donne, i disabili, gli immigrati e le persone lesbiche, gay, bisessuali, transgender. I media influenzano l'agenda pubblica e orientano l'opinione per cui i principali obiettivi del CoE sono: promuovere la produzione di informazione di qualità che rispetti la diversità e faciliti il dialogo interculturale; sostenere l'accesso delle minoranze nel giornalismo e nella produzione

mediatica; combattere le discriminazioni in Europa; incoraggiare modalità innovative di produzione mediatica. Come è specificato sul sito del progetto MARS www.coe.int/mars, in Europa, secondo i dati 2010 del Global Media Monitoring Project, le donne sono protagoniste di un quarto delle notizie giornalistiche, sebbene siano più della metà della popolazione europea; gli immigrati rappresentano all'incirca il 10% della popolazione europea (Eurostat, 2011) ma meno del 5% delle notizie europee vede migranti e minoranze etniche come protagonisti; i disabili, il 20% della popolazione del Regno Unito, invece sono rappresentati in una percentuale dell'8% nella TV inglese (CDN 2009-10 Progress Report). Facendo un focus sullo sport e sull'informazione sportiva, secondo quanto emerso dalla ricerca «Play the Game» del 2005 si nota che la copertura mediatica non rappresenta la reale diversità culturale e sociale (solo il 5% degli articoli), che le notizie sportive sono realizzate da meno del 5% delle giornaliste e che è frequente l'uso di stereotipi legati al genere degli atleti o al colore della pelle. Il CoE e l'Unione Europea, ritenendo che lo sport possa essere un'area importante per la costruzione della coesione e dell'equità sociale, senza contare che esso è in grado di muovere ingenti somme nell'industria mediatica, hanno predisposto una serie di incontri nazionali che si susseguiranno in Europa. A Bologna si è tenuto il primo di questi incontri e qui si sono confrontati e hanno lavorato insieme esperti del CoE, giornalisti, docenti delle scuole di giornalismo, blogger, ricercatori e docenti universitari, educatori ai media, ricercatori di Osservatori europei e nazionali (come Osservatorio di Pavia e UNAR, Ufficio Nazionale Antidiscriminazioni Razziali), rappresentanti delle Istituzioni pubbliche e ONG.

Nello specifico delle giornate, in seguito a una presentazione introduttiva a opera di Reynard Blion, coordinatore del progetto MARS, Patrick Verniers, direttore di Media Animation, Centro di ricerca belga per l'educazione ai media, e Alessandra Falconi, presidente di Zaffiria, che hanno illustrato il progetto MARS, i partecipanti, lavorando alternativamente divisi in tre gruppi, in plenaria e in dibattiti in tavole rotonde, hanno dapprima presentato le proprie attività e i progetti già realizzati e successivamente, in un clima di reciproco ascolto e scambio di idee ed esperienze, hanno realizzato percorsi formativi che saranno in seguito concretizzati nelle scuole di giornalismo europee. Detti percorsi contemplano l'uso degli strumenti più disparati, tra cui audiovisivi (film, spot, trailer, trasmissioni sportive, servizi del telegiornale, ecc.),

videogiochi, articoli estrapolati dalla carta stampata e dalla rete, ecc., al fine di individuare e decostruire gli stereotipi e la discriminazione.

Le riflessioni costanti che sono emerse dalle varie sessioni di lavoro sono state: a) la necessità di coinvolgere i giovani e le minoranze nelle produzioni mediatiche; b) l'importanza di un'educazione ai media che poggi su un quadro di riferimento teorico serio e scientifico. Il giornalismo non può che trarre beneficio dall'introduzione della *media literacy* e di media educator nell'ambito della formazione che si svolge normalmente nelle scuole di giornalismo, sia rivolta ad aspiranti giornalisti, sia in un orizzonte di formazione permanente.

IL PROGETTO FENIX

L'APPORTO DEL SOFTWARE DIDATTICO ALLA RIUSCITA SCOLASTICA

Cristina Coggi e Paola Ricchiardi

L'integrazione del software nella didattica a livello di scuola dell'obbligo rappresenta un'opportunità ancora da valorizzare. La letteratura di ricerca empirica internazionale ha spesso evidenziato l'efficacia di singoli software. Risultano invece ancora poco diffuse sperimentazioni in cui venga verificato un curriculum sistematico che si avvalga di tali risorse.¹ Questo è l'obiettivo del Progetto Fenix, illustrato nel presente contributo. Si tratta di un programma avviato nel 2007 in Brasile (Espírito Santo e Bahia), attualmente sperimentato in Piemonte e in diversi altri Paesi.

CHE COS'È IL PROGETTO FENIX?

Il Fenix è un programma di didattica laboratoriale a piccolo gruppo, volto a favorire lo sviluppo cognitivo e a incentivare la motivazione ad apprendere degli alunni in difficoltà (Coggi, 2009). Il progetto si propone di offrire un'opportunità di successo scolastico a chi è in condizione di rischio, per fattori quali la povertà, lo svantaggio socio-culturale, le carenze di cure familiari, gli sradicamenti da migrazione. Il Progetto è nato per garantire il diritto alla prima alfabetizzazione in ambito linguistico e matematico in contesti di grave deprivazione (Paesi in via di sviluppo) e si è poi esteso ad ambienti meno problematici, come quelli italiani, dove permangono però percentuali

¹ Tale dato emerge anche dal Rapporto internazionale sull'uso dei giochi elettronici e dei software didattici in classe realizzato in otto Paesi europei (Wastiau, Kearney e van den Berghe, 2009).

significative di fallimento scolastico, legate al sovrapporsi di vecchie e nuove povertà. A fronte dei problemi di apprendimento, la letteratura internazionale converge nell'individuare la necessità di rompere la monotonia dei setting scolastici tradizionali con interventi accattivanti, più attenti ai bisogni di apprendimento di una generazione naturalmente digitale. A tale fine è stato pianificato un intervento di educazione cognitiva, direttamente connesso con i programmi scolastici, che utilizza un approccio ludico all'apprendimento, avvalendosi di *software didattici*. I software selezionati, organizzati in una programmazione sistematica (per ciascun anno della scuola primaria e per l'inizio della secondaria di primo grado), sono incentrati sui contenuti di base di matematica, letto-scrittura e logica. Si tratta di sussidi che propongono situazioni motivanti e sfidanti e non esercizi simili a quelli tradizionalmente svolti in classe. Sono inoltre software capaci di stimolare i diversi processi cognitivi, compresi quelli superiori, come la capacità critica e la creatività, spesso più carenti nei bambini deprivati. I giochi adottati sono stati selezionati tra quelli *free online* e collocati in una piattaforma, Edurete (www.edurete.org/fenix), sviluppata in diverse lingue (italiano, francese, inglese, spagnolo, portoghese, russo) per consentire l'implementazione del progetto in più contesti. Si è privilegiato il gioco *free online* per facilitare l'accesso al progetto anche a istituzioni scolastiche carenti di risorse. Sono stati aggiunti alcuni software originali per colmare le lacune rilevate in rete. Sono stati, per esempio, realizzati software free per il potenziamento di competenze nel *problem solving* matematico (ProFenix),² nella scrittura collaborativa (Millestorie) e per lo sviluppo cognitivo (Potenziamente).³

Le attività vengono svolte in laboratorio informatico, con piccoli gruppi di 5-6 alunni al massimo, al fine di dare a ogni studente la possibilità di fruire di un supporto personalizzato e di una mediazione cognitiva e affettiva adeguata. Il programma di 45 ore circa prevede incontri bisettimanali di un'ora e mezzo ciascuno, in cui si alternano tre software: uno di lingua, uno di matematica e uno sui processi logici.

² Realizzato da Pietro Madaro.

³ Realizzati da Roberto Trincherò.

DOVE NASCE IL FENIX?

Il progetto è stato sperimentato per la prima volta in Brasile,⁴ nello Stato di Bahia e in quello di Espirito Santo, con alunni con ritardi scolastici importanti e frequenza irregolare, provenienti da zone molto povere, per i quali non era possibile pensare a un recupero scolastico con metodi tradizionali. I notevoli progressi conseguiti dai bambini e ragazzi brasiliani hanno indotto a ipotizzare di estendere il progetto Fenix anche in altri contesti, per esempio l'Italia (Piemonte).

DOVE STA ANDANDO IL PROGRAMMA?

Il Progetto Fenix si sta attualmente sviluppando in numerosi contesti.

È implementato in Italia da quattro anni, su un campione complessivo di oltre 300 bambini di scuole del Piemonte, con utenza disagiata e/o di origine migratoria.

In Brasile si è esteso al *Minas Gerais*, a Teofilo Otoni. Si tratta di un contesto con elevati tassi di violenza (è tra le dieci città in cui si consumano il 50% dei crimini violenti di tutto lo Stato del Minas Gerais) ed estesa sottoccupazione. Nell'Università locale è stata realizzata una formazione di insegnanti e educatori sul metodo, in più fasi, ed è attivata da due anni una sperimentazione in scuole municipali e statali.

Il progetto è stato avviato inoltre in Centro America, a Santa Marta, in *El Salvador*, dove la guerra civile ha spinto alla fuga gli abitanti di interi villaggi verso il vicino Honduras e li ha ridotti a vivere per anni nei campi profughi (1979-92). Il programma è stato rivolto ai figli dei profughi, rientrati nei loro territori. Si tratta di bambini che mostrano gravi deficit di sviluppo a causa dell'interazione con figure di accudimento fragili e segnate dai traumi bellici.

In Africa, il Fenix è stato attivato in *Ruanda*, nella capitale (Kigali), dove le lotte intestine e il massacro tra Hutu e Tutsi, avvenuto nel 1994,

⁴ L'idea è da attribuire a un gesuita italiano, Pe. Piazza, che grazie alle eccellenti doti pedagogiche, l'esperienza trentennale in Brasile con i bambini di strada, la formazione psicopedagogica e l'esperienza come Ministro per combattere la povertà, ha saputo cogliere l'efficacia dei software per le specifiche difficoltà dei piccoli deprivati.

hanno lasciato gravi segni nella popolazione adulta e vulnerabilità nei bambini.

Sono stati di recente realizzati inoltre interventi a *Haiti*,⁵ dove il terremoto è andato a incrementare una situazione di povertà e disagio grave e dove la condizione dei minori era già prima tra le più precarie del pianeta. A Cap-Haitien è stato avviato un intervento per l'alfabetizzazione dei bambini e ragazzi di strada, in prima accoglienza presso i salesiani (Lakou).

Estensione a più livelli scolastici

Il Fenix è stato rivolto inizialmente ai bambini in difficoltà della scuola primaria. Attualmente il programma include anche un intervento completo per la scuola dell'infanzia, con giochi concreti e software, realizzato in Italia, Brasile, San Salvador, Camerun, Ruanda, Mali, Madagascar (Venera, Ricchiardi e Coggi, 2011a; 2011b), e un programma ponte per la scuola secondaria di primo grado. Si stanno inoltre studiando adattamenti per i soggetti con bisogni speciali. È stato sperimentato un intervento pilota per i bambini con sindrome di Down, il «Fenix Didò».⁶

QUALI PRINCIPI METODOLOGICI UTILIZZA IL FENIX?

Il Fenix richiede un tutor attento alla mediazione cognitiva, in grado di stimolare il *problem solving* e di attivare nei bambini l'utilizzo di strategie di apprendimento, di comprensione e rielaborazione efficaci. Il programma parte, infatti, dal presupposto che una partecipazione attiva in classe dei soggetti deboli si ottiene solo se si consente agli stessi di colmare lacune rilevanti di apprendimento perché possano interagire in modo efficace con i compagni e con l'insegnante sui contenuti scolastici.

Il docente del laboratorio Fenix si preoccupa inoltre di instaurare una relazione significativa con gli studenti, di natura affettiva, al fine

⁵ L'intervento è stato condotto da C. Coggi e A. Parola (Pedagogia Sperimentale – Università di Torino).

⁶ L'intervento è stato pianificato da C. Marchisio (Didattica e Pedagogia Speciale – Università di Torino).

di contrastare i deficit di autostima e motivazione e di ridurre l'ansia scolastica. Si tratta di problemi che tali alunni presentano frequentemente di fronte a compiti molto distanti dalle loro reali competenze. Il docente si preoccupa inoltre di registrare i progressi individuali, in modo da valorizzare le condotte positive e gli apprendimenti conseguiti, incoraggiando l'autoregolazione e l'autostima.

Quest'ultimo obiettivo viene perseguito efficacemente facendo compiere agli studenti esperienze gratificanti di successo e facendo sperimentare loro un'interazione con un adulto incoraggiante e fiducioso nelle loro possibilità di apprendimento.

L'utilizzo del software consente inoltre più facilmente l'accettazione degli errori, come passaggio inevitabile per conseguire risultati migliori; offre feedback continui, che fondano progressivamente la percezione di competenza; favorisce la meccanizzazione di operazioni cognitive di base, che consentano l'accesso ai processi superiori.

Il metodo Fenix prevede inoltre la valorizzazione del gruppo di laboratorio, con cui viene condivisa un'esperienza privilegiata e gratificante. Non si tratta di un laboratorio di «recupero», ma di un'opportunità speciale per poter apprendere in modo divertente e innovativo. Le attività sono normate da principi condivisi, al fine di favorire un miglior svolgimento degli incontri e di avviare, in una situazione piacevole, l'acquisizione di condotte regolate.

QUALI RISULTATI HA OTTENUTO IL PROGRAMMA?

Gli esiti del Progetto Fenix, nei diversi contesti in cui è stato attuato, risultano molto incoraggianti. In Italia si è rilevato, attraverso prove standardizzate di profitto, un incremento significativo della riuscita nella lingua, in matematica e nei processi cognitivi, anche con i soggetti migrati. Le analisi mettono in luce anche progressi nei processi cognitivi di ordine superiore: pensiero critico e creatività. Effetti positivi del progetto si ottengono indirettamente inoltre sull'intera classe, a cui appartengono i bambini che frequentano il laboratorio Fenix: tutto il gruppo alza sistematicamente gli esiti finali nei tre ambiti oggetto dell'intervento, anche se a fruirne sono stati solo i cinque alunni più in difficoltà. Questo significa che lavorando con i più deprivati tutta la classe se ne avvantaggia.

In Brasile i bambini sono risultati spesso prealfabetici, nei primi anni scolastici, e con gravi lacune in ambito matematico. Grazie al Fenix hanno appreso a decifrare le lettere, a scrivere le prime parole e poi brevi frasi, progredendo quindi nella letto-scrittura. Hanno imparato inoltre le tecniche del calcolo mentale e lo hanno sveltito. Gli stessi voti conseguiti in classe dai ragazzi del laboratorio Fenix, a fine anno scolastico, registrano un notevole incremento del rendimento.

In Ruanda gli interventi sono stati svolti nelle prime classi, dalla prima alla terza, e hanno evidenziato un incremento medio del 18,28% in un solo mese di intervento intensivo, con progressi sistematici in quasi tutti i bambini coinvolti.

A Haiti e in Minas Gerais le prime sperimentazioni hanno evidenziato incrementi importanti nella motivazione, un'accelerazione degli apprendimenti e una trasformazione nei metodi degli insegnanti, divenuti, grazie alla pratica del metodo, più euristico-induttivi e attenti ai processi cognitivi.

CONCLUSIONE

Il software didattico offre opportunità di apprendimento privilegiate a fasce di alunni a rischio di insuccesso scolastico e di abbandono. Creando setting didattici adeguati e mediazioni attente è possibile valorizzare le opportunità offerte dal mezzo informatico, garantire la riuscita e il diritto a un apprendimento significativo a molti bambini che altrimenti rischierebbero l'emarginazione.

BIBLIOGRAFIA

- Coggi C. (a cura di) (2009), *Potenziamento cognitivo e motivazionale dei bambini in difficoltà. Il Progetto Fenix*, Milano, FrancoAngeli.
- Coggi C. e Ricchiardi P. (2009), *The Phoenix Project: developing the educational resilience of children in difficulty*, «Revista de Pedagogie», vol. 10-12, pp. 165-176.
- Coggi C. e Ricchiardi P. (2010a), *Sviluppare le competenze di base e la motivazione ad apprendere in contesti difficili: una ricerca in Brasile e in Salvador*, «Visioni Latinoamericane», vol. 3, pp. 51-62.
- Coggi C. e Ricchiardi P. (2010b), *Il Fenix: un progetto nella scuola dell'infanzia e primaria per contrastare gli effetti della deprivazione socio-culturale*,

- «Journal of Educational, Cultural and Psychological Studies», vol. 1, pp. 55-80.
- Coggi C. e Ricchiardi P. (2010c), *Il potenziamento cognitivo e motivazionale dei bambini con difficoltà*, «Pedagogia e Vita», vol. 68, pp. 14-41.
- Coggi C. e Ricchiardi P. (2011), *Gioco e potenziamento cognitivo nell'infanzia. La teoria. Comprensione, Memoria, Ragionamento, Capacità critica e creatività*, Trento, Erickson.
- Venera A.M., Ricchiardi P. e Coggi C. (2011a), *Il gioco per il potenziamento cognitivo nell'infanzia. La teoria*, Trento, Erickson.
- Venera A.M., Ricchiardi P. e Coggi C. (2011b), *Il gioco per il potenziamento cognitivo nell'infanzia. La pratica*, Trento, Erickson.
- Wastiau P., Kearney C. e van den Berghe W. (2009), *Quels usages pour les jeux électroniques en classe?, Principaux résultats de l'étude, Rapport de synthèse*, Bruxelles, European Schoolnet.

INFORMAZIONI

TANTO PER COMINCIARE

EDUCAZIONE MARCHE 2.0, GIORNATA INAUGURALE DEL MED MARCHE

Claudio Siepi

Il 21 maggio, presso la Sala Consiliare del Comune di Grottammare (AP), si è tenuto il Primo Meeting di Media Educazione nelle Marche.

La giornata è stata voluta e organizzata dall'Associazione Culturale Radio Incredibile, scelta come referente regionale del MED, e che proprio a Grottammare trova la centralità della sua attività didattica.

L'incontro, dal titolo «Educazione Marche 2.0», ha ospitato la Tavola Rotonda dal titolo «I Media Digitali, un'irrinunciabile opportunità educativa».

L'apertura dei lavori è stata affidata alle personalità che hanno impreziosito, con la loro esperienza, il valore culturale ed esperienziale della giornata.

Primo fra tutti il *dott. Marco Moruzzi*, Presidente del Corecom Marche, che ha presentato alcune iniziative promosse dall'ente regionale, come ad esempio «Adulti più informati, bambini più sicuri»: il progetto ha come obiettivo prioritario sostenere gli adulti nel difficile compito di educare i giovani all'uso consapevole e informato delle nuove tecnologie di comunicazione.

Tale progetto ha dimostrato quanto i mass media siano modellizzanti nei confronti delle ultime generazioni, con effetti che talvolta pregiudicano e vanificano il faticoso impegno educativo della famiglia e della scuola. I dati del recente rapporto della Società Italiana di Pediatria confermano la fascinazione dei media e della pubblicità. I bambini crescono usando nuove tecnologie senza avere la minima consapevolezza dei rischi che possono correre se non sono affiancati dagli adulti, ad esempio nella navigazione in internet, e se privi del senso critico necessario a comprendere pregi e difetti dei media.

Il dott. Moruzzi ha presentato, inoltre, il progetto «Produrre televisione in classe», il cui obiettivo è coinvolgere i più piccoli nell'analisi e nella lettura critica dell'informazione televisiva e di prepararli alla comprensione e all'interpretazione dei fenomeni della comunicazione in generale, guidandoli nella fruizione delle notizie e promuovendo l'abitudine a tenersi informati. Il Presidente del Corecom Marche ha sottolineato l'importanza dello sviluppo nei ragazzi di una coscienza critica che permetta loro di prendere il meglio dalla televisione e scartare il peggio, la TV spazzatura, influenzando così sulla formazione dei palinsesti.

Il secondo intervento ha coinvolto il *dott. Vincenzo Varagona*, Giornalista del TGR Marche e autore del testo «Pollicino nel bosco dei Media». Pollicino è la persona che cresce, il bambino, ma non solo; anche l'adulto deve «crescere», se vuole essere pronto alla sfida educativa. Davanti ai nuovi media bimbi e ragazzi si trovano soli, fino a ribaltare i ruoli educativi. I figli insegnano ai genitori, ma in questa alleanza educativa, se i ragazzi mettono intuitività e competenza, i genitori devono mettere saggezza ed equilibrio indispensabili per gestire la competenza in un carnet mediatico in continua evoluzione: il rapporto Censis-Ucsi dice chiaramente che la TV resta ancora al primo posto, è il mezzo più utilizzato. In pochi anni, tuttavia, c'è stata una rivoluzione tecnologica: la TV non è più la stessa, oggi si può scegliere fra centinaia di canali digitali, la TV arriva direttamente nel computer e nel computer i ragazzi comunicano con i coetanei attraverso programmi come Messenger, ICQ, Skype, che molti adulti conoscono solo per sentito dire. La TV è già sui cellulari, destinati ormai a essere piccoli palmari. Si sta arrivando, neanche troppo lentamente, a un unico strumento multimediale. Il problema è capire se questi strumenti gestiranno la nostra vita o se saremo in grado di gestire la nostra vita anche grazie a questi strumenti, che hanno cambiato e continuano a cambiare, nel bene e nel male, linguaggio e costume.

Il terzo intervento, conclusivo della Tavola Rotonda, ha visto come protagonista il *prof. Luciano Di Mele* in rappresentanza del MED. Il prof. Di Mele, oltre a emozionare la sala con la proiezione del video del progetto «La Musica senza confini», ha illustrato ai presenti le attività che vedono coinvolto il MED in tutta Italia e nel Mondo.

Al termine della tavola rotonda si sono susseguiti gli interventi delle numerose realtà che si occupano di Media Education nelle Marche.

Primo fra tutti il progetto WINPED (Web – INgegneria – PEDagogia) che nasce dalla sinergia di formazioni professionali diverse ma accomunate dalla stessa passione: i nuovi media. È un progetto che ha come obiettivo quello di formare ragazzi e adulti, affinché utilizzino i nuovi mezzi di comunicazione sfruttandone al massimo le potenzialità e gestendone le criticità. Il progetto WINPED nasce dalla consapevolezza acquisita che oggi, sempre di più, i media facilitano e incrementano la diffusione delle informazioni abbattendo le distanze e concorrono, inoltre, alla creazione di valori e modelli di comportamento che influenzano principalmente i giovani. In un contesto di comunicazione sociale interattiva, una persona consapevole delle risorse e dei possibili rischi nell'utilizzo dei nuovi media è senza dubbio un cittadino più informato, attivo e soprattutto responsabile.

È ancora il web l'oggetto dell'attenzione nel progetto «Per non cadere nella rete» realizzato dal Comune di Ascoli Piceno: una breve serie di incontri-dibattito con i genitori e i docenti delle scuole primarie del Comune incentrati sul rapporto tra minori e internet e sull'analisi dei rischi e misure di protezione nell'utilizzo della strumentazione informatica e telematica.

Al meeting ha partecipato anche la *Mediateca delle Marche*, che opera dai primi anni Ottanta, sul territorio locale e nazionale, realizzando una continua attività di promozione, organizzazione, diffusione di materiali ed eventi, fornendo un significativo contributo al costante dibattito sull'utilizzo dei linguaggi comunicativi e sul presente-futuro dei nuovi media.

La chiusura dei lavori è stata affidata all'associazione *Radio Incredibile*, a cui è spettato il compito di segnare la direzione e la volontà di questo impegno progettuale: laddove, oltre l'istruzione e oltre l'educazione, intervengono gli ambiti complessivi della formazione, le iniziative educative devono essere al passo coi tempi. Non devono cioè svendersi e accattivare l'attenzione fugace o il bisogno estemporaneo del loro target, ma devono saper accogliere le esigenze e gli interessi di chi può usufruire del mezzo educativo sfruttando, con lungimiranza, i mezzi messi a disposizione dal digitale.

Il *senso degli obiettivi* sta nell'esigenza stessa in cui è immersa l'esperienza formativa nella sua globalità. Possediamo, potenzialmente, ogni orizzonte contenutistico e quindi, di conseguenza, l'*utente* del servizio o del momento educativo, sia esso un bambino o un adulto, non accede

a tale servizio con l'idea di sapere di più qualcosa, ma di sapere di più come.

Il messaggio che «Educazione Marche 2.0» ha voluto lanciare agli Educatori e agli Amministratori della Regione Marche è univoco: gli occhi di chi necessita di essere educato, oggi, sono già esperti, in superficie, di troppe cose e non chiedono altro che sapere come organizzare concretamente il marasma di informazioni in entrata. A tale richiesta corrisponde l'apporto dell'educazione tramite strumenti digitali, poiché essa provvede a incanalare produttivamente gli sforzi di chi conosce, cresce, sa, pensa, immagina, verso punti di arrivo, e che saranno nuovi punti di partenza. Questo è e può essere il valore di un intervento educativo che non tenta di scavalcare, ignorare o demonizzare la diffusione e l'ingresso dirompente dei media digitali all'interno della vita quotidiana delle persone comuni. La sensibilità di queste persone va però, in relazione a tale cambiamento, riaccordata e ricomposta per inglobare e saper sfruttare positivamente la presenza di certi mezzi e di nuove modalità comunicative, che altrimenti risulterebbero non solo avulse dalla realtà, ma anche pericolose o dannose.

Brevemente, ecco che qui si inserisce, con un profilo tanto più vincente e funzionante quanto più semplice, l'esperienza di Media Education che l'associazione Radio Incredibile e il MED Marche vogliono raccontare.

INFORMAZIONI

IL MED C'È

LAVORI IN CORSO PER LA DICHIARAZIONE EUROPEA
SU MEDIA EDUCATION E DIRITTI UMANI

Gianna Cappello

Dal 15 al 16 dicembre 2011 si è tenuto a Strasburgo, presso il Consiglio d'Europa, il Simposio «Living Together in a Connected World» cui il MED è stato invitato in qualità di Associazione nazionale operante nel campo della Media Education (*media literacy*). Organizzato dal Direttorato per la partecipazione democratica e la cittadinanza (DG II), in cooperazione con la Conferenza delle ONG del Consiglio d'Europa, il Simposio si iscrive nell'ambito delle attività che il Consiglio conduce da qualche tempo nel campo della *media literacy*, intesa come spazio di promozione dei diritti umani e della dignità della persona. L'obiettivo ultimo è quello di cominciare a stilare una dichiarazione ufficiale nella quale verranno indicate non solo le linee guida per la conduzione di buone pratiche di *media literacy*, ma anche i principi e le argomentazioni a sostegno di una visione dello spazio digitale in cui vengono rispettati i diritti umani. Pertanto nella dichiarazione si indicheranno da un lato i saperi, le abilità e gli atteggiamenti da promuovere negli utenti, dall'altro il contributo che tutti gli *stakeholders* (utenti, formatori, istituzioni, organizzazioni nazionali e internazionali, autorità pubbliche e produttori di contenuti) possono dare al raggiungimento di questo obiettivo. Dopo l'approvazione da parte del Consiglio d'Europa, si prevede la presentazione e l'adozione ufficiale della dichiarazione per la metà del 2012 nel corso di un secondo Simposio. Oltre al MED, il Simposio ha raccolto 29 altre persone, tra rappresentanti di ONG operanti nel campo dell'educazione formale/informale/non formale, ricercatori e funzionari delle istituzioni europee. Dopo l'apertura da parte di Olöf Olafsdottir, Direttrice del DG II, e di Gabriel Nissim, Divina Frau-Meigs e Christian Gautellier, i lavori sono proseguiti con la creazione di quattro sotto-gruppi entro i

quali si sono discusse tematiche specifiche riprese poi nella riflessione comune condotta a conclusione dei lavori. La discussione continua su una piattaforma digitale appositamente creata cui sono stati invitati a iscriversi tutti i partecipanti al Simposio.

RECENSIONI

a cura di Michele Aglieri e Damiano Felini

P. Panarese

QUEL CHE RESTA DELLA PUBBLICITÀ. LA COMUNICAZIONE DI MARKETING NELL'EPOCA POST SPOT

Bologna, Lupetti, 2010

Abbiamo letto il libro di Paola Panarese con la curiosità di chi, non specialista di questi temi, aveva voglia di fare il punto sulle nuove tendenze della pubblicità, aggiornando un po' quanto studiato in passato. Il volume — per quanto un po' prolisso in alcuni punti — ha soddisfatto le aspettative.

Il percorso che propone si dipana attorno a una questione interessante: è finita l'epoca della pubblicità? La tesi, che si rifà al Baudrillard del *Sogno della merce*, è che la pubblicità sta morendo, uccisa dalla troppa pubblicità; infatti, «la pubblicità non è solo l'insieme di messaggi diffusi in una certa quantità di spazi. È anche un luogo della mente, una struttura del pensiero intrecciata a volontà e pulsioni diverse: informare, convincere, imporre, ma anche piacere, catturare attenzione e consenso. Influisce sulle categorie estetiche e sui linguaggi, sugli stili di vita, i criteri di giudizio e i valori. Contamina dunque altre tipologie comunicative, soprattutto in virtù della sua estensione e visibilità. Trovandosi ovunque, finisce con l'essere da nessuna parte. Perdendo la sua struttura specifica, contagia il sociale e si confonde con esso» (p. 101). Di questa tesi forte — la morte della pubblicità — è vero, però, anche il contrario, ossia che la pubblicità, come la fenice, è viva (se non vegeta) e sta cambiando le sue piume: ad essere morta è forse la sua forma tradizionale.

Il volume, allora, ripercorre, nel primo capitolo, gli scenari del cambiamento, individuandoli in maniera poliedrica in una serie di fattori che vanno dalla globalizzazione dei mercati alla crisi economica, dalla frammentazione dei sistemi mediali (su più piattaforme, su media vecchia e nuovi) ai nuovi profili dello spettatore e del *consumAttore*, che creano nuove dinamiche di interazione tra emittente e ricevente e nuovi equilibri comunicativi. Il secondo capitolo,



poi, mostra i segnali della fine della pubblicità così come l'abbiamo sempre vista, approfondendo la tesi del «suicidio per stupidità», mentre il terzo spiega come siano oggi differenti, rispetto al passato, le abitudini dell'acquisto e del consumo e, di conseguenza, come le nuove forme di pubblicità sollecitino queste pratiche. Qui si mostra come, nel panorama attuale, convivano due logiche diametralmente opposte: una che vede l'acquirente come un *consumatore* intelligente, curioso, edonista, cui la pubblicità si deve rivolgere con messaggi ricercati, criptici e divertenti, che presuppongono «un ruolo attivo nel processo comunicativo, quantomeno per effettuarne una corretta decodifica» (p. 148); l'altra, invece, che vede il pubblico come una massa di scarafaggi che accorre verso il cibo più vicino e a buon mercato, insensibile ormai ai più comuni insetticidi: ragion per cui, bisogna spruzzare «roba più forte» (p. 140). Fuor di metafora, la seconda logica pubblicitaria è quella che «per superare il calo di efficacia dei messaggi tradizionali e aggirare le difese del consumatore, ne aumenta il tono, la diffusione, la ripetitività, l'intrusività» (p. 151). Di ambedue questi stili pubblicitari, si portano esempi e immagini, traendoli da campagne famose e meno famose, italiane e internazionali.

Lo stesso procedimento si segue nel quarto capitolo, giustamente intitolato *(R)evolution*, che, finalmente, passa in rassegna le nuove forme che la comunicazione di marketing assume: il parlare il linguaggio dell'emozione e il costruire dei *lovetmarks*, cioè delle marche di cui le persone si innamorano al di là dei meriti reali; la predilezione per l'immagine rispetto alla parola, o la trasformazione della parola in immagine; la costruzione e diffusione di messaggi «contagiosi» (il cosiddetto marketing virale); l'uso di mezzi e modalità non convenzionali, quali il *guerrilla-marketing*, lo *stickering*, l'*ambient marketing*, la *Oop Art* o i videogiochi promozionali; le varie forme di pubblicità in rete, dai banner all'email all'acquisto di posizioni alte nelle pagine di risposta dei motori di ricerca.

Questo che abbiamo ripercorso è il primo filo conduttore del volume, forse il più interessante per il pubblico dei media educator. Per completezza d'informazione, però, diremo che l'altro filo tematico è di tipo metariflessivo, finalizzato a ricostruire i discorsi che sulla pubblicità fanno gli esperti, in un continuo confronto di punti di vista e di teorie: questo percorso si compie nell'ultimo capitolo, il quinto, in cui si espongono i risultati di quindici interviste — sulla *fine*, appunto, della pubblicità —, rivolte ad altrettanti pubblicitari e art director.

Può servire questo libro ai media educator? Crediamo di sì, e per almeno due motivi: in primo luogo, per restare aggiornati sull'evoluzione di un fenomeno che determina l'economia e lo stile linguistico di tutto il mondo dei media; in secondo luogo, per tornare a pensare — perché abbiamo smesso di farlo! — alla *Media Education sulla pubblicità* che se, dieci o vent'anni fa,



era una delle nostre attività preferite, oggi non lo è più, quando invece continuerebbe a meritare tutta la nostra attenzione, sia per il valore pedagogico che per la capacità di veicolare competenze e contenuti mediaeducativi i più disparati (semiotica ed estetica dei messaggi, pragmatica della comunicazione, economia dei media e così via).

Damiano Felini

C. Giaccardi

ABITANTI DELLA RETE. GIOVANI, RELAZIONI E AFFETTI NELL'EPOCA DIGITALE

Milano, Vita e Pensiero, 2010

Nel panorama vasto dei contributi sul web e sulle pratiche legate al suo utilizzo, si fa ben apprezzare la frequenza delle indagini empiriche davanti a un mondo — quello delle nuove tecnologie — che modifica continuamente lo scenario ambientale in cui le persone possono muoversi, crescere e intessere legami.

È proprio l'idea dei media come «ambiente» uno dei nuclei tematici chiave di una ricerca — di matrice sociologica — condotta da Chiara Giaccardi e commissionata dall'Ufficio Nazionale per le Comunicazioni Sociali della Conferenza Episcopale Italiana (la ricerca è stata presentata al Convegno nazionale *Testimoni digitali* di Roma nell'aprile 2010), che ha visto coinvolti vari centri di ricerca sulla comunicazione dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. L'interessante volume che recensiamo rende conto proprio di questo lavoro, con ampi commenti e glosse teoriche.

L'indagine — che ha coinvolto 50 giovani italiani tra i 18 e i 29 anni in possesso di cellulare, computer con connessione e frequenti utilizzatori di sms, email, instant messaging e social network — ha inteso cercare di rispondere alle seguenti domande: «Come le giovani generazioni incorporano le nuove tecnologie all'interno della loro vita quotidiana e qual è il ruolo delle precondizioni strutturali (status, territorialità, dotazione tecnologica, ma anche gender)? Quali costellazioni di valori, comportamenti e atteggiamenti qualificano il loro modo di abitare la rete? Che rapporto c'è con i network e le reti sociali che coltivano nella vita reale? Come gestiscono, da veri e propri «manager» di risorse comunicative, l'insieme di tecnologie che hanno a disposizione e che hanno ormai «naturalizzato» all'interno della loro esperienza? Come si definiscono i contorni della nuova cultura della comunicazione e della relazione?» (pp. 133-134).

La metodologia dell'intervista semi-strutturata via telefono e la condivisione (volontaria) dell'«amicizia» in Facebook tra intervistatori e intervistati ha permesso di ben lavorare sulle ipotesi di ricerca e su alcune categorie di riferimento, disegnando in sintesi un quadro in cui «la rete non è un mondo irrealistico o iperrealistico, ma uno spazio antropologico interconnesso agli altri» (n. VIII) in

cui il «bisogno di relazione» (*ibidem*) si riversa nel segno della continuità fra online e offline (e non nella separazione: «soprattutto le giovani generazioni si muovono in un unico ambiente di cui i media, vecchi e nuovi sono parte costitutiva e integrata», p. 3). Aspetto, questo, scandagliato in maniera profonda nei capitoli che precedono il Rapporto di ricerca, a cui rimandiamo per gli utili rilievi nell'ottica di un'attenta modellizzazione dello scenario.

Accanto a molti elementi positivi come l'attenzione, da parte dei giovani intervistati, al contesto e alle *netiquette*, la «capacità di far durare le relazioni», la capacità di condividere e di non strumentalizzare, le conclusioni del volume mettono l'accento anche su qualche preoccupazione: i rischi della «banalizzazione» e dell'«omologazione», di una «parola puramente faticosa [che] impoverisca il luogo comune dello scambio e alla fine renda impossibile l'incontro», la scarsa «apertura all'alterità» e alla diversità di genere e di cultura e la poca propensione alla «testimonianza» (pp. 183-184).

In definitiva la ricerca, se non «fotografa» la situazione esistente (la scelta di un campione di giovani che utilizzano con frequenza varie opportunità tecnologiche ci porta a immaginare che nel complesso si sia dinanzi a un gruppo con un buon livello di alfabetizzazione mediale: non un limite, ma sicuramente una scelta metodologica da considerare per poter leggere con attenzione gli esiti del lavoro) rimanda a dati aggiornati e considerazioni di altissimo interesse su cui lavorare in chiave mediaeducativa.

Michele Aglieri

SEGNALAZIONI LIBRARIE

a cura di Michele Aglieri e Damiano Felini

C. von Feilitzen, U. Carlsson e C. Bucht (a cura di)
NEW QUESTIONS, NEW INSIGHTS, NEW APPROACHES. CONTRIBUTIONS TO THE RESEARCH FORUM AT THE WORLD SUMMIT ON MEDIA FOR CHILDREN AND YOUTH 2010

Göteborg, Nordicom, 2011

Nel corso del World Summit di Karlstad (giugno 2010), alcune sessioni erano state specificamente dedicate alla ricerca sulla Media Education. Dopo un processo di *peer reviewing*, gli atti di quelle sessioni sono ora pubblicati in questo volume e nel numero monografico del *Journal of Media Literacy Education* (si veda la recensione seguente). Qui, la scelta delle curatrici è stata quella di privilegiare quattro tematiche portanti, attorno a cui si articolano le parti del libro: il rapporto tra *media literacy* e processi d'istruzione, la relazione tra Media Education e educazione alla salute, la responsabilità sociale dei media e la Media Education come fattore di cittadinanza e cambiamento sociale. Il volume è scaricabile gratuitamente all'indirizzo: <http://www.nordicom.gu.se/clearinghouse>.

JOURNAL OF MEDIA LITERACY EDUCATION

Numero speciale dedicato al World Summit on Children and Media (Svezia, 2010), vol. 3, n. 2 (novembre 2011), www.jmle.org

A completamento del volume precedente, il numero monografico del JMLE — coedito insieme alla nostra Rivista — raccoglie altri articoli relativi a ricerche presentate nel corso del World Summit di Karlstad. In particolare, dopo un editoriale che discute criticamente alcune linee di tendenza nella ricerca in Media Education a livello globale, sono pubblicati studi relativi ai contesti australiano ed europeo, con alcuni sguardi specifici anche sull'Italia, il Portogallo e la Finlandia. Interessante la documentazione sui lavori del Global Youth Media Council, formato da rappresentanti dei ragazzi di tutto il mondo. L'accesso al full text degli articoli di questa rivista è gratuito (www.jmle.org).

M. Ranieri
LE INSIDIE DELL'OVVIO. TECNOLOGIE EDUCATIVE E CRITICA DELLA
RETORICA TECNOCENTRICA

Pisa, ETS, 2011

Lo studio di Maria Ranieri si propone di affrontare gli interrogativi sull'impatto e l'efficacia delle tecnologie didattiche nella scuola, superando lo schema classico degli apocalittici contro integrati, e suggerendo una chiave di lettura critica per l'analisi dei rapporti tra tecnologia e educazione. Lo scopo è duplice: da un lato, intende decostruire la retorica imperante che aleggia intorno al dibattito su scuola e tecnologie e, dall'altro, avanza proposte per una riforma della ricerca mediaeducativa e tecnologico-didattica.

R. Farné e Alberto Manzi
L'AVVENTURA DI UN MAESTRO

Bologna, Bononia University Press, 2011

La straordinaria avventura del maestro Alberto Manzi inizia fra i banchi di una scuola particolare, quella del carcere minorile «Aristide Gabelli» di Roma, e da qui prosegue in ambiti e orizzonti diversissimi: dalla scuola «Fratelli Bandiera» di Roma agli studi televisivi e radiofonici della Rai, dall'altopiano andino, dove Manzi si recava per insegnare a leggere e scrivere agli indios analfabeti, ai Provveditorati, troppo spesso incapaci di capire il suo metodo didattico. Questo affascinante percorso è qui ricostruito, per la prima volta, grazie a documenti e testimonianze che costituiscono il prezioso archivio del Centro Manzi, incastonati nelle pagine di Roberto Farné, suggestivo e dettagliato filo rosso dove ogni documento acquista forma e voce. Ne emerge una figura che è molto più del maestro «televisivo» di *Non è mai troppo tardi*: quella di un educatore appassionato, di un originalissimo scrittore, di un pensatore lucido, di un uomo civilmente ed eticamente presente nel suo tempo. E che tanto ancora ha da dire al nostro.

P. Aroldi (a cura di)
MEDIA+GENERATIONS. IDENTITÀ GENERAZIONALI E PROCESSI DI ME-
DIATIZZAZIONE

Milano, Vita e Pensiero, 2011

In questo volume, più di trenta studiosi di diverse nazionalità si confrontano sul ruolo dei media e delle tecnologie della comunicazione nel contribuire alla costruzione di identità collettive, condivise su base generazionale, al di là di facili etichette come quelle di «Internet Generations» o di «Nativi Digitali». Dopo una prima sezione teorica relativa alla categoria sociologica di *generazione* nel contesto dello studio dei media, i contributi si concentrano sui diversi segmenti generazionali che caratterizzano i pubblici e sulle abitudini

di fruizione di adolescenti, giovani, adulti e anziani; sulle pratiche sociali a carattere comunicativo o memoriale attraverso cui le diverse generazioni trovano voce per esprimersi e raccontarsi; sulle rappresentazioni sociali di varie generazioni alimentate dai prodotti della comunicazione mediale (serie televisive, racconti letterari o cinematografici, musica, siti di social network, ecc.).

S. Turkle

ALONE TOGETHER. WHY WE EXPECT MORE FROM TECHNOLOGY AND LESS FROM EACH OTHER

New York, Basic Books, 2011

Dall'Autrice di altri conosciuti best seller sul tema del rapporto tra l'uomo e le tecnologie informatiche, questo nuovo volume — terzo di un'ipotetica trilogia iniziata con *The Second Self* (1984) e *Life on Screen* (1995) — affronta soprattutto il tema dell'alterazione delle nostre relazioni sociali, determinata dai nuovi strumenti di gestione digitalizzata dei rapporti e dai nuovi video game. Secondo la Turkle, le nuove generazioni vivranno tra solitudine e connessione e, su questo tema, il libro offre spunti di riflessione, esempi e analisi di pratiche di fruizione, sottolineando la necessità di ripensare il concetto di intimità.

R. Hobbs

DIGITAL AND MEDIA LITERACY. CONNECTING CULTURE AND CLASSROOM

Thousand Oaks (California), Corwin Press, 2011

Dedicato agli insegnanti della scuola secondaria americana, il nuovo libro di Renée Hobbs utilizza un linguaggio immediato e accattivante e si basa su rapidi racconti di situazioni, attività e persone che l'Autrice ha incontrato in giro per gli States. Le riflessioni e le proposte didattiche sono distribuite lungo cinque parti, ciascuna dedicata a una «competenza mediale e digitale»: accesso, analisi, produzione, riflessione critica e azione responsabile. Al termine di ogni capitolo sono collocate le schede che si possono distribuire agli allievi. Inoltre, sul sito web dedicato, sono disponibili risorse aggiuntive.

D. Felini (a cura di)

VIDEO GAME EDUCATION. STUDI E PERCORSI DI FORMAZIONE

Milano, Unicopli, 2012

Frutto di un comune progetto di ricerca e sperimentazione condiviso dagli Autori, il volume presenta, nella prima parte, chiare messe a fuoco sul tema dell'introduzione dei videogiochi nei percorsi formativi; inoltre, nella seconda,

propone il resoconto di specifiche attività didattiche che, nella scuola e sul territorio, sono state messe in atto e monitorate. Il tutto, nella convinzione che i video game non possano essere soltanto gli strumenti per rendere più piacevoli le lezioni, ma siano dei veri e propri oggetti culturali che meritano di essere conosciuti e studiati.

E. Mayo e A. Nairn
BABY CONSUMATORI

Modena, Nuovi Mondi, 2011

Il volume spiega come i nostri bambini siano diventati il target di molte campagne pubblicitarie, mettendo in luce come tale situazione sia importante (e preoccupante) per tutti noi. Intervistando circa 3000 bambini e 300 adulti, Ed Mayo e Agnes Nairn mostrano in quali modi e forme i bambini siano quotidianamente bombardati da slogan e immagini che fanno leva sui loro sogni e ne sfruttano i punti deboli.

M. Aglieri e A. Carenzio
MEDIA E DINTORNI. UTILIZZO INTELLIGENTE IN TEMPI MULTIMEDIALI

Milano, San Paolo, 2011

Tra internet, TV, nuove e vecchie tecnologie appare un volume agile e innovativo per aiutare i genitori a districarsi nel mondo delle tecnologie comunicative. I media, digitali o analogici che siano, presentano per la famiglia una sfida che possiamo sintetizzare in una parola: cambiamento. Cambiamento delle routine familiari, cambiamento delle parole e dei modi di relazionarsi, che non di rado generano nel genitore inquietudine in quanto si trova spaesato di fronte a nuovi linguaggi. Questo libro si rivolge ai genitori per introdurli nel mondo dei media con una chiave originale e secondo una prospettiva pedagogica. Non *vietare*, *controllare* e *proteggere*, bensì *accompagnare*, *conoscere* e *crescere* possono essere le azioni di un genitore non spaventato ma consapevole, a cui questo libro fornisce strumenti conoscitivi e suggerimenti per la mediazione educativa.

C. Acerbi e G. Tosone
THE GOOSE IN THE NET

Milano, In Dialogo, 2011

Un prodotto innovativo rivolto a insegnanti e educatori per giocare e ragionare sulle nuove tecnologie. Nel formato del tradizionale e conosciuto Gioco dell'oca, l'avanzamento nel percorso è scandito da domande che inducono a riflettere sulle conoscenze e competenze possedute in merito ai media. Il prodotto si rivela molto utile per attività con adolescenti ma anche per la formazione degli educatori. Per non diventare «oche nella rete».

M. Cantoia, L. Romeo e S. Besana
FIGLI E VIDEOGIOCHI. ISTRUZIONI PER L'USO

Brescia, La Scuola, 2011

Agile volumetto rivolto ai genitori, affronta, con linguaggio piano e accessibile, le principali domande che in famiglia ci si pone di fronte ai videogiochi dei bambini: come distinguere le varie tipologie di giochi elettronici? Come fare acquisiti mirati e sicuri? Quanto tempo è giusto lasciare a questo passatempo? I videogiochi favoriscono la solitudine dei bambini? Per i bisogni del media educator la trattazione è forse troppo semplice, ma il testo costituisce una lettura certamente consigliabile ad adulti inesperti che vogliano capire qualcosa di più di questo mondo.

F. Cambi (a cura di)
MEDIA EDUCATION

Pisa, ETS, 2011

La Media Education è una delle «educazioni» fondamentali, oggi, per allenare a un corretto e articolato uso dei media, ma anche — e forse soprattutto — per leggerli criticamente sia come «mezzi» sia nei loro «messaggi». Ha inoltre un ruolo cruciale per l'uomo attuale, in quanto sempre più assorbito nell'universo massmediatico e da esso sempre più dipendente. Ed è un ruolo connesso allo sviluppo di intelligenza critica, alla riflessione sulle tecnologie, allo sviluppo di una forma attiva e consapevole di cittadinanza. Così, tale «educazione» è un compito cruciale della nostra scuola. E lo sarà sempre di più. Scuola che deve darsi una precisa coscienza di questo compito e una serie di «buone pratiche» per realizzarlo. Su tutti questi aspetti si sofferma il presente volume, sviluppando un modello organico ed efficace di Media Education, sottolineandone con forza la funzione formativa.

K. Drotner e K.C. Schrøder (a cura di)
DIGITAL CONTENT CREATION. PERCEPTION, PRACTICES & PERSPECTIVES

New York, Peter Lang, 2010

La produzione digitale è diventata, anche nel campo della Media Education, una delle pratiche più diffuse, così come si è diffusa tra le abitudini quotidiane delle persone che rielaborano video e li caricano su YouTube, scrivono blog, condividono album di fotografie o aggiornano il loro Facebook come se fosse un diario. Questo volume collettaneo fa il punto su tutto ciò, con un occhio di riguardo alle prospettive pedagogiche e alle pratiche didattiche. Le parti in cui si articola il libro, infatti, spaziano dalla formazione delle competenze digitali alle metodologie di ricerca sulla produzione mediale e dalla creazione di contenuti per l'apprendimento alle prospettive della *digital inclusion* e della

Media Education 2.0. I vari contributi provengono da studiosi scandinavi (le Curatrici sono entrambe danesi), inglesi e americani.

A. Parola e M. Ranieri

MEDIA EDUCATION IN ACTION. A RESEARCH STUDY IN SIX EUROPEAN COUNTRIES

Firenze, Firenze University Press, 2010

Stampato in inglese per rivolgersi a un pubblico internazionale, questo testo — che ha preso le mosse dalle collaborazioni messe in atto nell'ambito del Progetto OnAir, che ha visto anche il MED tra i suoi partner istituzionali (www.onair.medmediaeducation.it) — raccoglie in maniera sistematica le ricerche sul costruito di competenza mediale, sul suo sviluppo e valutazione e sulla ricerca pedagogica nel campo della Media Education. Inoltre, si focalizza sul concetto di «buone pratiche» di educazione ai media, e propone il resoconto di alcune sperimentazioni svolte in questo settore.

P. Ferri

NATIVI DIGITALI

Milano, Bruno Mondadori, 2011

Chi sono i nativi digitali? Come comunicano? Come si relazionano al sapere? Nati e cresciuti all'ombra degli schermi interattivi, i «nativi» sono simbiotici strutturali della tecnologia e le protesi tecnologiche che utilizzano dall'infanzia sono parte integrante della loro identità individuale e sociale. Fin da piccoli videogiocono, hanno un blog, e comunicano su social network come Facebook o My Space. È con questa specie in via di apparizione che dovremo confrontarci noi immigranti digitali, anche nel pensare e ripensare opportune strategie educative. Non sono nuovi barbari... Sono i nostri figli e sono, semplicemente, diversi.

N. Iannaccone (a cura di)

STOP AL CYBERBULLISMO

Molfetta (BA), La Meridiana, 2011

Il termine *cyberbullismo*, o bullismo informatico, sta a indicare atti di bullismo e molestia effettuati tramite mezzi elettronici. L'aggressione informatica, anche se è portata avanti da una persona o da un gruppo, non si esaurisce tra questi, ma tramite la rete raggiunge il gruppo più ampio avendo così ripercussioni, sia nella vita scolastica sia all'interno del gruppo classe. Si diventa cyberbulli per lo stesso motivo: per il desiderio di intimidire e dominare. Chi ne diventa vittima sperimenta una condizione di profonda sofferenza, le cui conseguenze possono manifestarsi anche molto tempo dopo la fine dei soprusi. L'innovativo modello «Stop al bullismo» si basa sulla convinzione

che il bullismo non sia un problema di singoli studenti, ma il risultato di un'interazione sociale, in cui gli adulti-educatori e gli spettatori svolgono un ruolo essenziale nel mantenere o modificare l'interazione. Per questa ragione, il modello di intervento qui proposto avanza un'articolata proposta di lavoro che coinvolge l'intera comunità scolastica e richiede una continuità d'impegno. Per risultare efficaci, infatti, la prevenzione e il contrasto del bullismo nella scuola non si possono esaurire con l'intervento di un esperto esterno, ma devono stimolare l'attivazione di processi educativi di cambiamento per l'intera comunità scolastica.

A. Meneghelli

IL RISVEGLIO DEI SENSI. VERSO UN'ESPERIENZA DI GIOCO CORPOREO

Milano, Unicopli, 2011

In che modo i videogiochi creano esperienze corporee? Che ruolo ha il corpo nella creazione del piacere ludico? Quali orizzonti aprono i nuovi *motion controller*? Fin dalle origini del medium videoludico, la dimensione corporea ha avuto un ruolo importante nella creazione di esperienze interattive e immersive. Negli ultimi anni però — in particolare dopo il lancio di Nintendo Wii, Playstation Move e Kinect — sta emergendo un nuovo modo di videogiocare, che fonda il piacere ludico su un coinvolgimento sensoriale e corporeo sempre più intenso. Il libro esplora la relazione tra videogiochi e corporeità, attraverso l'analisi semiotica di un insieme di oggetti eterogenei: videogiochi appartenenti a diversi generi ed epoche videoludiche, controller di gioco di vecchia e nuova generazione, discorsi promozionali e contenuti generati dagli utenti.



CD-ROM + libro
ISBN 978-88-6137-554-3

Ilaria Pagni

Donato, inventore sbadato

(KIT CD-ROM + libro)

Gioca e impara con le abilità logiche

Prezzo di copertina: € 20,00

Sconto abbonati 15%: € 17,00*

IL CD-ROM. Donato è un inventore sbadato che vive a Ortolandia, un verde e rigoglioso paese di simpatici agricoltori. Purtroppo i campi di Ortolandia da qualche tempo vengono attaccati da stormi di corvi e famiglie di talpe che lì hanno trovato un vero paradiso! Donato ricorda di aver inventato, tempo addietro, un robot speciale che potrebbe riportare la serenità in paese, ma, ahimè, non ricorda proprio dove sono le 8 parti che lo compongono... Ecco allora una sfida per il piccolo giocatore che, svolgendo ogni sezione, aiuterà l'inventore a fare ordine nel suo laboratorio, ri assemblando il robot un pezzo alla volta. I bambini affronteranno così differenti tipologie di sfide logiche sotto forma di appassionanti giochi: associazioni e sequenze logiche, indovinelli, categorie di appartenenza, sequenze temporali, relazioni di causa-effetto, seriazioni e rapporti topologici, allenando in tal modo le proprie conoscenze, la concentrazione, il ragionamento e la rapidità di esecuzione.

IL LIBRO introduce e descrive la formula del VIDEO-GIO-CARE, con cui vengono sintetizzati i criteri ispiratori del progetto: la parola «video» rimanda alla tecnologia, «gio» al gioco e all'importanza della dimensione ludica nello sviluppo, «care» al prendersi cura e all'avere a cuore della dimensione educativa. Una prima parte è dedicata al rapporto, sempre più stretto, tra il gioco e l'apprendimento nell'era digitale, mentre nella seconda parte viene presentato l'uso educativo dei giochi multimediali. La terza parte, oltre alla guida all'uso del software, contiene una serie di suggerimenti operativi che permettono di predisporre attività, organizzare giochi, costruire materiali didattici e ludici anche in famiglia, al fine di integrare l'esperienza multimediale con proposte concrete che perseguono gli stessi obiettivi di apprendimento, ma che coinvolgono altre importanti dimensioni dello sviluppo infantile come la corporeità, l'affettività e la relazionalità perché da gioco nasca gioco....

* Lo sconto del 15% sui libri e sui Kit riservato agli abbonati è **esteso al 20%** nel caso di «organiz-



CD-ROM + libro
ISBN 78-88-6137-917-6

Carla Alberti, Maria Elisabetta Bracchi e Stefania Portieri

Nel mondo dei numeri e delle operazioni con la LIM

(KIT CD-ROM + libro)

Strumenti di attività aritmetiche per la scuola primaria

Prezzo di copertina: € 50,00

Sconto abbonati 15%: € 42,50*

IL CD-ROM contiene otto strumenti che si pongono in continuità di metodo e di concezione dell'insegnamento-apprendimento della matematica con la collana dei testi e dei software didattici «Nel mondo dei numeri e delle operazioni». Il KIT consente di condurre con la classe osservazioni, confronti, formulazione di ipotesi e congetture, rilevare regolarità, ma supporta anche lo svolgimento di attività di completamento, deduzione, applicazione, risoluzione di problemi, ricerca di strategie, svolte sia a livello collettivo — gruppo classe o piccoli gruppi — sia a livello individuale. Il software contiene inoltre dei filmati-video in cui vengono spiegati nella pratica i possibili usi degli strumenti e la loro specifica declinazione didattica.

IL LIBRO descrive l'utilizzo degli strumenti digitali contenuti nel software, fornisce suggerimenti didattici ed esemplifica attività per il loro utilizzo. Contiene inoltre delle schede — presenti anche nel CD-ROM in formato pdf — che possono essere stampate per un uso di classe o individuale, oppure sulla LIM.



Su www.ericson.it troverai la descrizione dettagliata di ogni prodotto, tutti gli «sfogliolibro» in pdf e le demo di tutti i CD.

Centro Studi Erickson – Formazione

CORSI DI APPRENDIMENTO ONLINE

I corsi di apprendimento online sono strutturati in 4/5 moduli didattici e hanno una durata di 50 ore, comprendendo lo studio dei materiali e dello svolgimento delle prove di verifica. Prevedono l'assistenza di un docente/tutor esperto della materia. Al termine del corso viene rilasciato un **attestato di partecipazione** ai corsisti che hanno svolto tutte le prove proposte dal tutor.

PROGRAMMA 2012 DEI CORSI ONLINE

MARZO

Il test BVN

Autrice: Francesca Guarani



Impariamo a imparare. Percorso Introduttivo sul Metodo Feuerstein

Autrice: Maria Luisa Boninelli

Abilità di counseling

Autrice: Annalisa Pasini

Didattica metacognitiva: corso base

Autrici: Germana Englaro e Martina Pedron

Alunni stranieri: sviluppare e potenziare l'italiano a scuola

Autrice: Paola Maniotti

APRILE

Dislessia e trattamento sublessicale

Autrice: Susi Cazzaniga

Le difficoltà di apprendimento della matematica: corso avanzato

Autrice: Germana Englaro

Educare alle regole

Autore: Gianluca Daffi

Disturbi di attenzione e iperattività

Autrice: Giorgia Sanna

Lo stress dell'insegnante

Autori: Mario Di Pietro e Elena Bassi

La Scala BHK per la valutazione della Disgrafia in età evolutiva

Autrice: Giovanna Rossini

Educazione Positiva

Autrici: Rosa Angela Fabio e Patrizia Oliva

MAGGIO

Autismo: interventi psicoeducativi e clinici

Autrici: Serenella Grittani, Tamara Battistini e Katia Torricelli

L'intervento psicoeducativo nei comportamenti problema

Autrice: Sofia Cramerotti

Tecnologie e strategie per compensare i DSA

Autori: Flavio Fogarolo, Maria Rita Cortese, Angioletta Dalla Valle, Paolo Rizzato e Caterina Scapi

LUGLIO

Didattica metacognitiva: corso avanzato

Autrici: Anna Maria Re e Susi Cazzaniga

Disturbi di attenzione e iperattività: corso avanzato

Autrice: Giorgia Sanna



ACCEDERE E PARTECIPARE AI CORSI ONLINE È FACILE!

Unico requisito fondamentale per iscriversi a un corso online Erickson è avere una casella di posta elettronica (indirizzo e-mail) e un computer con l'accesso a internet.

Costi e modalità di iscrizione

Il costo dei corsi è di € 160,00 + IVA 21% (€ 193,60), quello dei corsi avanzati è di € 180,00 + IVA 21% (€ 217,80).

> sconto 10% per gli abbonati alle riviste Erickson

> sconto 20% per chi si iscrive a più di 2 corsi



1° CONVEGNO ERICKSON

INTRODUZIONE AL

METODO FEUERSTEIN

Processi di pensiero e processi di apprendimento

Trento, 20 e 21 aprile 2012

Obiettivi e destinatari

Obiettivo di questo 1° Convegno Erickson sul Metodo Feuerstein è quello di fornire a insegnanti, psicopedagogisti, psicologi, educatori e operatori socio-sanitari l'opportunità di conoscere il sistema teorico-metodologico di Feuerstein, permettendo nel contempo di entrare direttamente in contatto anche con gli strumenti operativi di valutazione e intervento della Metodologia Feuerstein all'interno dei workshop appositamente strutturati con alcune simulazioni progettate per esplorare le dinamiche dei processi di intervento, sia a livello cognitivo e metacognitivo, sia a livello emotivo e motivazionale.

Informazioni

Orario

Venerdì: dalle 14.00 alle 18.00

Sabato: dalle 9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 16.00

Sede

Centro Studi Erickson, Via del Pioppeto 24, 38121 Gardolo TRENTO

Attestato

Al termine del Convegno verrà rilasciato un attestato di frequenza.

Programma

VENERDÌ 20 APRILE 14.00-18.00

Processi di pensiero e processi di apprendimento. La neuropsicologia cognitiva e i nuovi traguardi della ricerca scientifica – **Mario Di Mauro**

La Teoria della modificabilità cognitiva strutturale di Feuerstein e il valore dell'esperienza di apprendimento mediato: come creare un ambiente modificante – **Maria Luisa Boninelli**

SABATO 21 APRILE 9.00-13.00

La Metodologia Feuerstein in ambito clinico – **Paola Pini**

La Metodologia Feuerstein in ambito educativo e scolastico – **Maria Luisa Boninelli**

La Metodologia Feuerstein in ambito socio-professionale – **Sandra Damnotti**

SABATO 21 APRILE 14.00-16.00

Le competenze metacognitive e lo sviluppo del potenziale di apprendimento. Perché applicare il Programma di arricchimento strumentale di Reuven Feuerstein – **Sandra Damnotti**

È possibile misurare l'intelligenza? Dal tradizionale approccio statico al nuovo approccio dinamico per la valutazione

numero uno

STUDI E RICERCHE

EU Kids Online II
Piermarco Aroldi, Giovanna Mascheroni e Maria Francesca Murru

Uso di internet e livelli di apprendimento
Marco Gui

La Media Education in Spagna
J. Ignacio Aguaded e Águeda Delgado Ponce

BUONE PRATICHE

Italiano per cantare
Rossana Bruzzone

Raccontarsi con l'ipermedia
Sandra Costa

La radio è uguale per tutti
Claudio Siepi

INFORMAZIONI E RASSEGNE

Gli incontri macro-regionali del MED
Alberto Parola

Il progetto MARS – Media Against Racism in Sport
Anna Ragosta

Il Progetto Fenix
Cristina Coggi e Paola Ricchiardi

Tanto per cominciare
Claudio Siepi

Il MED c'è
Gianna Cappello

Recensioni e Segnalazioni librerie
a cura di Michele Aglieri e Damiano Felini

media education

rivista

M
EDUCA
Studi, ricerche, bi

Edizioni Eric

Via del Pioppeto 24 – 38
Informazioni abbonamenti: C

Numero Verde
800-844052 U

Al

€ 37,00 per enti, scuole
€ 32,00
€ 25,00 p

**Centro
Studi
Erickson**

1° CONVEGNO ERICKSON

INTRODUZIONE AL
METODO FEUERSTEIN

