

# La serietà della serialità. I prodotti audiovisivi per la formazione dei giovani nell'IRC

Articolo di Renato Butera

«Perché bisogna prendere sul “serio” la narrazione seriale che oggi viene proposta dai *media* tradizionali, come il cinema e la televisione, e da quelli digitali, come Internet e le piattaforme *streaming*? La risposta è semplice, anzi direi scontata. Anzitutto, perché oggi come non mai le narrazioni seriali hanno un notevole influsso su tutte le declinazioni della quotidianità: dai comportamenti alle emozioni, dalle relazioni alle scelte di vita; e influiscono persino sulla fede e sulla pratica religiosa. In seconda istanza, bisogna conoscere il fenomeno perché rientra nella sfera di interesse dell’Insegnamento della Religione Cattolica (IRC) in quanto la fruizione delle serie attraverso i canali televisivi e più ancora attraverso le piattaforme *streaming* è un mezzo divenuto familiare tra le giovani generazioni. Queste, come veri “bardi” elettronici comunicano un mondo di “verità” che incidono sulle conoscenze e sul vissuto specialmente delle giovani generazioni che ne sono avidi consumatori.

Ora, proprio perché l’IRC «intende promuovere una ricerca della verità, offrendo agli alunni tutti quegli elementi culturali che sono necessari per la conoscenza della religione cattolica e per l’esercizio di un’autentica libertà di pensiero e di decisione», non dovrebbe rifuggire dalla conoscenza e dall’utilizzo dei prodotti della audio-visualità cinematografica contemporanea per espletare in modo attuale l’istruzione di quanto l’IRC considera materia di sua competenza.

Del resto, il mandato dell’IRC è una vocazione intrinseca ricevuta dalla Chiesa: «Chiamato a penetrare nell’ambito della cultura e di

relazionarsi con gli altri saperi [...], l’insegnamento religioso scolastico fa presente il Vangelo nel processo personale di assimilazione, sistematica e critica, della cultura». Nella sua funzionalità mediatica di narratore di storie il cui argomento può variare in tutti gli ambiti del sapere, l’audiovisivo può essere un valido strumento didattico per la presentazione e comprensione di tematiche incluse nella programmazione scolastica di detta disciplina, soprattutto perché promuove l’uomo nell’integralità dei suoi valori, e in situazione di compresenza di allievi provenienti da altre religioni o confessioni, aiuta a conoscere i fondamenti di base della fede delle grandi religioni dell’umanità, oltre a facilitare il dialogo ecumenico.

In coerenza con tali considerazioni introduttive, il presente contributo intende stimolare la riflessione dei singoli lettori, soprattutto docenti di religione, ma anche quella del personale degli Uffici Nazionali e Diocesani, sulla possibilità e utilità dell’impiego dell’audiovisivo nell’esperienza didattica in tale direzione.

## 1. La complessa e globalizzata società dello spettacolo e del consumo culturale

L’agire umano che ispira l’immensa varietà di storie fruibili sugli schermi dalle diverse dimensioni – da quelli minuscoli degli *smartphone* a quelli giganteschi delle sale cinematografiche, passando per i più domestici come quelli televisivi – è a sua volta ispirato,

come in un meccanismo circolare di ermeneutica ed etica, dalle narrazioni audiovisive degli *screen* ormai divenuti elettronici e digitali.

La vasta e variegata produzione di *fiction* e documentari ha raggiunto numeri impensabili sino a qualche decennio fa. L'industria dell'intrattenimento audiovisivo ha conseguito livelli di confezione eccellenti e raffinati, all'altezza della competizione in un contesto eternamente concorrenziale dove l'offerta ha già preceduto la domanda prima ancora che si manifestasse come bisogno, grazie a meccanismi di fabbricazione e induzione dei desideri gestiti dagli algoritmi delle tecnologie della robotica e dell'intelligenza artificiale.

Siamo in piena realizzazione di quella che Guy Debord preannunciava come "società dello spettacolo", in cui «l'intero sistema economico, sociale e politico del moderno capitalismo» ha originato «una trasformazione dell'individuo di epocale e devastante portata». Ma non è la sola qualificazione che si è guadagnata la società contemporanea che in meno di ottant'anni, dalla fine della seconda Guerra Mondiale a oggi, si è declinata in una serie di attribuzioni che secoli di storia antecedenti non sono riusciti a "conseguire".

Il capitalismo moderno ha generato, infatti, la "società globalizzata", che non è quel "villaggio" che richiama romanticamente Marshall McLuhan, il quale aveva ravvisato nei *mass media* elettronici il *tamtam* che avrebbe facilitato la relazione comunicativa tra le popolazioni del mondo. Il sociologo canadese, però, si è accorto subito che l'indole dell'uomo avrebbe spento la sua carica di entusiasmo proprio per la tipologia di comunicazione conflittiva caratterizzante l'umanità. Non si tratta neanche dell'*infosfera* di Luciano Floridi, a cui faremo cenno in seguito. Il cuore della società della globalizzazione è costituito dal mercato di cui sono protagoniste alcune grandi multinazionali mondiali. La loro intenzione preminente è guidata da un'inclinazione commerciale che ricorre ai *media* popolari – come stampa, cinema, radio e televisione – e modalità comunicative affinate e intelligenti – come la psicologia, la pubblicità e le strategie di

*marketing* –, per ottenere obiettivi economici bulimici e generare bisogni facili realizzando una sorta di colonialismo culturale. «Ebbene, la globalizzazione trova oggi nell'informazione e nell'uso dei suoi dati un sistema ancora più oscuro [efficace] e ambivalente soprattutto per il profitto e il potere derivante dall'uso disinvoltato, se non disonesto, di aziende capitalistiche multimilionarie o di politici spregiudicati». Oggi si parla di tramonto della globalizzazione, ma è più probabile che si tratti di una metamorfosi il cui risultato preannuncia un panorama in cui a cambiare sono strategie e risorse impiegate, e non gli obiettivi che rimangono sempre gli stessi: l'aumento della ricchezza per pochi, camuffata dalla sirena di un nuovo e generale *welfare*, e il consolidamento dei poteri forti.

La società preconizzata da Debord si complica, con la visione di "società complessa" caratterizzata, e condizionata, dall'eterogeneità e dalla sovrabbondanza culturale che è allo stesso tempo conoscenza multiforme, poliedrica e frammentata. Il concetto di "complessità" nasce dalle riflessioni del sociologo Edgar Morin di cui non offre una spiegazione definitiva, ma la ravvisa come sfida all'uomo contemporaneo. Introducendo l'opera del sociologo francese, Anna Anselmo spiega in cosa consiste questa sfida secondo Morin: La sfida consiste nel capire che, oggi più che mai, il termine complessità ha acquisito una pregnanza epistemologica di cui non si è compreso ancora a fondo il significato. Esso racchiude in sé una potenza rivoluzionaria di portata ontologica, logica, epistemologica, e quindi anche etico-formativa. Una rivoluzione che ha investito e continua a investire il nostro modo di intendere la realtà, l'immagine della realtà fuori di noi, la visione del mondo, il modo di organizzare i saperi, la conoscenza, l'impostazione delle varie discipline, l'orizzonte di senso generale in cui ci muoviamo.

La multiformità della complessità è conseguenza dunque della frammentazione del sapere nelle scienze particolari così parcellizzate nel loro statuto epistemologico da risultare incomprensibili e incapaci di interagire. In questo senso, la complessità dei saperi ha bisogno di organizzare le conoscenze divenute parti (o particelle) di conoscenza.

Morin riconosce anche i tratti positivi, come «il tessuto comune in cui si legano l'uno e il molteplice, l'universale il singolare, l'ordine, il disordine e l'organizzazione», e i tratti negativi, come «incertezze, regressione della conoscenza determinista, insufficienza della logica», eccetera.

Immersa e contrassegnata dal ridondante flusso dell'informazione, la società contemporanea è anche qualificata come "società dell'informazione" per la predominanza dei servizi a forte contenuto informativo, il cui obiettivo prevalente è organizzato sulla raccolta di dati messi a disposizione di enti e istituzioni che ne possono fare un uso eticamente polivalente. Raggiungere tale obiettivo è stato possibile grazie alle nuove Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (TIC) e ai loro algoritmi attraverso i servizi offerti da Internet e dai *social media*. Si tratta di un fenomeno ormai affermato e confermato che ha prodotto la realtà contemporanea denominata da Luciano Floridi *infosfera*, per la quale si avverte la necessità di una adeguata e continuamente rinnovata riflessione etica. Lo stesso Floridi intuisce e richiede l'elaborazione di un'etica «che può trattare il mondo dei dati, dell'informazione [stessa], della conoscenza e della comunicazione come un nuovo ambiente: l'*infosfera*», appunto. Un'etica attenta alle sfide inedite poste dal nuovo ambiente digitale, informativo e globale, rispettosa dei principi di conservazione e valorizzazione delle identità culturali, che punti al rispetto della ricchezza delle differenze, della persona, della sua dignità e della sua *privacy*. Ma «l'*infosfera* è un Giano bifronte», afferma Byung-Chul Han, che «ci garantisce senza dubbio una maggiore libertà, ma al contempo ci espone a una crescente sorveglianza, che ci influenza». Gli algoritmi ci sottopongono a uno "sguardo panottico", un continuo controllo che si insinua sempre più nel quotidiano, sotto forma di *convenience*. Nell'atto di svolgere tante incombenze per noi, gli *infomi* [così li chiama il filosofo coreano, oggetti desiderati dall'uomo tecnologico e digitale non materiali che hanno sostituito le "cose", cioè gli oggetti tangibili] si rivelano efficientissimi *informatori* che ci sorvegliano e ci influenzano.

Così, guidato dagli algoritmi, l'essere umano perde sempre più il proprio potere di agire, la propria autonomia. Si trova dinanzi a un mondo che sfugge alla sua comprensione. Si attiene a decisioni algoritmiche che non riesce a capire fino in fondo. Gli algoritmi diventano scatole nere.

Le parole di Han ci introducono a un'ultima connotazione della società contemporanea, quella offerta dalla studiosa americana Shoshana Zuboff che parla di "capitalismo della sorveglianza", una sintesi delle peculiarità di quest'era digitale. Si tratta di un meccanismo industriale che sfruttando gli algoritmi del digitale osserva, controlla e stimola i modi di fare o di agire, le scelte o le frequentazioni *online* dei fruitori della rete per poi influire su tali modi, o scelte, o frequentazioni, fornendo "dati" a imprese il cui interesse è esclusivamente di carattere e valore economico. Il "capitalismo della sorveglianza", dunque, "si appropria dell'esperienza umana usandola come materia prima da trasformare in dati sui comportamenti", da vendere a terzi per scopi di natura soprattutto commerciale, ma anche culturale, politica e sociale, e non sempre finalizzato all'interesse puro dell'utente.

Ciò aiuterebbe a comprendere la meraviglia che proviamo quando le piattaforme o i siti ci propongono dei prodotti di qualsiasi genere, compresi quelli mediali, che ci compaiono come realizzazione dei nostri sogni e desideri e altro non sono che offerte commerciali che si avvalgono di un desiderio coltivato, "formato" e accompagnato che all'occorrenza può realizzare le nostre necessità. La dieta mediatica con i suoi innumerevoli articoli esposti nelle vetrine degli *screen* digitali è costituita da manufatti narrativi preconfezionati da una serie di "specialisti" che conoscono, grazie ai sistemi di controllo dei dati, le nostre abitudini e frequentazioni rendendole immediatamente "reali" con un *click* innescante un'operazione genuinamente commerciale. In questa vetrina digitale si trovano anche esposti i prodotti audiovisivi che rappresentano una larga parte dell'economia mondiale e che coinvolgono gli attori della produzione dell'intrattenimento i quali gestiscono il *marketing* della cultura veicolando idee e comportamenti. Tra i beni di questa "società del

consumo culturale” il mercato si arricchisce delle narrazioni seriali che hanno raggiunto il vertice dei prodotti più richiesti e consumati dalle generazioni più giovani, i *millennials*, e da quelle meno giovani denominate secondo una distinzione sociologica di moda *boomer*.

Nel contesto che abbiamo sinteticamente cercato di delineare, la “globalizzazione culturale” ha condizionato le realtà locali con le loro tradizioni e i loro costumi, che pur utilizzati hanno generato un *melting pot* culturale condizionato dalle ideologie delle culture più dotate di risorse produttive e perciò più potenti. La storia dei *media* ha registrato nei decenni fino alle risorse digitali di piattaforme come Google o Amazon una colonizzazione ideologica che, specie nelle giovani generazioni, ha prodotto una sorta di omologazione indifferenziata culturale in cui le originalità passano attraverso il setaccio dei “valori” specialmente della cultura americana. Inoltre la varietà della proposta dei prodotti audiovisivi, di finzione o documentaristici, si presenta come possibilità di scelta in cui il gusto e l’interesse si manifestano come atto di libertà e di soddisfazione del bisogno di informarsi e di intrattenersi, ma che, ancora una volta, sono condizionati e veicolati dagli *standard* e dal peso politico internazionale di poche multinazionali il cui unico interesse è quello del patrimonio economico. La selezione così si presenta come un atto di libertà, ma non è altro che una scelta consumistica indotta.

Nel prossimo paragrafo ci soffermeremo sulle caratteristiche della narrazione e della serialità che sottostanno alle dinamiche della produzione audiovisiva in generale e di quella cinematografica in particolare, modalità accomunate dallo stesso linguaggio.

## 2. L’istinto della narrazione

Il narrare è un istinto dell’essere umano che nasce con l’uomo. È una inclinazione naturale di cui antropologi, etnologi, sociologi e psicologi ancora ne ricercano l’origine e le ragioni. In questa speciale ed esclusiva facoltà umana emozioni e le passioni sono le sfumature senza le quali non si otterrebbero attenzione e interesse in chi ascolta, o appiattirebbero le

capacità creative e fabulatorie di chi racconta. Le storie producono emozioni e muovono a concezioni, visioni, decisioni, scelte, comportamenti e stili altrimenti rimasti sopiti. Narrare è dare contenuto e spiegazioni alla vita: La finzione, espressa con qualsiasi mezzo narrativo, è un’antica e potente tecnologia di realtà virtuale che simula i grandi dilemmi della vita umana. Quando prendiamo in mano un romanzo o accendiamo la televisione, veniamo teletrasportati in un universo parallelo. Ci identifichiamo così intensamente con le tensioni dei protagonisti che non solo proviamo simpatia, bensì sviluppiamo nei loro confronti una forte empatia. *Sentiamo* la loro felicità, il loro desiderio, la loro paura; il nostro cervello si infiamma come se ciò che sta accadendo a loro stesse realmente accadendo a noi.

E perché tanta presa nei fruitori, perché tante emozioni? Il riferimento di prima al pensiero di Jonathan Gottschall ci introduce a un’altra opinione che il saggista e teorico americano ha concepito nel tempo, e cioè che il narrare storie risponde a un bisogno dell’uomo di essere pronto a gestire ogni situazione della vita che gli si presenti davanti come difficoltà o minacce, quasi un ricorrere a un “manuale” che contiene le “istruzioni in caso di...”. Detto in termini più confacenti a una riflessione, la narrazione si presenta come la simulazione di eventi reali attraverso cui esercitarsi per essere pronti ad affrontare e non soccombere di fronte a pericoli concreti. Nella scuola potrebbe essere un ottimo espediente pedagogico che interpreta la vita e insegna a saper cogliere il meglio per maturare.

Dal punto di vista antropologico, la narrazione è una necessità vitale, biologica, propria dell’essere umano. In ogni società e in ogni cultura si manifesta sin dalle origini un bisogno profondo di raccontare e di raccontarsi. Tra le ragioni che stanno alle origini di questa attitudine esclusivamente umana, si indicano l’appartenenza sociale, il bisogno di essere riconosciuti e l’orientamento esistenziale.

Tipico delle culture orali, raccontare ricorda il radicamento sociale, di fare parte di un gruppo, di una comunità, di sentirsi inseriti dentro una tradizione che proprio grazie al racconto può essere ereditata dalle generazioni

precedenti e trasmessa a quelle future. La narrazione si presenta così come un espediente che garantisce alla comunità di sopravvivere e perpetuarsi. Fino a quando abbiamo qualcosa da raccontare c'è consapevolezza di rendersi presenti e perciò di sentirsi vivi.

Narrare significa prendere coscienza di sé, dei propri problemi, della realtà che ci circonda. L'io scopre sé stesso, si comprende, mette a distanza le cose, fa l'esperienza di sentirsi vivo, vuole essere riconosciuto. Raccontare diventa così un atto simbolico per differire l'idea della morte.

Infine, narrare è una azione che risponde al bisogno di orientamento; equivoce a costruire, in forma semplice e comprensibile, chiavi di lettura per decifrare le rappresentazioni del mondo, quegli espedienti (a cui si accennava prima) per interpretare e comprendere la vita per viverla al meglio e trovarsi preparati. In questo senso sono da intendere i miti (il termine greco *mýthos* significa parola, racconto e rimanda alla narrazione). La letteratura e oggi i *media* – specialmente il cinema, la televisione, il teatro – con le loro narrazioni, i loro miti, rispondono a questa richiesta di orientamento e di comprensione della vita.

Della narrazione possiamo riproporre due definizioni che ne colgono la peculiarità di bisogno innato ed istintivo dell'essere umano. La prima la qualifica come l'atto di comunicare a qualcuno un evento rendendolo partecipe di tale conoscenza, una pratica comunicativa. Tale definizione coglie la sua prerogativa pragmatica: ciò che interessa è il fatto che venga messa in comune un'esperienza, che attraverso il raccontare chi narra interagisce "in presenza" con un determinato contesto di comunicazione dove protagonisti sono chi narra e chi ascolta. La seconda definizione invece richiama soprattutto gli aspetti strutturali: la narrazione si presenta come una serie di eventi che, in un determinato contesto narrativo, qualcuno fa succedere (o succedono a qualcuno). La narrazione è pensata come un sistema di fatti, una concatenazione di eventi: l'attenzione passa all'organizzazione di ciò che viene raccontato, alle strutture di cui è costituito. Questa seconda definizione è più

attinente, e confacente, al mondo della fiction letteraria o cinematografica.

Sin dalle sue origini, il cinema ha mostrato una vocazione narrativa intrinseca che si manifesta nelle due prerogative che le sono proprie: il *documentario* come cinema della realtà (la produzione documentaristica dei fratelli Auguste e Louis Lumière), racconto della vita così come si presenta nel suo svolgersi fenomenologico senza artifici o alterazioni; e la *fiction* come cinema dell'immaginario (di Georges Méliès), racconto fantastico che scaturisce dall'immaginazione creativa che rende possibili storie di vita inventati ma realistici, o storie che scaturiscono dalla fantasia o dalla voglia di sognare del regista. Le due "anime" del cinema, diventano i due grandi paradigmi narrativi della "settima arte" che racconta il reale e il fantastico, lo storico e il contemporaneo, l'utopico e il distopico. Il cinema si declina così come spazio del ricordo, del "come eravamo", riflessione sul passato; come luogo del presente, del "come siamo", riflessione sull'oggi; e infine, come rappresentazione del futuro, o meglio del futuribile, del "come potremmo essere", riflessione sull'ipotetico. In ciò il cinema con i suoi linguaggi può aiutare a elaborare una riflessione sul tempo, a valutare il vissuto, e a riflettere sul senso escatologico.

L'originale vocazione del cinema alla narrazione si manifestò subito con i racconti della vita di Gesù e dei libri storici della Bibbia, rivelandosi un utile strumento educativo per le generazioni giovani e meno giovani dell'epoca. Funzione che gli venne riconosciuta da uno dei primi produttori cinematografici, il corso Ferdinand Zecca. In effetti la Bibbia e il cinema hanno in comune l'arte della narrazione e condividono, con le dovute specificazioni e peculiarità, il metodo dell'interpretazione nei modi specifici della esegesi e della semiotica. Un documento della Pontificia Commissione Biblica del 1993, parla sia di "analisi narrativa" che di "analisi semiotica", e pur ponendo delle condizioni e distinzioni necessarie, afferma che se non si perde negli arcani di un linguaggio complicato e viene insegnata in termini semplici nei suoi elementi principali, [l'analisi semiotica] può risvegliare nei cristiani il gusto di

studiare il testo biblico e di scoprire alcune delle sue dimensioni di significato senza possedere tutte le conoscenze storiche che si riferiscono alla produzione del testo e al suo mondo socio-culturale. Può così rivelarsi utile nella stessa pastorale, per una certa appropriazione della Scrittura in ambienti non specializzati.

Trasferendo le indicazioni del documento dall'ambito pastorale a quello della scuola, la raccomandazione può essere applicabile anche a quello dell'IRC dove l'interpretazione dei testi audiovisivi può essere un utile strumento di approfondimento dei temi proposti dalla programmazione educativa per orientare i giovani studenti a cogliere e decifrare il desiderio di Dio e i significati più profondi dell'esistenza che possono essere presenti e rappresentati in un testo audiovisivo come un film o l'episodio di una serie. Entriamo perciò nel mondo della produzione seriale per comprenderne i termini, i meccanismi e la carica attrattiva che ha sul pubblico.

### 3. I termini della serialità

Perché la narrazione audiovisiva e seriale ha tanto successo? In una intervista, Pedro Almodóvar, regista spagnolo di fama internazionale, riportava un aneddoto della sua fanciullezza. Chiedeva alla madre spiegazioni del perché, leggendo le lettere alle vicine che non sapevano farlo, aggiungeva, inventando, particolari inesistenti nelle missive ma che rendevano felici e soddisfatte le signore del vicinato: «Perché la realtà ha bisogno di essere completata dalla finzione per rendere la vita più facile»; ciò può essere una delle spiegazioni plausibili al fenomeno del successo della narrazione cinematografica. Queste parole possono spiegare perché ci si affeziona, quasi a diventare dipendenti, a prodotti "centellinati" in capitoli dalla durata varia.

Un'altra ragione del successo delle serie è la durata breve, da cortometraggio, che compiace lo spettatore ed elimina l'ansia dei tempi della visione di un lungometraggio. Tale considerazione non è banale ed è sintomo della frammentazione che sta caratterizzando la contemporaneità. Ed è in linea con tutta

l'informazione video che viene quotidianamente proposta, e a cui ci stanno abituando, dai *social media*. Inoltre, la fruizione che soddisfa le aspettative dello spettatore (genere, durata, argomento) affeziona al personaggio attivando i meccanismi empatici della immedesimazione. L'affezione al personaggio e la curiosità dello sviluppo della storia sono legate alla costruzione di abitudini nello spettatore che vive la fruizione della sua serie preferita come un appuntamento costante, stabile, irrinunciabile. Ne scaturisce una profonda familiarità con l'ambiente e i personaggi della storia di cui il fruitore si sente parte in una esperienza di intensa partecipazione emotiva.

La durata di ogni singolo capitolo sembra essere in contraddizione con il fenomeno del *binge watching*, letteralmente "abbuffata", "gozzoviglia". Tale pratica è al limite delle "patologie" perché è stato rilevato che scombussola la concezione del tempo e inficia il processo del sonno. A ogni modo, breve, medio o lungo che sia, il tempo di ogni episodio è costruito in modo tale da tenere in considerazione i processi di attenzione dello spettatore e del *rollercoaster* delle sue emozioni. Già da quando il cinema delle origini aveva congegnato il meccanismo del *cliffhanger*, il suo utilizzo produceva una sospensione tale da creare una aspettativa fidelizzante del pubblico degli spettatori. Il *cliffhanger*, altamente utilizzato oggi da molte serie, produce l'effetto della sospensione, ma lo *streaming* digitale ha eliminato l'attesa, generando e aumentando l'atteggiamento di curiosità e del desiderio di conoscenza dell'evoluzione della storia e delle conseguenze sulla vita dei protagonisti. Con lo *streaming* tale aspettativa si annulla e, per le caratteristiche del sistema, può convertirsi in visione prolungata e quindi causare il *binge watching*. La visione di una serie *online* non è altro che quella di un film che ha la durata della somma dei minuti di tutti i capitoli della (o delle) stagione che lo spettatore può prolungare o interrompere secondo necessità o compiacimento.

L'utilizzo delle piattaforme digitali ha generato un altro fenomeno tipico della contemporaneità: quello dell'individualismo

della fruizione. Il rito comunitario della visione del film nelle sale cinematografiche o nei salotti delle case è un ricordo romantico che stenta a riemergere e affermarsi di fronte alla possibilità di vedere il film dal proprio dispositivo digitale. Ciò ha generato da una parte una passione per le serie digitali di cui parlare sui *social*, ma dall'altra ha provocato il vuoto sociale delle relazioni intese come incontro, partecipazione e condivisione senza mediazioni digitali. La conseguenza è un processo di individualizzazione delle emozioni, come risultato di esperienze e fruizioni individualistiche.

Passiamo adesso alla terminologia. Serie e *serial* sono utilizzati come sinonimi, ma fra loro esiste una differenza sostanziale: la prima è confezionata sull'episodio, mentre la seconda sul capitolo. Il *serial* ha origini nella cinematografia francese e poi hollywoodiana negli anni del muto e oggi continua nella produzione delle saghe (film a capitoli come Indiana Jones e..., Harry Potter, Guerre stellari, Cattivissimo me, ecc.). Entrambi i termini fanno riferimento alla *fiction* come espediente narrativo. Prendono lo stile da quella letteraria (*feuilleton* francese, il romanzo d'appendice italiano, ecc.). Dopo le opere letterarie, il cinema, il fotoromanzo, il fumetto e i radiodrammi, le serie hanno avuto fortuna nella produzione televisiva con l'utilizzo del linguaggio e dell'organizzazione produttiva tipica della televisione. L'espressione "serie TV" indica *fiction* create per la televisione che non venivano fruite nelle sale cinematografiche, e perciò hanno mantenuto questa denominazione. Il prodotto più tipico è il "film Tv". Oggi l'espressione può risultare impropria nella terminologia della serialità poiché ne indica solamente una porzione in quanto le piattaforme di *streaming* possono consentire la fruizione in vari supporti (OTT Tv, *Over The Top Television*) e non sono più prodotte esclusivamente per la Tv.

La serie è un insieme di segmenti di racconto di finzione (*fiction*) denominati episodi o puntate, parti di narrazione in progressione cronologica (ma si possono usare le forme della *fabula* o dell'intreccio) dalla molteplice durata (breve, media, lunga), a loro volta strutturate in

stagione/i che è un insieme di episodi caratterizzati dallo sviluppo logico e dalla continuità narrativa: alla base si trovano la frammentazione della linearità, o la segmentazione di una linea estesa e continua. Sia le stagioni, sia soprattutto le singole puntate, hanno trame in prevalenza chiuse, legate dalla presenza di personaggi fissi e dalla ricorrenza delle ambientazioni (i *set*) dove si svolge l'azione: ripetizione di uno schema in cui ogni episodio è strutturato sulla centralità del protagonista o dell'ambiente. Alimentate dall'attesa degli spettatori, le serie si distinguono in serie di *storyline* verticali (episodi autonomi con una conclusione propria), e *storyline* orizzontali (storie a lungo termine con una conclusione aperta e sospesa, a *cliffhanger*).

Definire propriamente una serie è complesso perché l'approccio utilizzato varia a seconda del campo di considerazione che si differenzia per il linguaggio scelto, condizionato dalla tipologia di produzione utilizzata, dal genere (la suddivisione classica e le novità imposte dalle piattaforme digitali) e dalle sue contaminazioni, e dal supporto che ne determina linguaggio e produzione (cinema, Tv, piattaforma digitale, ecc.). La serialità ha radici che affondano nell'antichità (i poemi omerici, i libri storici della Bibbia, l'Epopèa di Gilgamesh) e utilizza i caratteri della ciclicità narrativa, e in particolare la ricorrenza di eventi simili, la similarità strutturale tra le parti, il ritorno ciclico del già noto con i suoi personaggi e i suoi valori. Oggi la serialità si delinea anche per gli *standard* dei sistemi di produzione e per la fidelizzazione dei suoi fruitori.

#### 4. Serie e fruizione giovanile

I giovani sono i consumatori principali delle serie proposte dalle piattaforme digitali. Il pubblico più adulto frequenta soprattutto le proposte delle reti televisive più importanti (Rai e Mediaset), ma molti frequentano anche i titoli dello *streaming* digitale. Il cartellone della produzione cinematografica, comprensiva di film e di serie, è davvero copioso. Basta navigare sui siti che espongono un ricco catalogo. Un sito interessante e completo che presenta le novità e

l'archivio dei prodotti fruibili sui sedici *provider* di *streaming* più popolari al mondo è JustWatch, un "motore di ricerca" che si presenta come *The Streaming Guide*, dove l'articolo ha l'orgogliosa consapevolezza della sua completezza e vastità di informazioni sulle serie e sui film disponibili a pagamento o gratuitamente (ahimè, questi ultimi davvero pochi). Per ottenere le informazioni essenziali sui film di tutti i tempi, il motore di ricerca pertinente è invece l'enciclopedica IMDb, acronimo che sta per Internet Movie Database, di cui è proprietaria la Amazon Company. Dalla acquisizione di Amazon il sito è diventato una vetrina dello *streaming* disponibile.

Il termine *streaming* deriva dal verbo inglese *to stream*, che vuol dire "fluire, scorrere"; in italiano il termine ha provenienza dal linguaggio di Internet ed è usato per indicare la «modalità di accesso in rete a file audiovisivi di cui si può fruire in tempo reale senza provvedere a salvarli sul proprio sistema». Si distingue lo *streaming on demand*, disponibile nel tempo scelto dal fruitore (e spesso in abbonamento) dallo *streaming* in diretta, solitamente dalle piattaforme delle televisioni (disponibile gratuitamente) in contemporanea alla messa in onda diretta del canale televisivo. Spesso questi canali hanno e rendono disponibili titoli cinematografici o serie di loro produzione gratuitamente (RaiPlay e Mediaset Infinity).

Lo *streaming* ha anche aumentato la possibilità di selezione di storie dai gusti variegati e dai generi multiformi, spesso frutto della loro contaminazione. Tale ricchezza di opzioni dona al pubblico la sensazione di libertà di scelta tra i numerosi titoli dei cataloghi. Anche i titoli per gli adolescenti e con protagonisti gli adolescenti (Netflix è la piattaforma più ricca) sembra confermare tale considerazione. Riguardo alla libertà di scegliere, però, c'è da tenere presente che esistono degli algoritmi di profilazione che orientano le scelte e incidono sulla fidelizzazione del cliente che ha la soddisfazione di "trovare" e "scegliere" generi e storie a lui congeniali. Se da una parte tale compiacimento appaga il fruitore e lo predispone alla fidelizzazione alla piattaforma, dall'altro genera una sorta di dipendenza che può produrre una "*seriebulimia*", simile a quella

che Byung-Chul Han chiama "infomania". Parafrasando il filosofo coreano, si può affermare che «ormai produciamo e consumiamo più informazioni [in questo caso audiovisivi seriali] che cose. C'inebriamo con la comunicazione. Le energie libidiche abbandonano le cose e si lanciano sulle non-cose. La conseguenza di ciò si chiama *infomania*. Ormai siamo tutti *infomani*».

Riguardo ai titoli per un pubblico giovane, in seconda istanza, le serie di cui protagonisti sono gli adolescenti e destinate al pubblico di pari età, sono scritte da una schiera di sceneggiatori adulti impegnati sul fronte della produzione in modo serrato al punto che alcune produzioni americane hanno pensato all'impiego dell'Intelligenza Artificiale, cosa che ha causato un lungo periodo di sciopero degli operatori dell'industria cinematografica e il blocco dell'uscita di tanti prodotti già pronti o in fase di finalizzazione.

Prima di indicare l'influsso della serialità sulla vita quotidiana, è importante illustrare qualche dato sul volume di consumo dei prodotti offerti alla visione attraverso le singole piattaforme digitali più popolari. In Italia è fruibile gratuitamente, attraverso l'iscrizione *online*, dello *streaming* dell'archivio dei prodotti Rai e Mediaset e delle rispettive dirette. La "gratuità" si paga attraverso la visione della pubblicità passata dai due canali *streaming*, ma anche le grandi piattaforme digitali stanno pensando a differenziare la quantità di pubblicità a seconda del tipo, e del costo, di abbonamento al servizio in via di definizione e applicazione.

Stando ai dati offerti da "*Measured interest in SVOD services on JustWatch in Italy*", relativo all'ultimo trimestre dello scorso anno, si attesta al primo posto tra le piattaforme *streaming* Netflix con il 29% degli abbonati; segue PrimeVideo con il 27% e chiude Disney+ con il 18%. Crescono gli abbonati di Paramount+, la cui tipologia di fruitori è fatta maggiormente da cinefili, che si attesta al 4%. Ciò dimostra anche il grande cambiamento di fruizione dei prodotti audiovisivi e la crisi di pubblico nelle sale cinematografiche, ma in ripresa.

Per dare consapevolezza del volume dei prodotti audiovisivi del primo semestre di quest'anno 2023, il catalogo di Netflix comprendeva 5630 film e 2267 serie. La maggior parte dei titoli rientrano nei gusti dei *millennials* o dei più giovani. Anche la lista dei documentari comprendeva una produzione di qualità. La proposta dei prodotti di Amazon Prime comprende 5333 film e 720 serie. L'offerta è variegata e si trovano pochi titoli per la famiglia. Presenta una certa debolezza sulle novità dei titoli e sulle serie di grido, ma la qualità dei prodotti è forte quando a produrre è la stessa Company. Disney+ si fa notare per una migliore selezione di titoli adatti alle famiglie e al pubblico più giovane (basti pensare ai film di animazione o ai titoli per l'infanzia e l'adolescenza di cui la Disney Production è sempre stata al *top*). Il suo catalogo comprende 1658 film e 633 serie. Per completare, il catalogo di Paramount+ comprende 353 film in *streaming* e 41 serie, ma è un fenomeno in sviluppo crescente che si sta ritagliando la sua porzione di *customers* particolarmente affezionato al cinema.

Anche la *fiction* seriale della Rai e di Mediaset ha una buona qualità e un grande seguito, e tra i giovani è stato attestato un notevole interesse per le tre stagioni di *Mare Fuori*. Mentre le serie che riscuotono grande successo su Mediaset Infinity sono quelle di produzione turca.

## 5. Influsso delle Serie sulla quotidianità

Negli ultimi quindici anni del nuovo Millennio, con l'avvento di Internet e lo sviluppo inarrestabile delle nuove tecnologie digitali, le serie televisive hanno avuto un innalzamento di qualità non paragonabile con la qualità di molti prodotti degli anni '90, fatta eccezione di alcune poche produzioni internazionali dei decenni precedenti concepite e confezionate con le prerogative tipiche dell'industria cinematografica di valore (esemplare è il *Gesù di Nazareth* di Franco Zeffirelli o le produzioni della Bibbia della Lux Vide).

Alla rivoluzione produttiva e alla sua qualità ha certamente contribuito l'estetica della confezione apportata da registi e attori

provenienti dal mondo del cinema che si sono appassionati o sono stati coinvolti dalle case di produzione come per esempio la HBO, la Disney o la Paramount e, più di recente, dalle piattaforme *streaming* che si sono trasformate in produzioni come Netflix o Amazon. Tra i registi e gli artisti che hanno contribuito a simile processo qualitativo, capostipite è certamente David Lynch con il suo *Twink Peaks* (1990). Da allora autori come Martin Scorsese, Steven Spielberg, Paolo Sorrentino, Saverio Costanzo, Lars von Trier e molti altri hanno diretto le Serie o firmato alcuni episodi particolari (tra gli altri Quentin Tarantino) confermando la rivoluzione estetica della serialità e avviando processi di produzione dai costi fino alla fine degli anni '90 impensabili, fatta esclusione di alcuni casi eccezionali. A certificare questo importante passaggio di valore (industriale) le serie ricevono dei premi importanti come il Golden Globe o gli Emmy, e da anni hanno rotto i pregiudizi dei produttori cinematografici con la presentazione ai più prestigiosi festival del Cinema, come Venezia o Cannes: Le serie Tv sono un importante prodotto culturale dei nostri tempi. Tanto è vero che università come Harvard e Paris Nanterre vi hanno dedicato specifici programmi di studio, affrontando l'argomento dal punto di vista sociologico e da quello degli studi letterari. E non di rado si sentono riferimenti a serie Tv perfino negli interventi dei capi di Stato: a Barack Obama è accaduto di citare Omar Little, personaggio della *fiction* *The Wire*. [...] Per quanto questo possa sembrare sorprendente, le serie Tv sono un elemento essenziale, e forse anche il più creativo, della produzione culturale del XXI secolo.

Data, e documentata, tale importanza delle Serie, è opportuno e necessario porre alcune questioni. Quale impatto ha la narrazione seriale sulla società contemporanea? In che misura interferisce sul comportamento e sulle abitudini delle persone e in particolare dei giovani?

Sociologi, psicologi ed esperti della comunicazione sociale hanno avanzato varie ipotesi che non spetta a questo contributo approfondire. In massima sintesi emergono, però, alcune macro-manifestazioni

immediatamente visibili come l'impatto sullo stile di vestire, sulle abitudini e le mode gastronomiche, sulla maniera del parlare e sugli *slang* particolari, e persino sui modi di relazionarsi. La serialità orienta sulla selezione dei prodotti da acquistare o delle località da visitare e le modalità di viaggio; suggerisce scelte musicali, incide sul successo di brani musicali o ne riporta in voga alcuni degli anni passati; influenza le opinioni o determina il loro cambiamento; influisce sulla ricerca di informazioni sui motori di ricerca. Tra Serie e società si istaura una sorta di circolarità ispirativa, quel circolo ermeneutico a cui si è fatto cenno nelle pagine precedenti, che acquista anche il carattere etico poiché è l'agire umano che orienta e viene orientato. Ciò impone una doverosa attenzione perché a essere stimolata sia una prassi che punta al bene della convivenza sociale e curi le deviazioni o le deteriorazioni sociali che inciderebbero negativamente sulla collettività. Le Serie, infatti, oltre alla circolarità ispirativa e alla socializzazione, determinano altri processi come l'immedesimazione, l'imitazione e la simpatizzazione.

Oltre a influenzare modi e mode, la serialità delle narrazioni audiovisive aiuta a modellare la personalità e incidono sul suo orientamento. A proposito, Deborah Perez, psicologa clinica dell'Unesp, l'Università Statale di San Paolo del Brasile, afferma che l'audiovisivo influenza direttamente l'essere umano che produce l'imitazione. Questa «succede in modo naturale», poiché «l'uomo è gregario. Ciò significa che siamo naturalmente sociali e abbiamo bisogno dell'altro per conoscer noi stessi, per identificare in cosa siamo simili o diversi. Tutto questo meccanismo che nasce dai prodotti mediatici funziona come un'ancora per la conoscenza di sé stessi».

Le serie influiscono anche sull'affettività dei giovani. Da un'indagine in corso su questo tema condotta da docenti della Facoltà di Scienze della Comunicazione sociale dell'Università Pontificia Salesiana, emerge che i giovani si trovano in una continua ricerca di un orientamento sessuale, condizionati o confermati dal confronto con gli amici e con un ambiente culturale più aperto alle nuove

esperienze da provare. Ciò provoca fragilità e insicurezza, ma determina l'azione nello scoprirsi sessualmente. L'ambiente è caratterizzato da una intensa sessualità. La ricerca della propria affettività produce liquidità sentimentale che si manifesta sia nella fluidità accentuata e nella promiscuità che si evidenzia soprattutto in circostanze e situazioni di divertimento in cui l'uso e l'"aiuto" di sostanze liberano i freni inibitori. Dietro una apparente sicurezza o maturità si nasconde sempre la fragilità dei sentimenti e delle relazioni. L'insicurezza riemerge soprattutto quando si ha la sensazione di non essere accettati dal gruppo o dai leader del gruppo, perciò si è alla ricerca di amicizie solide che costituiscono il fondamento relazionale principale degli adolescenti. Di contro, il rapporto con i genitori è più complesso e problematico. Di solito sono assenti, o parte di essi in difficoltà (sentimentale e psicologica, soprattutto). La figura genitoriale è a parte, disinteressata, assente, incapace, depressa, corrotta, e al momento del dramma o del bisogno disattenta o sfuggente. Le figure adulte (docenti, educatori, poliziotti, ecc.) sono poco interessanti. La conflittualità, comunque, è marcata. Gli adolescenti amano le storie distopiche e catastrofiche rappresentative di incertezza.

## 6. Le sfide della cultura digitale, globale e complessa all'IRC

Partiamo da una interessante descrizione dell'IRC proposta dall'Ufficio Scuola della Diocesi di Padova che risponde alla domanda "Che cos'è l'IRC": Comporta la trasmissione di conoscenze documentate sulle fonti della religione cattolica, soprattutto la Bibbia, e sui documenti della Tradizione storica, culturale, artistica dell'Italia principalmente e dell'Europa. Non è attività catechistica, ma non è neppure nuda trasmissione di informazioni, perché è materia scolastica, che deve porre al centro la persona umana dell'alunno e il suo diritto-dovere di coltivare saperi e abilità e acquisire delle competenze. Perciò l'IRC deve corrispondere alle esigenze pedagogiche, didattiche e di organizzazione delle diverse discipline nel quadro del Piano dell'offerta

formativa unitario e organico. [...] L'orizzonte di riferimento è il conoscere, non il divenire credente o cattolico. È per l'alunno sviluppare nel dialogo la propria identità personale ed etica, non l'adeguamento al "fan tutti così" o peggio al "branco". Interessa alla scuola e al docente che l'alunno non diventi vittima di ciò che l'ignoranza porta con sé in una società pluri-culturale, pluri-etnica e pluri-religiosa.

I giovani, dunque, sono al centro della proposta formativa dell'IRC che non può mostrarsi superficiale o peggio ancora banale. Ciò richiede uno sforzo che implica competenze che aiutino gli alunni a soddisfare il loro «diritto-dovere di coltivare saperi e abilità e acquisire competenze»: il "loro", e non quello che si decide seguendo la regola del "fanno tutti così".

Le giovani generazioni si trovano oggi di fronte a una società globale, complessa, sorvegliata, immersa nell'enormità dell'*infosfera* e indotta al consumo bulimico di prodotti culturali non sempre degni di tale qualificazione. Tale contesto pone delle sfide all'IRC. Queste richiedono competenze e disposizioni in linea con i tempi che sappiano accordare alle esigenze dei programmi scolastici didattiche corrispondenti alla cultura giovanile sempre più attratta dai contenuti disponibili della molteplice produzione cinematografica e seriale offerta dalle piattaforme. Ai docenti, così come è richiesto l'impegno di aggiornamento didattico periodico in linea con i programmi curriculari dei differenti uffici scuola diocesani o dei provveditorati scolastici, occorre proporre momenti di riqualificazione che contemplino innanzitutto la conoscenza, o almeno la curiosità, delle proposte culturali provenienti dai "luoghi digitali" dove le giovani generazioni vanno a cercare risposte alle loro domande e ai loro bisogni, e la pratica di utilizzare quelle che si ritengono più valide e opportune per l'approfondimento dei temi dei programmi scolastici.

Conoscere i linguaggi dei *media* sociali potrà aiutare i docenti a interpretare le nuove forme della comunicazione e la miriade di messaggi che veicolano. Potrà fornirli di pratiche per

ravvisare i gusti e le scelte che manifestano le passioni dei giovani, e altresì gli spazi dove acquisiscono cognizioni e abilità, formano nuove abitudini e comportamenti, e seguono opinioni e convinzioni. La vetrina multimediale, globale e complessa, dove si espongono prodotti culturali realizzati con un linguaggio suggestivo e seducente, ricco di stile e in linea con le tendenze, e una riconfigurazione assiologica, non può che indirizzare l'interesse e l'attenzione giovanile verso "organismi" dotati di risorse tali da attrarre interesse e attenzione.

Ciò non vuol che le agenzie educative abbiano perso carisma o non abbiano le prerogative per continuare a farlo, ma aggiornarle e rinnovarle diventa un impegno etico che insieme a quello della reputazione e della credibilità della professione docente diventano assolutamente imprescindibili e inderogabili.

### 6.1. I documenti di riferimento

Ricercando nel web documentazione che presenti le esigenze dell'IRC aggiornate alla concomitanza digitale si trova il documento di base, a cui si fa tuttora riferimento, che è la Nota dell'Episcopato Italiano *Insegnare religione cattolica*, a cui abbiamo fatto un piccolo cenno introducendo questo lavoro. La Nota descrive l'IRC e ne indica le esigenze programmatiche, tematiche, didattiche e organizzative emergenti in quegli anni. I documenti che seguono sono più rimandi a quella Nota fondamentale e aggiornamenti dei programmi scolastici che tengono conto delle trasformazioni sociali. Richiamano i fondamenti che sorreggono l'epistemologia della disciplina scolastica, o aggiornano su temi puntuali che insistono sulle ragioni, le finalità e la prassi didattica senza però considerare gli importanti mutamenti intervenuti e i condizionamenti apparsi proprio all'indomani di quel documento datato maggio 1991. Lo stesso anno Tim Berners Lee mette a punto Internet, il *world wide web*, la rete che rivoluzionerà la comunicazione e inciderà sui modi della conoscenza. La trasformazione si svilupperà nel 2004 con la nascita del *web 2.0* che trasformerà la staticità unidirezionale dello strumento Internet convertendola nella

dinamicità di interazione tra i siti della rete (*wiki, blog, chat*) e tra gli utenti stessi con l'affermazione dei *social network*.

Il mondo cattolico comincia a interessarsi a queste nuove dinamiche comunicative, a studiarle e a utilizzarle nei vari ambiti della missione, evangelica, pastorale e catechetica. La prospettiva analitica viene assunta dal Magistero che, prima con un documento del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni sociali, dal titolo *Chiesa e Internet* del febbraio 2002, poi con i messaggi dei Papi a partire da Giovanni Paolo II sino a Francesco, e infine con l'ultimo documento del Dicastero per la Comunicazione dal titolo *Verso una piena presenza. Riflessione pastorale sul coinvolgimento con i social media*, pubblicato a maggio del 2023, individuando rischi e risorse entra nel mondo delle comunicazioni digitali cogliendo per la prassi gli elementi imprescindibilmente utili al dialogo con la contemporaneità.

A esprimersi in merito in forma diretta e pertinente è il rinnovato Direttorio per la catechesi che rivela una consapevolezza a cui non si può negare attenzione, e cioè che le nuove tecnologie hanno creato una nuova infrastruttura culturale che influisce sulla comunicazione e sulla vita delle persone. Nello spazio virtuale, che molti considerano non meno importante del mondo reale, le persone acquisiscono notizie e informazioni, sviluppano ed esprimono opinioni, si impegnano nei dibattiti, dialogano e cercano risposte alle loro domande. Non valutare adeguatamente questi fenomeni porta al rischio di risultare insignificanti per molte persone.

Riguardo all'audiovisivo come prodotto culturale, al suo pervasivo e globale consumo, all'influenza che esercita sulla vita e il pensiero della società attuale, pur nella consapevolezza che non si può prescindere dal considerarne la potente e universale ascendenza, la Chiesa cominciò a interessarsene con un atteggiamento inizialmente di "cura vigilante", che si trasformò poi in accoglienza, sino ad abbandonare il tema subito dopo un *Messaggio per la Giornata delle comunicazioni Sociali* di Giovanni Paolo II sul tema specifico. Non è facile ricostruire lo sviluppo del pensiero e dell'atteggiamento della

Chiesa nei confronti del cinema e dell'audiovisivo in generale. Perciò si rimanda a studi specialistici che ne restituiscono la reale portata; o alle indicazioni che provengono da istituzioni cattoliche (anche dell'ambiente accademico) esperte della produzione cinematografica e audiovisiva che con le loro recensioni possono suggerire eventuali utilizzi anche nell'ambito scolastico. È chiaro che l'orizzonte di riferimento rimane il magistero ecclesiale, i temi etici e il rispetto della dignità della persona umana. Tutto ciò che è dell'uomo e riguarda l'uomo, la sua vita nell'espressione anche più violenta, rientra nel *frame* di interesse della Chiesa, e il cinema o le serie di qualità che affrontano le problematiche esistenziali possono essere «una vera catechesi di umanità», una scuola in cui ci si confronta sui valori umani e religiosi, e dove si impara a essere "esseri umani". Giovanni Paolo II affermava che il cinema «quando ben usato, può contribuire alla crescita di un vero umanesimo».

## 6.2. Per un uso efficace del prodotto audiovisivo nell'IRC

A proposito del cinema e dell'audiovisivo seriale in generale, aggiungiamo noi per contiguità di natura, Giovanni Paolo II ebbe a dichiarare il 1° dicembre 1997: «Questo mezzo di comunicazione può assumere quindi anche una funzione pedagogica, che aiuta l'uomo nella conoscenza dei valori universali presenti nelle diverse culture, portandolo a percepire le legittime differenze come occasione di reciproco scambio di doni».

Esiste una infinità di titoli di film e serie televisive o in *streaming* utilizzabili nella pratica dell'IRC. Offrire un elenco è difficile, ma i motori di ricerca aiutano a trovare quelli più appropriati e significativi. Ciò che però è importante, è non limitarsi all'utilizzo di film esplicitamente religiosi provenienti dalle storie della Bibbia, dalla vita di Gesù o dall'agiografia. Una specificazione di utilizzo si trova su un contributo pubblicato sulla rivista *Itinerarium* sul rapporto tra Catechesi e cinema che può essere utile anche per l'IRC, film che – come ha affermato papa Francesco – possono essere

«scuola di umanesimo e di umanità». Quale uso allora occorre fare per l'IRC?

Dal *Direttorio per la Catechesi* possiamo ricavare due sfide rilevanti che ci interpellano. La prima: le tecnologie digitali hanno prodotto una infrastruttura culturale seriale e ampia influenzando sulla comunicazione e sulla vita delle persone. In tali nuovi spazi, «le persone acquisiscono notizie e informazioni, sviluppano ed esprimono opinioni, si impegnano nei dibattiti, dialogano e cercano risposte alle loro domande. Non valutare adeguatamente questi fenomeni porta al rischio di risultare insignificanti per molte persone». La seconda sfida può essere sintetizzata nel seguente modo: i giovani considerano lo *storytelling* più convincente e coinvolgente rispetto alle forme di discorso tradizionali, perciò il linguaggio che predilige la narrazione ha sui *Millennials* maggior presa rispetto a quello dell'argomentazione. Considerato che l'IRC ha una relazione profonda con la cultura insegnata nella scuola di ogni grado, e considerato altresì che la cultura contemporanea è condizionata, determinata, dalla narrazione seriale attraverso l'audiovisivo cinematografico e seriale, possono essere avanzati alcuni suggerimenti senza pretesa di perfezione né garanzia di efficacia poiché in questo incide la capacità didattica, la preparazione e il carisma dell'insegnante:

- Innanzitutto «mettere in correlazione fede e cultura, componente umana e religiosa, scienza e religione, scuola e altre agenzie educative».

- Utilizzare con creatività linguaggi, tecniche e strumenti, avendo una particolare attenzione per il linguaggio narrativo e autobiografico.

- Trovare modi adeguati ad affrontare le grandi questioni circa il senso della vita, la corporeità, l'affettività, l'identità di genere, la giustizia e la pace, che nell'era digitale sono interpretate in maniera differente.

- Formare capacità di scelta qualitativa e valoriale.

- Accompagnare il processo di conoscenza di sé stessi e degli influssi emotivi provenienti dalle suggestioni delle serie digitali.

- Formare il senso critico per la selezione di narrazioni audiovisive sane che aiutino a far crescere e a gestire emozioni sane utili alla crescita personale e sociale.

- Favorire l'autoeducazione comportamentale e relazionale (il tempo sociale, emozionale e affettivo).

- Contribuire alla creazione di una sana dieta mediatica riconoscendo che anche nelle serie esiste il rischio del *junk food* (letteralmente "cibo spazzatura") e della bulimia.

- Dare centralità alla relazione che per un insegnante richiede l'impegno dell'accompagnamento. A volte in casi particolari, personalizzato.

- Contribuire alla creazione di una consapevolezza che la scuola e le istituzioni educative devono farsi carico di queste attenzioni attraverso la pratica della educazione all'immagine come si fa con i testi della letteratura.

- Passare da un uso riempitivo a uno consapevolmente critico e formativo dell'audiovisivo attraverso una condivisione interpellante e dialogante, interpretativa e acuta.

- E finalmente, passare da una visione "inattentiva" dell'audiovisivo a quella che rivela la sua "introspeccività".

Il pensiero di Papa Giovanni Paolo II è chiaro e istruttivo:

Anche nei film di argomento non esplicitamente religioso è possibile trovare autentici valori umani, una concezione della vita ed una visione del mondo aperte verso il trascendente. Diventa così possibile lo scambio tra le diverse culture che si affacciano alla finestra aperta che il cinema offre: vengono in tal modo accorciate le distanze del mondo, e favorita la reciproca comprensione nel mutuo rispetto.»<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> BUTERA R., *La serietà della serialità. I prodotti audiovisivi per la formazione dei giovani nell'IRC in Catechetica ed Educazione. Cultura digitale e IRC.*

