



# il Galletto

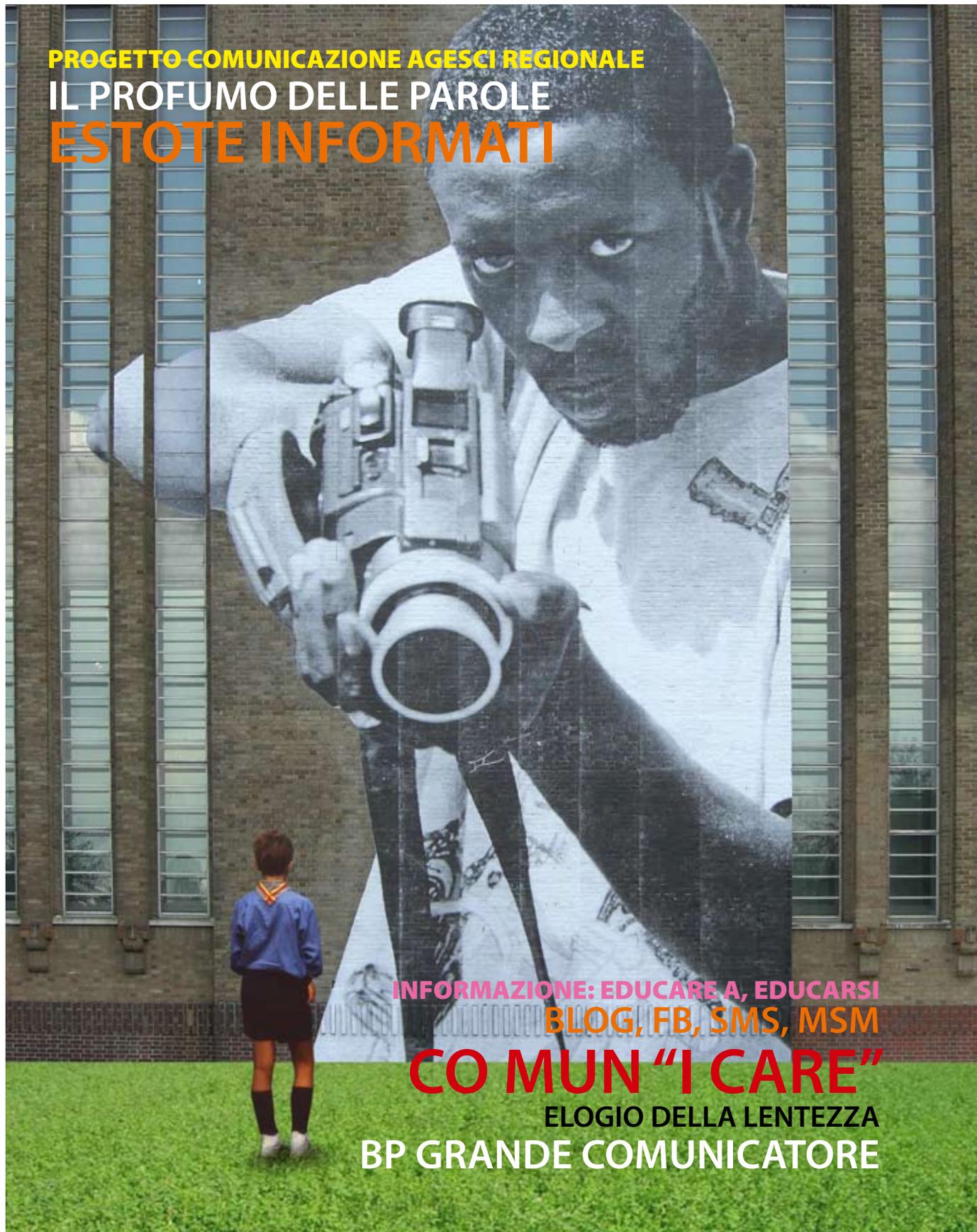
Notiziario dello Scautismo Cattolico dell'Emilia Romagna

Anno XLVII - Ottobre 2010, N. 5 - Periodico trimestrale



**PROGETTO COMUNICAZIONE AGESCI REGIONALE**  
**IL PROFUMO DELLE PAROLE**  
**ESTOTE INFORMATI**

COMUNICAZIONE



**INFORMAZIONE: EDUCARE A, EDUCARSI**  
**BLOG, FB, SMS, MSM**

**CO MUN "I CARE"**

**ELOGIO DELLA LENTEZZA**

**BP GRANDE COMUNICATORE**

<b>EDITORIALE</b>	EDITORIALE		3
<b>SUCCEDE IN REGIONE</b>	COMUNICAZIONE URGENTE	<i>Sergio Bottiglioni</i>	4
<b>SUCCEDE IN REGIONE</b>	IL GALLETTO ESCE DAL CARCERE la tipografia che lo stampa è nella casa circondariale di Bologna	<i>Sergio Bottiglioni</i>	6
<b>SUCCEDE IN REGIONE</b>	NOME: GIULIO, PROFESSIONE: TIPOGRAFO	<i>Sergio Bottiglioni</i>	8
<b>SUCCEDE IN REGIONE</b>	ESTOTE INFORMATI: esperienze in regione		8
<b>APPROFONDIMENTO</b>	NET-COMUNICATION educare nell'epoca del dominio di facebook... I consigli di Mussi Bollini (Rai3) all'assemblea dell'Agesci Emilia-Romagna	<i>Mattia Cecchini</i>	10
<b>APPROFONDIMENTO</b>	BODY TUNING il corpo come strumento estremo di comunicazione	<i>Stefano Costa</i>	12
<b>VISTI DA VICINO</b>	METTERE IN SCENA LA COMUNICAZIONE	<i>Antonio Liguori</i>	14
<b>VISTI DA VICINO</b>	UNA UNIFORME, TANTI MESSAGGI Piccolo promemoria su quante cose indossiamo (e perché)	<i>Mattia Cecchini</i>	16
<b>ARTE DEL CAPO</b>	IO, TU, NOI... quando la comunicazione apre a nuovi orizzonti	<i>Betty Tanzariello</i>	18
<b>ARTE DEL CAPO</b>	Co. Ca. ... CO mun "i CA re"... STIAMOCI A CUORE!	<i>Betti Fraracci</i>	20
<b>SGUARDO SUL MONDO</b>	EDUCARE ALLA LIBERTÀ...IN UN DISPLAY?	<i>Anna Rosa Gueli</i>	22
<b>SGUARDO SUL MONDO</b>	BLOG, FB, SMS, MSM, ecc... breve guida per esordienti e consigli per tutti	<i>Mauro Bonomini</i>	22
<b>SGUARDO SUL MONDO</b>	INFORMAZIONE: ISTRUZIONI PER L'USO	<i>Matteo Caselli</i>	24
<b>SGUARDO SUL MONDO</b>	ELOGIO DELLA LENTEZZA	<i>Paola Incerti</i>	25
<b>ALLE ORIGINI</b>	LO DICEVA ANCHE BP	<i>Matteo Caselli</i>	26
<b>VITA DI FEDE</b>	COMUNICARE LA FEDE?	<i>Don Gigi Bavagnoli</i>	28
<b>RUBRICA</b>	VIAGGIATORI DELLO SPIRITO Sant'Antonio: Il miracolo della Parola e la parola che fa miracoli	<i>Alessandro Ratti</i>	29
<b>RUBRICA</b>	ANGOLO DELLE IDEE		30
<b>RUBRICA</b>	ANGOLO DELLO YUMOR		31

**Il Galletto** Notiziario dello Scouting Cattolico dell'Emilia Romagna  
Anno XLVII - Ottobre 2010, N. 5 - Periodico trimestrale  
Direzione e Redazione: Via Rainaldi, 2 - 40139 Bologna  
[ilgalletto@emiro.agesci.it](mailto:ilgalletto@emiro.agesci.it)

Chiuso in redazione il 25 ottobre 2010

**Direttore responsabile**  
Mattia Cecchini

**Capo redattore**  
Sergio Bottiglioni

**In redazione:** Don Gigi Bavagnoli, Fra Maurizio Bazzoni, Fabrizio Caldi, Matteo Caselli, Serena Ferretti, Elisabetta Fraracci, Anna Rosa Gueli, Paola Incerti, Antonio Liguori, Dario Seghi, Betty Tanzariello

**Redazione fotografi:** Roberto Ballarini, Mauro Bonomini, Nicola Catellani, Gioia Fantozzi, Nino Guarnaccia, Francesca Majonchi, Matteo Medola, Daniele Tavani

**Vignette e cartoons:** Guido Acquaviva, Lucio Reggiani, Davide Sassatelli

**Grafica e impaginazione:** Silvia Scagliarini - [info@novepunti.it](mailto:info@novepunti.it)

**Stampa:** Il Profumo delle parole, c/o Casa circondariale di Bologna

**Immagine di copertina:**  
Elaborazione dell'opera di JR (Paris), esposizione temporanea "Street art", Tate Modern Londra, 2008 (Foto di Francesca Majonchi)

Tutti i numeri del Galletto dal 2001 ad oggi sono su:  
[www.emiroagesci.it/il-galletto](http://www.emiroagesci.it/il-galletto)

Sped. in A.P. art. 1 comma 2 - DL353/2003 (conv. L46/2004) Filiale di BO - Via Rainaldi 2, 40139 Bologna - Autorizz. Tribunale di Bologna 31-7-63 reg. 3066, c.c.p. N. 16713406 intestato al Comitato Regionale Agesci Emilia Romagna.

Informativa ai sensi dell'art. 13 del decreto legislativo 30/06/2003 n. 196  
Desideriamo informarti che il D.Lgs. n. 196 del 30 giugno 2003 ("codice in materia di protezione dei dati personali") prevede la tutela delle persone e di altri soggetti rispetto al trattamento dei dati personali. Secondo la normativa indicata questo trattamento sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della tua riservatezza. Ai sensi dell'art.13 del D.Lgs. n.196/2003, pertanto ti informiamo che i dati da te forniti per il ricevimento della rivista "Il Galletto", saranno trattati con modalità prevalentemente elettroniche, per gestire la spedizione della rivista e per attività a ciò strumentali. I tuoi dati personali verranno utilizzati esclusivamente per le finalità sopra indicate e potranno essere comunicati esclusivamente a soggetti competenti per l'espletamento delle finalità suddette. Le categorie di soggetti incaricati al trattamento dei dati sono gli addetti all'elaborazione dati, al confezionamento e spedizione del materiale editoriale. Il conferimento dei tuoi dati è facoltativo, ma necessario per poter attuare l'attività sopra individuata. In caso di un tuo rifiuto saremo impossibilitati a dare corso alla consegna della rivista ed ai relativi adempimenti connessi. I titolari del trattamento sono congiuntamente i Responsabili Regionali dell'Agesci - Emilia Romagna, con sede in Bologna, Via Rainaldi, 2 40139. In ogni momento potrai esercitare i tuoi diritti nei confronti del titolare del trattamento ai sensi dell'art. 7 del D.lgs. 196/2003.



ANTONINO GUARNACCIA

**di Sergio Bottiglioni**

Il numero del Galletto che hai fra le mani è il primo di una nuova avventura editoriale, che si inserisce all'interno di un progetto più ampio volto a rilanciare la "comunicazione" in regione. Il tema è decisamente importante. Non si tratta solo di comunicare bene all'esterno chi siamo, cosa facciamo e tutelarci da eventuali assalti mediatici quando qualcuno dei nostri gruppi si invischia in qualche disavventura, ma anche pensare al modo migliore di essere vicini ai capi e di aiutarli nel loro servizio. Questo in che modo? Cercando di fornire riflessioni e stimoli, ma anche spunti pratici, idee per attività, nonché semplificando e organizzando la circolazione di notizie e il racconto di quello che si fa. Abbiamo quindi messo in campo tre strumenti, ognuno valorizzato al meglio per quello che è la sua natura: la rivista Il Galletto, il Sito internet e una recente creazione, la Newsletter.

Questo ci ha consentito di rinnovare completamente il Galletto, depurandolo di tutti quegli argomenti puramente informativi o di cronaca che possono essere meglio riportati sul sito e trasformandolo in momento di approfondimento dei temi della vita regionale. Faremo numeri prevalentemente monotematici, anche per dare un senso al custodire la rivista in uno scaffale e magari tirarla fuori in futuro per preparare qualche attività. Il tema di questo nuovo numero è quello più naturale: la COMUNICAZIONE. Chiariamoci, la comunicazione che ci interessa non è la seduzione della pubblicità, né tantomeno l'imbonimento televisivo, ma quella che avviene fra le persone, che richiama necessariamente l'idea di un qualche cosa che per funzionare ha bisogno di cooperazione e dell'instaurarsi di un legame. Per comunicare, i sogget-

ti - pur diversi - devono porsi su un piano comune per costruire insieme una realtà e una verità condivisa. È bello fermarsi ad osservare che nella comunicazione è colui che la "riceve" che assegna a questa un significato. Nel numero sviscereremo alcuni aspetti della comunicazione che ci coinvolgono come educatori e spiegheremo il nuovo "Progetto Comunicazione" e le novità messe in campo in Regione. Pensando a come impostare il nuovo Galletto ci siamo dati l'obiettivo di provare a fornire contenuti, spunti e riflessioni per tutti i palati, provando comunque a rimanere abbastanza accessibili e concreti, curando le immagini, inventando nuove rubriche e lasciando spazio a un po' di sano humour. Il Galletto quindi si rinnova, si chiude un periodo e se ne apre un altro, nel segno di una continuità che va avanti da 47 anni. Ad oggi rimangono le incertezze dovute all'abolizione delle tariffe postali agevolate. Ringraziamo Andrea Parato e gli amici "piadinari" della precedente "redazione romagnola". Ci auguriamo di riuscire a proseguire degnamente il lavoro fatto con competenza da chi ci ha preceduti. Sicuramente metteremo in questa avventura tutto il nostro entusiasmo e passione. Attenzione; se è vero che la comunicazione è "cooperazione", per rendere efficace la nostra comunicazione, abbiamo certamente bisogno di un dialogo con voi lettori, dei vostri contributi, lettere e suggerimenti e, soprattutto, che crediate, che nell'epoca del virtuale e della velocità, leggere una rivista di carta stampata sia ancora un valore da difendere.



Opera di BLU - Ex mercato ortofrutticolo a Bologna

# COMUNICAZIONE URGENTE

## L'AGESCI EMILIA ROMAGNA CAMBIA IL MODO DI PARLARE, ECCO COME



di Sergio Bottiglioni

### L'INCARICATO REGIONALE ALLA COMUNICAZIONE

Le "Linee guida per la comunicazione dell'Associazione" (punto 10.7 atti preparatori C.G. 2009, approvate al medesimo C.G.) rilanciano con forza il tema della comunicazione per l'AGESCI, definendo obiettivi, metodi e strumenti, nonché i criteri per gestire la comunicazione in maniera coordinata ai diversi livelli.

Per quanto riguarda il livello regionale, il punto di partenza per impostare un progetto integrato in tema di comunicazione è la nomina di un soggetto di riferimento unico: l'incaricato regionale alla comunicazione. Per la nostra regione il ruolo è ricoperto dal sottoscritto.

### PERCHÉ COMUNICARE E COSA COMUNICARE

La comunicazione è senza dubbio uno strumento privilegiato per la nostra Associazione al fine di acquisire visibilità e promuovere efficacemente all'esterno l'azione educativa svolta dai nostri capi.

Attraverso la comunicazione possiamo parlare di noi e allo stesso tempo porre le basi per costituire "reti" educative con altre realtà ed associazioni, impegnate su temi a noi vicini.

La comunicazione rappresenta pertanto la modalità con cui ci raccontiamo all'esterno, la "faccia pubblica" dell'Associazione, il modo per ottenere visibilità e tutelare la nostra immagine.



Foto articolo - NICOLA CAPELLANI

Aspetto non meno importante riguarda la comunicazione rivolta "all'interno", ovvero quella indirizzata ai capi, a ragazze/i, e ai loro genitori. La comunicazione diventa il mezzo per essere "vicini" alle persone fornendo informazioni, strumenti e approfondimenti di diversa natura.

### TRE STRUMENTI DIVERSI PROPOSTI

Abbiamo deciso di proporre tre diversi strumenti di comunicazione:

**sito internet, newsletter e rivista Il Galletto.**

Ognuno di questi strumenti sarà utilizzato secondo le sue potenzialità considerando:

- il "fattore tempo": determinante nel veicolare le informazioni nei giusti momenti;
- l'atteggiamento attivo o passivo del capo rispetto ai diversi contenuti (cioè: "hai bisogno di qualcosa di specifico e quindi lo cerchi", oppure "voglio dirti qualcosa e quindi ti raggiungo");
- le potenzialità degli strumenti informatici e allo stesso tempo la diversa alfabetizzazione e familiarità rispetto all'uso dei medesimi dei capi giovani e meno giovani.

Se vuoi comunicare con l'incaricato regionale alla comunicazione Sergio Bottiglioni: [stampa@emiro.agesci.it](mailto:stampa@emiro.agesci.it)



**SITO INTERNET**  
[www.emiro.agesci.it](http://www.emiro.agesci.it)

Il sito internet regionale è uno strumento dinamico che ha la sua forza nella possibilità di essere aggiornato "in tempo reale".

Sul sito potrai trovare:

- informazioni sulle strutture regionali con i contatti dei diversi referenti;
- il calendario dei campi e della vita associativa;
- i siti di branca e di settori;
- informazioni logistiche su eventi regionali (assemblea, convegno metodologico, ecc.);
- moduli per l'iscrizione on-line a campi ed eventi;
- la "vetrina della vita regionale" cioè cronache di attività ed eventi e relative foto, notizie di rilievo regionale;
- l'archivio elettronico delle newsletter e del Galletto;
- link e rimandi a "siti amici";
- info dalla segreteria.



COMUNICAZIONE "VIA ETHERE" IN "STIVE SCOUTS"

### RIVISTA "IL GALLETTO"

Il Galletto è mantenuto in versione cartacea, è rinnovata la grafica e, novità - è stampato in quadricromia. La rivista si svuota di tutte quelle parti puramente informative (che sono recuperate sul sito) e diventa luogo di approfondimento e riflessione sui contenuti legati alla vita regionale.

Tendenzialmente si cerca di proporre numeri con una parte preponderante "monotematica" che sviluppino temi di forte interesse regionale. Il punto di forza del numero monotematico è che "motiva" a tenersi la rivista anche dopo averla letta/sfogliata perché si potranno trovare contenuti utili al proprio servizio anche in futuro. L'idea è quindi quella di fornire un "sussidio" che non si esaurisca nel momento della lettura riducendosi a mero oggetto di consumo, ma un contributo che possa rimanere nel tempo, questo anche pensando ai costi che la regione sostiene per la stampa e spedizione. Sempre nell'ottica di contenere i costi, ci saranno meno numeri, ma più corposi.

Se vuoi comunicare con la redazione puoi farlo scrivendo a:

[ilgalletto@emiro.agesci.it](mailto:ilgalletto@emiro.agesci.it)

### NEWSLETTER

La Newsletter è inviata per email ai capi della regione, e a chi ne fa richiesta, con cadenza di circa 20 gg. È lo strumento che useremo per raggiungerci al fine di informarti puntualmente sulle varie questioni. Tipiche notizie possono essere: nuove date di campi, segnalazioni di iniziative promosse dalle Zone, dalla Regione o da altre agenzie educative, articoli pubblicati sul sito, ecc....

Ogni newsletter contiene dei titoli ed informazioni puntuali brevi, che riportano il link ad un sito dove trovare approfondimenti.

Se non la ricevi o vuoi mandare delle segnalazioni puoi farlo scrivendo a:

[newsletter@emiro.agesci.it](mailto:newsletter@emiro.agesci.it)

# IL GALLETTO ESCE DAL CARCERE

## LA TIPOGRAFIA CHE LO STAMPA "IL PROFUMO DELLE PAROLE" È NELLA CASA CIRCONDARIALE DI BOLOGNA



Foto articolo - MATTEO MEDOLA



di Sergio Bottiglioni

Il tipo di carcere che abbiamo oggi in Italia è un triste simbolo dell'incapacità della società civile di gestire un problema. Alla giusta pena commisurata per un reato, si aggiungono pene accessorie derivanti dalle condizioni detentive insopportabili: l'inedia forzata, la carenza di spazi e di educatori, le scarse condizioni igieniche e potremmo - ahimè - proseguire la lista. A scanso di equivoci, è bene ricordare che la condizione di restrizione legata alla pena commisurata deve - per legge - salvaguardare il diritto basilare alla salute, all'istruzione e al mantenimento di relazioni familiari. Se quindi per sbaglio cadessimo in meccanismi psicologici del tipo "cosa pretendono questi che hanno compiuto dei crimini?", probabilmente dovremmo interrogarci. Le condizioni di difficoltà in cui versano le carceri italiane hanno poi ricadute dirette su tutte le persone che frequentano il carcere, siano essi familiari o persone che in carcere ci lavorano e che si trovano quotidianamente a dover "controllare" una situazione di convivenza molto difficile. Con questi pensieri e abbastanza timore mi trovo a varcare il primo dei tanti cancelli della Casa Circondariale di Bologna, che separano il "fuori" dal "dentro", quel "dentro" che ospita la tipografia "il Profumo delle parole" che ha stampato questo numero del Galletto e che continuerà a farlo in futuro. Che bel nome ha questa tipografia: ci dice che attraverso le parole è quindi possibile comporre strutture immaginifiche in grado di accarezzare i diversi sensi... e

questo succede incredibilmente anche qui dove sono ora.

La scelta di utilizzare una tipografia che impiega detenuti vuole essere un chiaro segnale che ci fa dire che non ci accendiamo a quelli che considerano il carcere come "una pattumiera sociale" e neanche ci adagiamo sul concetto del "luogo della dimenticanza", ma crediamo in una giustizia che consenta percorsi di recupero fondati sul lavoro e offra delle possibilità di reinserimento a chiunque.

Andrò quindi a visitare la tipografia, ma ancora più importante, ad incontrare chi ci lavora e trasformerà un file in pagine stampate, che tanti capi poi leggeranno. Mi accompagna Paola, scout e attuale presidente dell'Associazione "il Poggeschi per il carcere" di Bologna, che promuove da tempo diverse attività educative in carcere, tra cui la nota "Estate Dozza" che ha coinvolto in passato dei clan.

Incontriamo prima la Direttrice della Casa Circondariale, la dott.ssa Ione Toccafondi, che con grande gentilezza ci ha accolti e accompagnati e con la quale abbiamo chiacchierato un po' della situazione di Bologna.

Iniziamo con dei numeri. Ci dice che: "attualmente la struttura ospita circa 1200 persone (al 25/11/2009 la capienza regolamentare sarebbe 483 e quella tollerabile: 882 - fonte: <http://www.associazioneantigone.it/>), di cui circa il 64% sono stranieri di 52 località". Di questi solo una piccola parte scontano la pena definitiva, mentre gli altri dei cosiddetti reparti "giudiziari" hanno processi in corso". Mi dice che: "abbiamo calcolato che su 100 persone che entrano, 20 rimangono meno di 5 giorni e dopo un anno resta il 30%". Il grande turnover rende effettivamente più complicato l'avvio di progetti che abbiano una certa durata.

Le chiedo qualche chiarimento sui numeri e sulle cause del sovraffollamento; "cosa sta succedendo, c'è maggiore delinquenza?". Mi dice che: "principalmente è un problema legato all'introduzione di nuove norme, avvenute sotto la spinta di un allarme sociale alimentato soprattutto dai mass media e cavalcato dalla politica. L'effetto di queste nuove norme (vedi ad es. l'introduzione del reato di clandestinità NdR) porta maggiori ingressi in carcere e minori uscite a causa della restrizione

dell'applicazione delle misure alternative alla carcerazione". Se penso che la "soluzione politica" alla situazione carceraria (il recente "Piano carceri") prevede soprattutto la costruzione di nuove carceri, mi viene in mente quel mio amico urbanista che diceva che pensare alla soluzione del traffico come la costruzione di nuove strade, sia effettivamente una grande bestialità.

"Dott.ssa, quanto è importante il lavoro in carcere?". "È fondamentale perché consente ai detenuti di impiegare il tempo e di avere delle entrate economiche". Capisco che le attività lavorative sono comunque un privilegio di pochi e sono soprattutto legate alla vita quotidiana del carcere. Si lavora a rotazione, solo per alcuni periodi all'anno. Il lavoro coinvolge a Bologna circa 100 persone, molte delle quali in maniera saltuaria.

Di attività lavorative diverse dai servizi al carcere ("scopino", "spesino", "scrivano", "bibliotecario", ecc...), non ce ne sono abbastanza, a parte la tipografia e un'attività legata al recupero e al riciclo degli elettrodomestici.

La tipografia "il Profumo delle parole" nasce nel 2003, grazie anche al contributo delle Amministrazioni pubbliche locali e della Regione. È gestita dalla cooperativa sociale Altercoop di Bologna. In passato ha impiegato anche 3 detenuti per volta. Oggi vi lavora un solo detenuto, regolarmente assunto; le commesse sono scarse e la stessa potrebbe essere a rischio chiusura. Di recente, la dott.ssa Desi Bruno, a lungo Garante dei diritti delle persone private della libertà personale per il Comune di Bologna, ha lanciato un appello alla città. Sembra che dopo il contributo all'avvio delle attività della tipografia, le stesse Amministrazioni se ne siano un po' disinteressate.

Chiedo alla direttrice quanto è importante il volontariato. Mi risponde senza esitare che è fondamentale e copre molte delle



falle. Mi racconta che nonostante le difficoltà è convinta che con questo carcere si possa fare "prevenzione sociale" e che si possano "offrire delle opportunità".

La Direttrice, che conosce bene gli scout perché ha un figlio che è stato capo Agesci, mi invita a trovare forme di collaborazione e a "portare dentro" i ragazzi. "Quando ero direttrice all'Istituto di Prato, lavoravamo spesso con le scuole, sono venuti anche bambini delle scuole elementari... I ragazzi proponevano varie attività, ad esempio uno spettacolo e dopo c'era uno scambio di domande con detenuti. Ho visto crearsi situazioni molto belle e molto intense". Le dico che mi farò portavoce di questa possibilità. Intanto penso che mi piacerebbe riportare nella rivista anche dei contributi di detenuti. Potrebbero portare sui temi affrontati un "punto di vista particolare", in quanto le dinamiche interne al carcere sono le stesse, più amplificate, che riguardano la società. Lavoreremo su questo.

Vado via un po' confuso e penso che uno stato moderno e democratico debba sulla questione fare necessariamente di più e che proprio il carcere potrebbe diventare un indicatore di giudizio della civiltà di un paese.

Certamente anche qui lo scoutismo potrebbe dare un buon contributo, ma non siamo molto presenti.

Una situazione che vedo coi miei occhi, in diretta, comunque mi conforta. Stanno per liberare una detenuta di colore, arrestata per traffico di stupefacenti. Hanno organizzato una piccola festa per salutarla e il personale educatore si è tassato per farle un regalo. È una bella immagine, ancora una volta la dimostrazione che le persone riescono ad essere meglio delle situazioni in cui operano. Si legge commozone e si capisce che una relazione profonda si è instaurata e che in questo caso qualcosa ha funzionato. Saldato il suo debito con la giustizia, essendo lei irregolare, avrà qualche giorno per abbandonare l'Italia, oppure ricadere in una situazione di reato, con le possibili conseguenze che ben conosce. Quando ho detto alla Direttrice che uno degli obiettivi della nostra Associazione è "educare a diventare un buoni cittadini", mi dice che la maggioranza di questi, in effetti, non è "neanche cittadino"...

## APPROFONDIMENTI

- > Se vuoi approfondire il mondo del carcere, conoscere le speranze e le sofferenze delle persone che lo vivono, i temi della giustizia e della pena in genere: [www.ristretti.it](http://www.ristretti.it)
- > Se hai da stampare qualcosa, puoi rivolgerti alla tipografia "il Profumo delle Parole", tramite la cooperativa sociale Altercoop: [info@ilprofumodelleparole.it](mailto:info@ilprofumodelleparole.it)
- > Sulle attività del Centro Poggeschi per il carcere, che può aiutarvi ad organizzare approfondimenti sul tema e anche a "portare dentro le vostre attività dentro al Carcere" [www.centropoggeschi.org](http://www.centropoggeschi.org)
- > Sul ruolo e le attività del Garante dei diritti delle persone private della libertà personale di Bologna: [www.iperbole.bologna.it/garante-detenui](http://www.iperbole.bologna.it/garante-detenui)





Nome: Giulio  
Professione: Tipografo

Intervista a cura di Sergio Bottiglioni

La tipografia "il Profumo delle parole" si trova al piano terra della Sezione Penale, lì incontro Giulio. Gli racconto chi rappresento e che ci serviremo della tipografia per stampare la rivista il Galletto che è inviata a circa 4200 capi scout della Regione Emilia Romagna. Per rompere un po' il ghiaccio gli chiedo di raccontarmi come si svolge l'attività della tipografia e le diverse fasi di lavoro; la sequenza che trasforma un file in un giornale piegato e aggraffato, pronto ad essere spedito. Mi racconta con passione e competenza le diverse fasi e l'uso delle macchine. È consapevole che questo lavoro ha anche un lato creativo e che il risultato dipende esclusivamente da lui. Capisco al volo che dietro a questo lavoro c'è molto di più che realizzare delle lastre, stampare e tagliare.

**D. Giulio come è nato questo lavoro?**  
R. Mi piaceva molto disegnare. Un giorno ho visto in bacheca che proponevano un corso per tipografi e ho fatto la "domandina". Sono riuscito a partecipare. Eravamo circa 15 persone. Il corso è durato 3 mesi. Alla fine ho dovuto sostenere un esame con una commissione esterna per avere l'attestato. Io e un altro siamo passati con il massimo dei voti! In quel periodo lavoravo alla biblioteca. Un giorno mi dicono che c'era bisogno di qualcuno in tipografia. Ho accettato e iniziato a lavorare qui. Prima con una borsa lavoro e poi mi hanno confermato.

**D. Quindi non era un lavoro che sapevi già fare?**  
R. Assolutamente no. In Calabria, da dove provengo, abbiamo della terra e mi occupavo della campagna. Il lavoro l'ho imparato con il corso e poi lavorando qui con altri tipografi esperti che mi hanno insegnato i vari trucchetti. Prima eravamo di più, ma oggi sono solo e mi occupo di tutto io.

**D. Cosa ti piace di questo lavoro?**  
R. È un lavoro creativo e mi responsabilizza. Il risultato finale dipende da me. Per esempio prendi il colore: ho dei riferimenti, ma alla

*fine il controllo è visivo e sono io che agisco sulle macchine per caricare più o meno un certo colore.*

**D. Quanto è importante per te questo lavoro?**  
R. È importantissimo. Con il lavoro ricevo un regolare stipendio. Per me, in carcere, spendo poco e ogni mese faccio un assegno alla famiglia. Sono sposato e mia moglie è venuta a stare qua vicino a me. Non abbiamo bambini; ci penseremo più avanti. È bello pensare di non dovere gravare sui propri cari e anche dal carcere avere la possibilità di aiutarli. Poi, il lavoro è anche un modo per non stare in Sezione... è brutto là.

**D. Lavorare con continuità in carcere è certamente un privilegio, perché secondo te ti hanno dato questa possibilità?**  
R. È una bella domanda. Me lo chiedo anch'io. Credo che abbiano visto in me una persona seria a cui potevano dare questa responsabilità. Questo è un lavoro che non possono fare tutti.

**D. Quanto ti manca al fine pena?**  
R. Otto anni.  
**D. Pensi che quando uscirai vorrai continuare a fare questo lavoro?**  
R. Vorrei fare il musicista. Sai, ho questo hobby, mi piace suonare.  
D. Mi sa che di musica però si campa male.  
R. Eh sì! Mi conviene tenermelo come hobby. Probabilmente vorrei continuare a lavorare in una tipografia.

Ringrazio Giulio per la disponibilità e competenza con cui ha spiegato a me profano come funziona una tipografia. Saluto le "sue macchine": una semiautomatica Heilderberg GTO52, un po' vecchietta e una più aitante automatica SAKURAI mod. Oliver72E2. Mi chiede se posso spedirgli qualche numero del Galletto vecchio per capire di cosa si tratta. Gli spedirò anche una copia del libro/catalogo del Capitolo Regionale RS "chiedimi se sono felice". Mi piace l'idea che il messaggio di una felicità possibile, da costruire pazientemente, possa evadere dalla carta e invadere un carcere. Ripasso una buona fila di cancelli e mi ritrovo fuori. Ci sono ancora famiglie in attesa di andare a colloquio. Respiro. Sono più che mai convinto che abbiamo fatto una buona scelta.

# ESTOTE INFORMATI: esperienze in regione



## LC: GIORNALISMO CHE PASSIONE! GIOCIAMOCI!

Senza dimenticare a casa gli strumenti indispensabili del mestiere – quaderno, biro, macchina fotografica, ma anche fantasia, curiosità, occhi aperti e orecchie attente – 30 lupetti e coccinelle di tutta l'Emilia Romagna si sono ritrovati a Rocca delle Caminate, l'11-12-13 giugno scorso, per partecipare alla Piccola Orma "Giornalismo che passione! Giochiamoci!". Aiutati da alcuni membri della redazione di Giochiamo, si sono trasformati in veri e propri giornalisti: mouse in mano, hanno creato un volantino per presentare la propria sestiglia; hanno lasciato correre l'immaginazione per inventare una storia;

hanno zoomato sui volti intenti a lavorare; hanno tradotto in disegno ciò che vedevano; hanno ideato i contenuti e le illustrazioni di alcune rubriche di Giochiamo; hanno scritto poesie e recitato scenette... In altre parole: hanno comunicato! Ciò che sentivano, ciò che pensavano, ciò che sapevano, ciò che di importante avevano da dire. Ciascuno a proprio modo, ciascuno dal proprio punto di vista. Tutti con un unico obiettivo: comunicare per entrare in relazione con l'altro. E se anche Dio ha dovuto usare la Parola per andare incontro all'uomo, perché non farlo anche noi?

## GIORNALISTI EG

Selezionare le informazioni, fiutare le notizie e scriverle in modo semplice e veloce. E ancora, usare le immagini per creare photonews, girare videointerviste, fare inchieste e analizzare i giornali per comporre una rassegna stampa. Sono gli ingredienti dell'edizione 2010 dei Campetti di Specialità "Redattore", rivolti agli E/G in cammino per la tappa della Scoperta e/o Competenza, che quest'anno animano tre diverse basi scout in regione. A Molinazzo (BO) e Rocca delle Caminate (FC) sono

stati svolti rispettivamente in maggio e luglio, con una partecipazione media di cinque ragazzi. A Gossolengo (PC), il 16 e 17 ottobre prossimo, il campetto impegnerà invece esploratori, guide e capi. Al campetto i ragazzi sperimentano la vita di redazione da veri e propri addetti ai lavori, conoscendone i ritmi, i pregi, i difetti ed assaporando le molteplici sfaccettature dell'affascinante mestiere di giornalista. (<http://www.emiroagesci.it/notizie-eg>)



## RS: PERCHÉ NO, UN CAPITOLO SULL'INFORMAZIONE

15 i ragazzi del clan, 5 i mesi di lavoro, tantissime le persone intervistate. Questi sono i numeri del capitolo "sull'informazione" che ha coinvolto i componenti del clan del gruppo Bologna 2. Tutto è partito con un'indagine, una serie di interviste per verificare con quale mezzo la gente comune si informa. Le risposte sono poi state elaborate ed è emerso che a differenti età corrispondono differenti fonti principali di informazione. Se i giovani preferiscono internet e la pluralità di punti di vista che la rete mette a disposizione, i più grandi privilegiano i quotidiani e la comodità dei telegiornali durante il rito del pasto. Grande interesse ha suscitato questo capitolo per i ragazzi del clan che hanno potuto comprendere l'importanza dei mezzi di comunicazione nel nostro tempo. "... Volevamo prendere di petto un argomento, approfondirlo capirlo e sentirlo nostro al punto da poter prendere una posizione ed esprimere un nostro parere..."

l'essenza stessa del capitolo. Queste sono le parole di Federico Stivani, capoclan del Bologna 2. Inizialmente è stato deciso il tema, la prima fase di ogni capitolo. L'informazione interessava, dava buoni spunti di lavoro ed la comunità era curiosa di affrontare questo argomento. Creando dei gruppi di lavoro il clan ha poi approfondito questa tematica e sono state parallelamente realizzate anche numerose interviste casuali a gente incontrata in differenti contesti, per la strada, in biblioteca, in facoltà. Infine per concludere in maniera utile il capitolo, sono proseguite le discussioni comunitarie, non più per gruppi. L'obiettivo era capire e comprendere l'esperienza fatta e trarre delle conclusioni da cui prendere una posizione. Il capitolo ha dato tanto al clan, a distanza di mesi il ricordo è vivo e sono state tante le manifestazioni di interesse che sono giunte al Clan!





Foto articolo - GIOIA FANTOZZI

# BODY TUNING IL CORPO COME STRUMENTO ESTREMO DI COMUNICAZIONE

di Stefano Costa

È già da qualche anno che diversi studi segnalano nei ragazzi la necessità di manipolare-modificare il proprio corpo con tatuaggi, piercing, scarnificazioni al limite dell'autolesione, ma questa è una di quelle cose che gli adulti fanno un po' fatica ad accettare...

Nel 2006 il 7° rapporto nazionale EURISPES sulla condizione dell'infanzia e dell'adolescenza (1) affermava: è l'epoca del body tuning, tendenza che identifica la possibilità di modificare - letteralmente "accordare" - il

proprio corpo in maniera rilevante trasformandolo in un vero e proprio strumento/contenitore/oggetto di rappresentazione del Sé. Nell'indagine, i significati che i giovani attribuivano a questi comportamenti erano: la sensualità, l'anticonformismo, la capacità di essere più attrattivi nei confronti del prossimo; il tutto avviene, è bene ricordarlo, in un'epoca nella quale non vi sono più riti di passaggio condivisi ed accettati per il passaggio all'età adulta.

L'elemento che oggi forse è più at-

tuale nel capitolo delle trasgressioni è il "farsi male", dal più accettabile e controllato piercing e piccoli tagli sui polsi, fino alle "filosofie" che fanno del dolore e della morte un fine, come gli "Emo". Per dare un'idea della diffusione di questo fenomeno, alcune ricerche affermano che in Italia riguarda dal 20% (2) al 40% (3) dei ragazzi fra scuola superiore ed università.

In queste azioni, come in tutti i comportamenti adolescenziali, è importante cercare un significato, fornire un'interpretazione che consenta di cogliere un seppure minimo filone positivo; la positività intrinseca in ogni adolescenza, nella condanna del mondo adulto, verso la costruzione ideale di un mondo migliore, e che



anche nella letteratura classica ha da sempre visto contrapposti gli adulti ai giovani. L'energia positiva, la spinta al cambiamento che in questo modo si può far cogliere ai ragazzi è utile a reindirizzare in modo più efficace e produttivo una generica critica o una espressione di rabbia non altrimenti codificata.

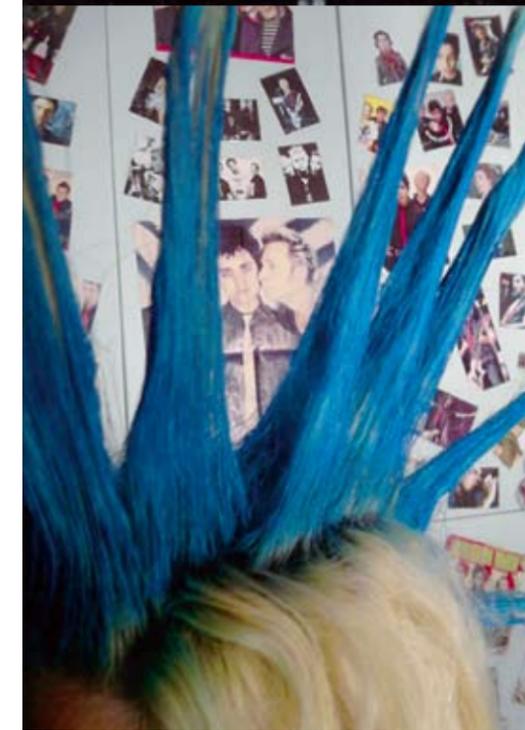
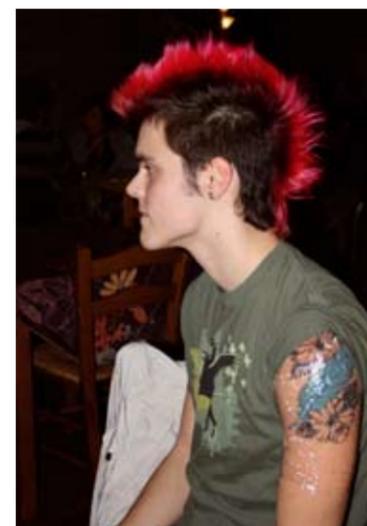
Nell'intento di attribuire un significato di protesta e quindi anche un certo "valore" alle azioni trasgressive si pone la posizione quasi provocatoria di un antropologo francese che si è occupato molto di questi aspetti, David Le Breton (4). È lui che dice: "La propensione all'agire che caratterizza quest'età è legata all'incompletezza dei processi identitari, alla difficoltà di mobilitare in sé risorse di senso che permettano di affrontare gli scogli con altre modalità. L'agire è un tentativo di sfuggire all'impotenza, alla difficoltà di pensarsi, anche se è spesso gravido di conseguenze. Le condotte a rischio sono in primo luogo dolorosi tentativi di ritualizzare il passaggio all'età adulta. Ricerca di limiti mai dati o insufficientemente stabiliti, forme di resistenza - sono riti intimi di contrabbando volti a fabbricare senso per poter continuare a vivere - le condotte a rischio attingono alla sofferenza di non trovare significato alla propria esistenza. Se le nostre società costruissero l'evidenza di un ingresso nella vita, se picchettassero il cammino e gli dessero una finalità,

se sapessero fornire significati propri alla costruzione di sé e all'avanzata nella vita, non dovrebbero confrontarsi con una tale ampiezza di sofferenza adolescente o di condotte a rischio. Là dove l'ambito sociale in cui vive non gli accorda il riconoscimento, il giovane lo ricerca per conto suo mettendosi in pericolo o provocando gli altri".

Se è vero che il body-tuning anche nelle sue espressioni più pesanti può avere al suo interno un significato positivo, è certamente vero anche che è compito di chi si occupa di educazione cercare di aprire strade comunicative meno rischiose e più proficue. Come fare? Che strumenti utilizzare? Per rispondere possono essere utili i risultati di ricerche che sono state compiute sui fattori di rischio e protettivi per comportamenti estremi come il tentato suicidio, l'uso di sostanze e la devianza; in modo uniforme questi studi mostrano l'importanza di due aspetti:

- la relazione di sostegno fra coetanei, l'amicizia,
- trovare adulti che nutrano per questi ragazzi una alta aspettativa, un sogno, un progetto positivo per il futuro.

Sono cose apparentemente semplici, ma in realtà profonde e che richiedono a tutti - adulti di riferimento e coetanei - un'attenzione agli altri, un investimento - anche ideale - che può dare frutti concreti.



Riferimenti bibliografici:

- (1) 7° Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'infanzia e dell'adolescenza, Eurispes, Marzo 2006.
- (2) "Autolesionismo, Disturbi Alimentari e Disturbi di Personalità", Vicenza nell'ottobre 2008.
- (3) Cerutti R., et. Al., Prevalence and clinical correlates of deliberate self-harm among a community sample of Italian adolescents - J.Adolesc. 2010 Maj 12
- (4) D. Le Breton, Antropologia del corpo e modernità, Giuffrè Editore, 2007.

# METTERE IN SCENA LA COMUNICAZIONE

di Antonio Liguori

**Mi è venuta voglia di provare alcune droghe. Cosa da non dire mai a un capo se non lo si vuol vedere svenire alla verifica di un capitolo sulle dipendenze. Ma solitamente i ragazzi sono clementi e queste cose, se le pensano, non le dicono.**

**Abbiamo esagerato con le provocazioni o abbiamo superato le "raccomandazioni" e la comunicazione ha avuto successo? In un dialogo con una capo fuoco (Aida) e un rover (Orlando) di uno stesso clan proviamo a leggere uno spettacolo da scrivere e improvvisare.**

Narrazione, scrittura, linguaggio del corpo, fiction, ingresso e uscita dai ruoli, cambiamenti di scena e di scenografia e, soprattutto, improvvi-

sazione e imprevisto. L'essere capo è un'opera da scrivere con stile e metodo.

La prima e normale preoccupazione di uno staff che voglia mettere in scena questo spettacolo è quella di controllarne lo svolgimento. Si serve del metodo per costruire su solide basi un canovaccio che proceda da una problematizzazione a uno scioglimento passando attraverso un'esperienza che inscriba tutto nella carne e conduca fuori dalla metafora.

Chiedo a **Orlando** di parlarmi liberamente dell'anno scout. Inizia parlando del capitolo "sulla droga". Gli chiedo chi l'abbia proposto. L'idea è venuta dai ragazzi più grandi. Si è parlato anche a tutto tondo delle dipendenze. Ha apprezzato l'attività in cui sono stati presentati, tramite

un gioco, diversi tipi di droga, palesandone sia i rischi sia gli effetti. Ha gradito il fatto che non siano stati espressi giudizi diretti da parte dei capi lasciando spazio alla discussione tra i ragazzi. Ha ritenuto efficaci le storie di vita vera o verosimile, che fossero film o testimonianze.

Chiedo ad **Aida** chi abbia proposto il tema "la droga", e lei risponde che il tema non era "la droga" ma "le dipendenze", intese in generale e con particolare attenzione verso l'utilizzo dei mezzi di comunicazione e dei social network da parte dei più piccoli. Il tema, a differenza di quel che pensa Orlando, era stato pre-meditato dai capi. Aida utilizza l'espressione "Mallattia Facebook" e la spiega così: "i ragazzi fanno tutto lasciando accesi Skype, Facebook, Msn e la Tv. Non riescono mai a concentrarsi su una sola cosa alla volta".

A parte il successo dello staff nel far credere che il tema scelto fosse emerso dal clan, la prima evidenza è il modo in cui vengono viste retrospettivamente le attività: il capo pensa al discorso che ha cercato di impostare, alle scene che ha cercato di imbastire, il ragazzo ricorda prima di tutto ciò che è stato più significativo per lui, sia da attore sia da spettatore.

Chiedo ad **Aida** come si è sviluppata la scelta di essere meno invadenti possibile nelle attività. Ne vengono fuori due discorsi molto importanti. Il primo si racchiude in una frase:



GUIDO ACQUAVIVA

## comunicazione & equivoci

"Credo che il nostro compito non fosse quello di dare risposte ma quello di generare in loro delle domande". Il secondo riguarda gli strumenti: "la vita di clan offre la possibilità di staccare, di creare delle situazioni in cui ci si guarda in faccia. Siamo riusciti, mettendoci in disparte, a fare in modo che alcune problematiche interne ai gruppi di amici trasversali al clan emergessero in maniera inedita. Si sono parlati in un modo che essi stessi hanno ammesso non riuscire a mettere in atto normalmente".

Questo punto è calzante. L'utilizzo spasmodico dei mezzi di comunicazione risulta controproducente e confusionario rispetto all'esigenza stessa di comunicare. L'abilità di uno staff consiste qui nell'aprire dei canali di comunicazione alternativi e inediti, per fare in modo che tutto ciò che chiede di emergere possa finalmente liberarsi.

**Orlando** mi parla del Punto della Strada, strumento utile ma difficile da usare, soprattutto per i più piccoli. È difficile entrare nella forma mentale adeguata e dividere il mondo in segmenti. Per molti è problematico il rapporto con un foglio bianco.

**Aida** invece preferisce parlarmi della comunicazione informale: "i ragazzi sono ingenui. Mi dicono tranquillamente cosa fanno se si ubriacano e se si drogano. In quei momenti si capisce cosa per loro è normale".

**Orlando** mi parla della progressione personale. Gli chiedo se riesce a parlare di tutto. Ci riesce quasi sempre.



LUCIO REGGIANI

Ma ci sono delle cose tanto personali che per farsi capire bisognerebbe impiegare ore e spiegare tutto per filo e per segno. Quindi preferisce non parlarne; Orlando sostiene di ravvisare talvolta una differenza tra il capo all'interno dello scautismo e il capo visto fuori.

È come se fosse un costante inseguirsi alla ricerca di significati comuni. Un costante scambio di battute in cui molte informazioni vanno perse o travisate, mentre altre vanno afferrate al volo. Credo che non si debba avere paura a mettere in scena a tratti un "Teatro dell'assurdo"; né avere paura delle direzioni che può prendere una discussione: bisogna prendersi

la responsabilità dell'ignoto, dell'imprevisto, perché anche un capo può "non sapere"; soprattutto, a mio avviso, bisogna dare la massima dignità al partner della comunicazione, cioè lasciare che un messaggio, partito da noi, dopo aver vissuto all'interno di un ragazzo ed esserne stato contaminato, ritorni a noi diverso. A volte è necessario uno scambio di ruoli.

**Aida** sostiene che spesso da parte dei capi c'è la paura di giocare davvero. I ragazzi vanno vissuti, sentiti, respirati. L'atteggiamento dai lei predicato, sia tra i capi sia tra i ragazzi è: "convincimi, io ammetto di poter avere torto, ma tu convincimi del contrario".



MATTEO MEDOLA

Foto - NICOLA CATELLANI

# UNA UNIFORME, TANTI MESSAGGI

Piccolo promemoria su quante cose indossiamo (e perché)

di Mattia Cecchini

Ottima per arrampicarsi o giocare, efficacissima nel comunicare messaggi e valori. Ecco in due parole (sette per la verità) l'uniforme scout. B.P. la creò ispirandosi alla divisa della Polizia sudafricana che aveva istituito accorgendosi che si adattava benissimo agli scout soprattutto per la versatilità che offriva. E infatti è così. Camicia, pantaloncini, calzettoni, fazzolettone e cappellone vanno benissimo per fare e dire molte cose. Nulla fa parte dell'uniforme per caso. Tutto ha invece un preciso perché.

Innanzitutto: fatta così, l'uniforme scout è adatta alla vita all'aria aperta, va bene per giocare, avventurarsi nei boschi, per il bello e il cattivo tempo. Secondo: è segno di sobrietà ed essenzialità. Indossarla dice qualcosa di chi ha scelto uno stile di vita che non si appiattisce sulle mode del momento

e invece preferisce una serie di valori (una promessa, una legge, ma anche impegno, concretezza, l'essere pronti - le maniche rimboccate - al servizio, il possedere delle abilità...) che trova perfino il coraggio di esibire (non a petto in fuori, ma quasi) con vari simboli. Sull'uniforme non c'è spazio per

**“L'uniforme - diceva BP - significa che appartenete ormai a una grande fratellanza”.**

chi vuole sfoggiare qualche segno della sua classe sociale, ci sono invece riferimenti a valori e ad un messaggio comunitario. Proprio come i monaci e i pellegrini, gli indiani o i cavalieri: avevano i loro emblemi, abiti adatti alla missione



che erano chiamati a compiere o alla loro strada, erano il segno di una responsabilità che accettavano comunitariamente. E ancora: vestirsi in quel modo, quando tutto tende a conformare e ad omologare secondo i canoni di mode passeggere che durano lo spazio di qualche settimana, distingue dalla folla e unisce ai fratelli e invita altri (chi ha gusti e aspirazioni simili a quelli degli scout, li riconosce quando li vede passare in uniforme e sa di potersi unire a loro). L'uniforme è un segno forte: personale e nei confronti di altri scout e di chi guarda. Bp ci teneva parecchio. “L'uniforme - diceva - significa che appartenete ormai a una grande fratellanza. Un'uniforme perfetta, corretta anche nei particolari, può sembrare cosa di poca importanza, eppure ha il suo valore nello sviluppo di una certa dignità personale”.



Foto: MAURO BONOMINI, GIOIA FANTOZZI, DANIELE TAVANI

PUBBLICITÀ PROGRESSO

## il Galletto...

### ANCHE TU PUOI FARLO CRESCERE!



Invia le tue lettere, foto, vignette o disegni a:

[ilgalletto@emiro.agesci.it](mailto:ilgalletto@emiro.agesci.it)

# IO, TU, NOI... QUANDO LA COMUNICAZIONE APRE A NUOVI ORIZZONTI

Non possiamo non comunicare per metterci in relazione. Ma di cosa è fatta la comunicazione nella relazione capo-ragazzo? Solo di parole? Solo di gesti? Cosa si aspetta il bambino, il ragazzo dall'adulto? Di essere ascoltato, sostenuto, compreso, confermato. Quali elementi essenziali necessita allora la comunicazione per essere educativa ed efficace?

Appunti sparsi per riflettere insieme.



di Betty Tanzariello

Ti ricordi? Eravate alla fine del sentiero, la pioggia cadeva incessantemente da più di un'ora ma gli sguardi dei tuoi ragazzi, senza bisogno di parole, comunicavano la voglia di arrivare, di non mollare... e alla fine il rifugio era lì davanti ai vostri occhi. O quando al calare del sole hai visto Lucia in disparte, sola, ti sei avvicinato e senza bisogno di tante parole lei ti ha raccontato di sé, dei suoi problemi e hai capito così tante cose di lei. Hai

sicuramente altre decine di ricordi come questi e forse anche più: è proprio vero l'assioma che dice "non possiamo non comunicare" e "che senza comunicazione non c'è relazione ma una comunicazione efficace si basa sull'identità e non sulle parole".

Allora di cosa è fatta la comunicazione nella relazione capo-ragazzo? Solo di parole? Solo di gesti? E quali elementi essenziali deve avere una comunicazione educativa?

La comunicazione interpersonale per essere significativa deve essere asimmetrica; ha bisogno cioè che i comunicanti siano da un lato simili e dall'altro diversi. Niente di meglio! La relazione capo-ragazzo è la situazione ideale: un adulto ed un giovane sono nella condizione ottimale per comunicare, in quanto abbastanza simili ed abbastanza diversi. Il capo non deve avere paura e pensare che la distanza generazionale sia un problema, anzi! Egli deve essere consapevole di avere una responsabilità educativa e di essere testimone di una storia fatta di valori ed ideali. Il giovane per costruire se stesso con un progetto, per vedere dentro di sé (i suoi bisogni, le sue domande, il senso del proprio vivere) ha bisogno di qualcuno che per età ed esperienza sia in una posizione diversa. Questo non toglie che il ragazzo ha poi il diritto di trasformare ciò che ha ricevuto, di elaborarlo alla luce del suo vissuto. Troppo spesso il ragazzo viene visto prevalentemente come un recipiente docile (a volte neanche tanto) invece di essere considerato come ricercatore critico in dialogo con il capo.

Il linguaggio attraverso cui comunicare nella relazione capo-ragazzo è il Metodo.

Il capo vive e propone uno stile, fa riferimento ad un insieme di valori



NICOLA CASTELLANI

che costituiscono il "Messaggio" e lo comunica attraverso un "linguaggio" che è il Metodo. L'esperienza comune, cioè il vivere degli eventi insieme, condividendo la stessa esperienza (giocare, ridere, cantare, costruire, servire, pregare, camminare...), caratterizzata da simboli e riti, consente ai differenti linguaggi di confrontarsi, di trovare codici di traduzione l'uno dell'altro e così dialogare. Non solo, poiché la comunicazione ha un aspetto di contenuto ed uno di relazione, e quest'ultimo caratterizza in maniera determinante ciò che si comunica, il capo deve preoccuparsi di essere "autentico". Il suo essere riconosciuto come "capo" è dovuto non (solo) alle sue parole ma al suo modo di essere, di vivere e testimoniare il messaggio.

## INGREDIENTI PER UNA COMUNICAZIONE EDUCATIVA

### Empatia

L'empatia cioè la capacità di mettersi nei panni dei ragazzi (non essere come loro!), guardare i loro vissuti dallo stesso punto di vista.

### Accettazione dell'altro

Il capo deve sviluppare con tenacia una comunicazione che fa sentire i

ragazzi riconosciuti, accettati e rispettati per come sono, con i loro pregi ed i loro difetti; questo è possibile solo cercando di evitare ogni giudizio di valore sull'altro o di applicare etichette (mai dire "tu sei..."). Quando un ragazzo si sente accettato si sente libero anche di prendere in considerazione la possibilità di cambiare, di pensare soluzioni e strategie per migliorarsi, per scommettere su di sé.

### Il silenzio d'ascolto

Produrre spazi di silenzio non è un non sapere cosa dire, ma un'azione che permette di conoscere l'altro. Il silenzio è far tacere se stessi, la propria visione del mondo, le proprie certezze per lasciare spazio all'altro di comunicare ciò che egli sente e pensa. Ascoltare è centrarsi su chi sta parlando, troppo spesso siamo più disposti a dare consigli e ricette che aiutare i ragazzi a porsi domande, trovare risposte...

### Come uno specchio

I giovani a volte hanno modi poco corretti o gradevoli per comunicare: il desiderio d'indipendenza si scontra con la necessità ancora di dipendere dall'adulto e quindi la contestazione, il mettere alla prova, la voglia di

trasgredire può portare a momenti di provocazione da parte di alcuni o del gruppo stesso. Il capo non deve mai rispondere alle provocazione ma esprimere fiducia e disponibilità. Ricordiamoci sempre che loro si riconoscono nell'immagine che gli rimandiamo di sé. Per cui diamo messaggi di disapprovazione al comportamento, a ciò che non ci è piaciuto, ma non alla persona. La comunicazione educativa è carica di speranza (il 5% di buono c'è in ognuno di noi) crede nel cambiamento, nella possibilità di aiutare il ragazzo a fare chiarezza in se stesso. Abbiamo la fortuna di essere nella "Terra di Mezzo" dove vivono, crescono e sognano i giovani; ricordiamoci che "comunicare è riempire il silenzio di idee".



# CO.CA: CO MUN "I CA RE"... STIAMOCI A CUORE!

L'importanza di comunicare in modo efficace in Co.Ca. per entrare in relazione, rispettarci, imparare a stare insieme in armonia.

di **Betti Fraracci**

Comunicazione: una parola molto comune, molto usata, anzi, forse, talvolta abusata.

Comunicare è un atto che ci contraddistingue in quanto esseri umani e che mettiamo in pratica costantemente in ogni ambito della nostra esistenza e in ogni nostra relazione praticamente inconsciamente, in modo naturale e spontaneo.

Ma quanto siamo consapevoli del nostro comunicare?

Mi spiego: quanto sappiamo come si comunica, di cosa è fatta la comunicazione, di quali tecniche possiamo adottare e fare nostre per rendere la comunicazione efficace?

Forse è necessario, prima di parlare di come si comunica in comunità capi, cercare di fare un po' di chiarezza: in generale con la parola comunicazione si indica quell'insieme di segni e di messaggi - verbali e non - che servono

per trasferire ad altri informazioni, ma anche emozioni e sentimenti.

Comunicare, infatti, non significa semplicemente informare, ma anche e soprattutto "entrare in relazione" con soggetti esterni a noi.

La parola è un dono che solo l'uomo possiede, per ogni essere vivente è praticamente impossibile non comunicare.

Per quanto riguarda la comunicazione umana è scientificamente dimostrato (Albert Mehrabian) che solo il 7% del significato viene veicolato dalle parole pronunciate, il 38% di esso viene comunicato attraverso la tonalità in cui vengono espresse, e il restante 55% non ha nulla a che vedere con le parole, bensì con la fisiologia. Il silenzio, lo sguardo, la postura, le smorfie del volto o il modo di respirare, l'abbigliamento o il profumo usato sono aspetti che "parlano" per noi e manifestano il

nostro modo d'essere, l'universo dei nostri stati d'animo, ancor più delle nostre parole.

Chi si occupa di comunicazione efficace afferma che "noi diventiamo le parole che ascoltiamo" (filosofo russo Gurdjieff).

Se ci pensiamo bene quando comunichiamo avviene proprio questo: le parole che ascoltiamo o che pronunciamo lasciano una traccia in noi. Tutte le parole, e in particolare quelle sbagliate, ci condizionano, a volte generano anche atteggiamenti distorti e "storpiature" che ci possono anche complicare l'esistenza. Una volta pronunciate, infatti, le parole vanno ad agire almeno su due cervelli: quello di chi parla e quello di chi ascolta.

Ecco perché quando una parola entra in noi, che sia da noi pronunciata, o anche solo sentita, oppure che sia una parola che ci viene detta, ha come conseguenza quella di modificarci sia dal punto di vista cerebrale che viscerale. Ecco perché le parole che utilizziamo e il come le utilizziamo hanno il potere di farci star bene o di creare disagio, di influenzare le nostre relazioni, di influenzare la nostra autostima e quindi la fiducia in noi stessi, le possibilità di raggiungere i nostri obiettivi e di realizzare i nostri progetti.

Pensiamoci adesso in Comunità Capi e chiediamoci: quante volte le nostre parole e i messaggi da esse veicolati hanno raggiunto una persona e l'hanno fatta sentire bene, oppure le hanno provocato una situazione di disagio? Oppure, pensiamo a quanti dei nostri

atteggiamenti non verbali hanno agito più o meno inconsapevolmente sullo stato d'animo di chi magari si è accorto di essere al centro di smorfie o gesti senza capirne il significato in modo esplicito? E ancora, quante volte ci siamo sentiti bene perché qualcuno in Co.Ca. ci ha comunicato benessere o quante volte invece ci siamo sentiti oggetto di critica o di sotterfugi?

Ma soprattutto, quanto siamo consapevoli che le nostre parole e i nostri atteggiamenti, gesti, espressioni, posture influenzano gli altri? Quanto sappiamo entrare in sintonia con gli altri e sappiamo entrare nei loro stati d'animo, quanto sappiamo metterci dal punto di vista dell'altro?

E' davvero molto importante diventare consapevoli della nostra comunicazione, degli effetti che essa ha su di noi, sui nostri interlocutori e sulle nostre relazioni per trasformarla in comunicazione efficace.

Affinché le parole diano sollievo e creino benessere, in noi stessi e negli altri, aiutandoci a ridurre lo stress, gli errori e le incomprensioni, è indispensabile acquisire consapevolezza di che cosa diciamo, di come parliamo, degli stati emozionali nostri e di coloro con cui stiamo interagendo.



DAVIDE SASSATELLI

## Alcuni suggerimenti per una sana vita di Co.Ca. e per dire "CO mun i CAre": "ci stiamo a cuore in Co.Ca."

**Fai attenzione a ciò provi e pensi:** Quando sei triste ti comporti e reagisci nel gruppo in modo diverso da quando sei felice. I tuoi sentimenti e i tuoi stati d'animo influiscono su ciò che dici e sul modo in cui lo dici, su ciò che ascolti e sul modo in cui lo fai. Quando ti senti ferito e arrabbiato, ti può aiutare il fatto di comunicare il tuo stato d'animo agli altri componenti del gruppo.

**È meglio parlare "con uno della Co.Ca." che "su di uno della Co.Ca." (alle sue spalle... per intenderci):** Se sei d'accordo con un capo della Co.Ca. o se tra te e lui esistono delle divergenze d'opinione, meglio dirglielo chiaramente, e non aspettare che la riunione sia finita per parlarne alle sue spalle, o il giorno dopo per mandare sms o mail agli altri della Co.Ca. e criticare e basta (magari senza controllare troppo l'indirizzario, con il rischio che il pettegolezzo/commento arrivi anche a chi non lo dovrebbe leggere).

**Fai attenzione agli ordini indiretti, come "si dovrebbe", "ciascuno dovrebbe" "sarebbe meglio fare...":** Con queste affermazioni si scaricano le proprie responsabilità sugli altri e la situazione non va avanti. È meglio invece cercare di fare delle affermazioni in prima persona, come ad esempio "Vorrei che la discussione terminasse all'ora stabilita", "Mi piacerebbe fare una proposta che potrebbe migliorare la situazione..."

**Evitiamo di fare domande dirette che contengono già delle affermazioni nascoste:** non domandare, quindi, per esempio: "Perché non hai fatto il lavoro assegnato?", ma dire: "Sono arrabbiato con te perché non hai fatto il

lavoro che ti era stato assegnato. In questo modo il lavoro diventa più difficile. Quando ti deciderai a farlo?".

**Non cercare di imporre in modo sleale il tuo punto di vista agli altri:** frasi come "Non credi che...", "Sicuramente vuoi anche tu che...", "Tutti sanno che..." sono tentativi non dichiarati di far entrare il tuo punto di vista nel sistema dei valori di un altro.

**Evitiamo di parlare nell'orecchio del nostro vicino quando qualcun altro dice qualcosa a tutta la comunità:** magari stiamo solo raccontando cosa abbiamo fatto la sera prima, ma chi sta parlando alla Co.Ca. può pensare che si stiano facendo commenti su di lui e sul suo operato.

**Anche le smorfie, le risatine e gli atteggiamenti fraintendibili sarebbero da evitare.**

**Limitare l'uso della mail solo per comunicazione logistiche e non per comunicazione di "valore":** le parole scritte, quando non sono corredate dal non verbale, possono davvero generare fraintendimenti.

**La franchezza e la sincerità non sono fini a sé stesse:** Il lavoro di gruppo diventa difficile quando non coniughiamo alla franchezza e alla sincerità la considerazione e il rispetto per gli altri.



LUCO REGGIANI

# EDUCARE ALLA LIBERTÀ... IN UN DISPLAY?

di Anna Rosa Gueli

Oggi ho lezione in quinta A. Assolata mattinata di aprile, l'esame di maturità scientifica è vicino. Parleremo dei terremoti, argomento tristemente attuale che coinvolge parecchio i miei alunni.

La lezione appassiona tutti: si parla dell'origine dei sismi, di come sono distribuiti nella crosta terrestre, di tsunami e, ovviamente, dei recenti terremoti di Haiti e de L'Aquila di cui però non riesco a ricordare la magnitudo (la forza di un terremoto secondo la scala Richter)... mi agito un po' e i marmocchi, dotati di super-antenne, se ne accorgono! Ecco che Domenico tenta di trovare il bandolo della matassa: sfodera un I-phone ultimo modello, anche se il regolamento della scuola proibisce tassativamente l'utilizzo di apparecchi elettronici nei locali dell'istituto, e le sue dita-salsicciotti, con una leggiadria e un'abilità che manco la fatina Trilli se le sogna, digitano le corrette parole chiave sulla maschera di Google: in un nanosecondo otteniamo l'agognata informazione e il gioco è fatto! La lezione fila via liscia come l'olio.

Applausi a Domenico. Ma si pone il dilemma: potrei dirgli "Ok Domenico, grazie, ma ora dammi il cellulare e passa a ritirarlo dopo in segreteria", con sorriso serafico... Questa volta non lo faccio: in fondo, mi dico, si è trattato di un uso del supporto informatico intelligente e ciò ha permesso di terminare la lezione in modo più completo. La regola non è stata rispettata, ma in qualche rara occasione si può essere flessibili...

Tuttavia, come sarebbero andate le cose se gli avessi impedito di usare il telefono e quindi di infrangere la regola? Forse per buona parte della classe, al di là del rispetto del regolamento, non sarebbe cambiato nulla, ma per qualcuno, fosse stato anche per uno soltanto, qualcosa avrebbe potuto andare diversamente: sarebbe tornato a casa curioso, avrebbe fatto una ricerca in autonomia, avrebbe scoperto, magari sfogliando riviste o vecchi quotidiani, qualche informazione in più... si sarebbe forse stupito e commosso delle condizioni di assoluta povertà in cui versa Port-au-Prince, si sarebbe scanda-

lizzato imparando come gli abitanti de L'Aquila, siano rimasti soli dopo i primi, spettacolari aiuti...

A chi ha giovato l'uso di Internet in quel frangente? Ai miei alunni, o a me che ho proseguito senza intralci la lezione?

E io capo, glielo devo lasciare il cellulare durante l'impresa di squadriglia? Lo dobbiamo portare il telefonino in route? A chi serve la tecnologia in questo caso? Al ragazzo che ho davanti, o a me per stare più tranquillo e tenere a bada gli ansiosi genitori? Il rischio è chiaro: non fidarmi di lui, quando invece dovrei educarlo alla libertà e aiutarlo a capire che può contare su se stesso.

"Se Internet improvvisamente sparisce" dice P. Crepet nel suo libro *Sfamiglia* "i nostri ragazzi dovrebbero uccidere l'immediato e recuperare l'attesa" dovrebbero rinunciare a Facebook e Messenger e tornare alle telefonate o alle ancora più anacronistiche carta e penna. Dobbiamo rinunciare a far loro provare l'emozione dell'attesa di una lettera o di una telefonata, fosse anche quella dei genitori alle prime V.d.B.?

Il mondo virtuale, così assiduamente frequentato dai giovani, tutto racchiuso nel display di uno smart-phone o nello schermo di un computer, rischia di diventare un "bonsai emotivo" con la conseguente rinuncia a esplorare la ricchezza del mondo reale... certo, nei confini di uno schermo si può avere l'illusione di controllare tutto e, per un educatore, questo è certamente molto rassicurante... ma educare vuol dire proprio il contrario: accompagnare l'educando nella ricerca del proprio talento, spaziando nelle infinite possibilità che la vita, in tutte le sue sfaccettature, offre. "Educare è libertà" e come si può essere liberi nello spazio di un display?

La bussola, che gli esploratori usano negli hike o nelle imprese, non è fatta per orientarsi in un luogo confinato, bensì in un intricato bosco, o in un ripido e scomodo sentiero di montagna, dove si possono osservare animali e annusare profumi, dove ci si sente più vicini al cielo e

a Dio, dove si respira libertà e ogni senso è realmente appagato... Gli imprevisti? Sono possibili, certo, ma sono proprio quelli che danno gusto all'avventura!

"Il pixel - afferma ancora Crepet - è rassicurante per chi è cresciuto nell'idea di non lasciarsi andare, di diffidare delle libere associazioni emotive preferendo vivere nel dettaglio, magari insignificante, piuttosto che confrontarsi con un mare aperto alle ventose inquietudini dell'anima".

## SOCIAL-NETWORK

Fondamentalmente sono siti organizzati per costruire comunità di utenti interessate a condividere interessi e attività su internet. Le tipologie possono essere svariatissime.

Come tutte le comunità di persone possono essere chiuse o aperte, portatrici di messaggi positivi o fanatismi a volte anche pericolosi e fuorvianti. Hanno il vantaggio di poter arrivare virtualmente in tutti i paesi del mondo, accomunare a valori e idee, persone che altrimenti non sarebbero mai entrate in contatto. Facebook, che ha una complessità tale da essere ormai un fenomeno a parte, è in realtà un social-network.

## BLOG

Il termine è l'abbreviazione del neologismo weblog, diario sulla rete. I blog sono quindi dei diari personali che vengono pubblicati in internet. Come per un forum, ogni intervento prende il nome di post ed è possibile inserire commenti ai vari post. I blog possono anche essere legati a temi particolari e contenere musiche o filmati. Il rischio dei blog è la difficoltà, o spesso l'impossibilità, di bloccare notizie false immesse in rete o cattive interpretazioni dei propri interventi inseriti. La positività è l'occasione di raggiungere con facilità, con le proprie opinioni o con i frutti del proprio talento letterario o fotografico, molte persone. La comunità degli appartenenti al mondo dei blog prende spesso il nome di bloggosfera.

## BREVE GUIDA PER ESORDIENTI E CONSIGLI PER TUTTI a cura di Mauro Bonomini

### NETIQUETTE

Con questo termine vengono indicate le regole di comportamento dei partecipanti alle attività in rete. Ve ne sono molte, ma tra le più importanti possiamo ricordare:

Atteggiamenti ritenuti maleducati:

- scrivere in lettere maiuscole perché significa urlare;
- andare fuori tema ("Off Topic") è tollerato solo se non si insiste troppo;
- inserire messaggi pubblicitari indesiderati ("SPAM");
- inserire insulti o offese personali (prende il nome di "flaming");
- inserirsi in discussioni solo per fomentare discordia (la persona che lo fa prende il nome di "troll")

In caso di possibile difficoltà di interpretazione (ad esempio per frasi ironiche o scherzose) è meglio utilizzare i simboli chiamati "emoticons" (le famose faccine) che possono stemperare o precisare meglio il tono dell'intervento.

### E-BOOK

Per quanto la stampa su carta possieda ancora moltissime caratteristiche per ora insuperabili (trasportabilità, facilità di visione, non necessità di corrente elettrica ecc.), le versioni elettroniche di libri e volumi stanno cominciando a comparire. Le peculiarità dei libri elettronici sono quelle di facilità di immagazzinamento (un computer o un lettore per e-book possono contenere centinaia di volumi) e di utilizzo del testo (spesso si può fare la copia-incolla). Il lettore che ha dato più impulso all'editoria elettronica è stato il Kindle di Amazon, un negozio di libri su internet dal quale era possibile scaricarli direttamente sul lettore, che è però in bianco e nero a scala di grigi. Un nuovo lettore a colori (ma ha alcune caratteristiche negative, visto che stanca di più la vista e la sua batteria dura di meno), che ha venduto milioni di pezzi in brevissimo tempo, è l'i-pad della Apple. Sull'i-pad possono anche essere scaricati i numeri dei quotidiani di alcune testate. In Italia non sono stati pubblicati ancora molti e-book, ma si prevede comunque un loro sviluppo maggiore per il futuro.

### FORUM

I forum (il termine è latino!) su internet nascono con l'intento di fornire un luogo virtuale in cui discutere, di solito su argomenti specifici. Permettono di inserire temi di discussione ("thread"), nelle quali i partecipanti al forum possono inserire commenti ("post", termine comune anche ai blog e ai social-network). Il buon funzionamento del forum è seguito da moderatori ("mod") che si occupano anche di limitare gli accessi degli utenti che hanno violato le regole (l'operazione viene chiamata "ban") e di cancellare eventuali post giudicati sconvenienti o fuori argomento ("off-topic", abbr. in "OT"). La partecipazione ad un forum richiede di solito una iscrizione fase in cui si sceglie un soprannome ("nickname") che identificherà ogni intervento inserito.

### YOU TUBE

Proprietà di Google, è un sito su cui è possibile, dopo iscrizione, inserire filmati di breve durata. Un'importante parte dei video pubblicati vengono ripresi con i telefonini, grazie alla facilità delle riprese. Avendo una base ludica, molti filmati sono umoristici, curiosi o scherzosi. Purtroppo rappresentano un rischio gravissimo per la reputazione delle persone riprese quando il materiale è registrato senza consenso, in momenti particolari o in situazioni penose, scabrose quando non nettamente illegali. Considerata la facilità con cui questo materiale può essere scaricato, manipolato e diffuso, consigliamo molta cautela nella registrazione dei filmati. Anche qui il lato positivo è la possibilità di raggiungere potenzialmente milioni di persone con le opere del nostro ingegno e della nostra fantasia.

### CHAT MSM SMS

Tutti questi mezzi di comunicazione sono accomunati dalle caratteristiche di comunicazione personale in tempo reale, veloce e sintetica. La chat-room ("sala da chiacchiera") è il luogo virtuale di cui si può discutere direttamente con persone diverse, in sessioni pubbliche o private. Il rischio fondamentale è quello di fornire a malintenzionati elementi atti a riconoscere il proprio nome e indirizzo. I programmi di instant messaging rappresentano un'evoluzione delle chat room e permettono di gestire rubriche con indirizzi di moltissime persone. Molti di questi programmi permettono anche la comunicazione telefonica o videotelefonica.

### FACEBOOK

Il "libro delle facce" nasce in una università americana come bacheca in rete offerta agli studenti per scambio di informazioni e conoscenza. In breve tempo è diventato uno dei siti più frequentati al mondo. Ha numerosissime possibilità, tra le quali il "tagging" cioè il contrassegnare fotografie pubblicate da utenti che ritraggono volti di persone conosciute. Ci sono alcuni gravi problemi inerenti all'uso di Facebook che riguardano l'impossibilità reale di controllo sulle informazioni pubblicate (queste possono essere istantaneamente copiate e diffuse) e l'attribuzione alla società proprietaria di Facebook di qualsiasi materiale (testuale o multimediale) pubblicato sul sito. È molto difficile eliminare un account registrato su Facebook. I fattori positivi sono nella grande occasione di incontro e scambio e nell'uso facile e divertente del sito.



SERGIO BOTTIGLIONI

# INFORMAZIONE: ISTRUZIONI PER L'USO

Alla base di una buona comunicazione non può mancare un'adeguata informazione. Con il proliferare dei media a livello globale, dai blog ai siti di news 24 ore su 24, non sempre è facile filtrare le "buone" notizie da quelle "cattive", così come non è banale sapere dove trovare informazione di qualità. Ecco allora un comodo decalogo per orientarsi nella giungla dell'informazione moderna.

di Matteo Caselli

Guardano tanta televisione, ascoltano sempre di più la radio, iniziano ad informarsi anche sul web e sembra usino i giornali solo per accendere il fuoco al campo estivo. Queste le

abitudini degli scout italiani quando si tratta di reperire informazioni. Secondo l'Istat il 93,2% delle persone con età superiore agli 11 anni guarda regolarmente la tv, cifra che scende al 71,2% se si considera l'ascolto di programmi radiofonici, al 61,4% per la lettura di quotidiani, e continua al ribasso con settimanali (51,7%), internet (35,6%), e periodici (28,3%). Di questo consumo mediatico solo una parte riguarda direttamente l'in-



SERGIO BOTTIGLIONI

formazione: il 75% di chi guarda la tv lo fa per vedere i tg. Secondo i dati dell'Agcom in Italia nel 2009 su 1.000 abitanti solo 171 hanno comprato ogni giorno un quotidiano (nel 2008 erano 193). Internet invece guadagna posizioni. Secondo dati Audioweb (dicembre 2009), in media i siti di notizie gestiti da editori di quotidiani hanno raggiunto i 3,8 milioni di contatti giornalieri (33 milioni di pagine visitate).

Per orientarsi nella giungla dell'informazione moderna può essere utile riferirsi al decalogo "per resistere al potere mediatico", pubblicato dalla rivista *Altraeconomia*.

## DECALOGO "PER RESISTERE AL POTERE MEDIATICO"

**DIVENTARE PROTAGONISTI.** L'informazione non va subita, è un bene comune a cui ognuno di noi deve contribuire: è possibile produrla, costruirselo e condividerla con altri.

**SELEZIONARE.** È di fondamentale importanza saper scegliere dove e come informarsi, e sulla base della propria conoscenza decidere cosa sia giusto "consumare". Leggere un giornale è più utile che guardare un telegiornale. Se proprio non si ha tempo, meglio la radio.

**VARIARE.** Cambiare spesso giornale o programma, in base anche agli interessi specifici e ai momenti particolari, è importante per capire che differenze ci sono nel mondo dell'informazione.

**VERIFICARE.** Può essere un buon esercizio, magari iniziando con una notizia al giorno, controllare con ricerche online, con altri mezzi o tramite conoscenze di esperti sul tema, l'attendibilità e la veridicità delle notizie o del mondo in cui sono poste.

**RICERCARE LE FONTI.** La provenienza di una notizia è centrale per comprenderla e contestualizzarla. È utile cercare di capire sempre, anche fra le righe, dove nascono le notizie.

**DECODIFICARE.** Costruzione di una pagina, di un tg, di un gr, gerarchia data alle notizie, scelta delle immagini o delle foto, rispondenza dei titoli al contenuto degli articoli, linguaggio usato: non sono mai elementi casuali, ma rispondono a precise decisioni editoriali che fanno capire cosa stiamo consumando.

**APRIRE LE FINESTRE.** Fuori dai confini nazionali giornali, televisioni, radio e siti internet forniscono spesso notizie preziose per capire il mondo che abitiamo ed osservare il nostro Paese da un'ottica diversa.

**CHI È IL PADRONE?** Sapere chi è l'editore e quali interessi egli abbia in gioco è centrale per capire di quale informazione ci nutriamo ed avere elementi di critica. Utili a proposito i siti dell'Autorità garante nelle telecomunicazioni ([www.agcom.it](http://www.agcom.it)) e della Consob ([www.consob.it](http://www.consob.it)).

**CONTROLLARE LA PUBBLICITÀ.** È il condizionamento più forte che l'informazione subisce oggi. Verificare chi sono gli inserzionisti e tenere un occhio vigile su come vengono trattate notizie che li coinvolgono è fondamentale per sapere quali "affari" ci sono dietro.

**FATTI SENTIRE!** I mezzi d'informazione hanno indirizzi e caselle di posta elettronica cui è possibile mandare le proprie osservazioni e critiche.

(Fonte: rivista *Altraeconomia*)

# ELOGIO DELLA LENTEZZA

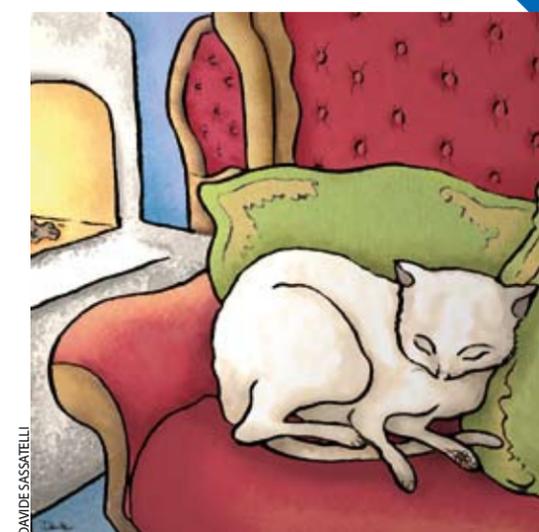
Il tempo veloce nel quale viviamo ci impedisce a volte di sostare con la parte più autenticamente umana di noi stessi e degli altri. Tesi nello sforzo di incamerare, di possedere, di vedere, di esserci, di non mancare e di non farci mancare nulla dimentichiamo che, senza un tempo lento di sosta, di riflessione, di sintesi, le esperienze che incrociamo non arricchiscono di significato la nostra interiorità. L'articolo ci invita a riscoprire la bellezza e la gioia del connetterci con la parte più intima e nascosta di noi stessi.

di Paola Incerti

Uno dei ricordi più suggestivi e più generativi di conoscenze dei miei studi di pedagogia è la teoria dello sviluppo cognitivo di Piaget. Egli sosteneva che tale sviluppo avviene per assimilazione e accomodamento. Ora queste due parole me le sono portate dentro e in qualche modo mi hanno aiutata a descrivere le modalità con le quali procedo nel mio cammino di conoscenza di me stessa, degli altri, del mondo che mi circonda. In modo un po' ingenuo mi sono sempre rappresentata questi due processi come successivi e regolativi. Non posso limitarmi ad assimilare relazioni, informazioni, esperienze, concetti. Prima o poi avverto la necessità di accomodare, di fare spazio al nuovo, a ciò che prima ignoravo di me stessa, degli altri, del mondo in quello che è il tessuto della mia identità, dei miei valori, dei miei punti di riferimento, delle mie conoscenze. E perché questo si realizzi con un qualche significato, perché sia durevole e costitutivo di un miglioramento, di un senso più pieno del vivere, di nuovi

saperi è necessario un accomodamento, una nuova, ancorché provvisoria, sistemazione. Per questo accomodamento c'è bisogno, come nel paziente gioco del puzzle, di tempo, di intuire dove è meglio che la novità si posi, di trovare gli spazi giusti, di cogliere gli ancoraggi più saldi, di meditare.

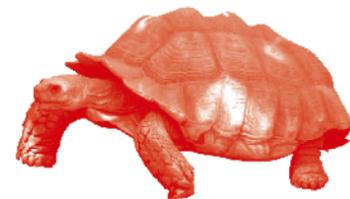
Applicando all'oggi le categorie di Piaget, mi sento di dire che questo è un tempo di fortissime assimilazioni, ma di scarsi accomodamenti. Siamo divorati da una smania di incamerare, di possedere, di vedere, di esserci, di non mancare e di non farci mancare nulla, ma spesso dimentichiamo il tempo del fare spazio, del sostare, del posare, dell'attendere. Abbiamo in qualche modo annullato il prefisso ri: ritornare, riposare, riutilizzare, rivedere, ripensare, riflettere. È un tempo fast in cui continuamente connessi con ciò che sta intorno a noi, ci scopriamo incapaci di connetterci con la parte più intima e nascosta di noi stessi. Per uscire da questa assimilazione onnivora che potrebbe indebolire la nostra parte più autenticamente umana, rendendoci incapaci di incontrare noi stessi e gli altri nella verità, potremmo attrezzarci e riscoprire luoghi e oggetti sui quali è piacevole accomodarci. Un divano per leggere un libro, ascoltare musica



DAVIDE SASSATELLI

o semplicemente pensare. Un taccuino sul quale annotare riflessioni, pensieri, letture. Un oggetto da riparare, perché il tempo che trascorriamo impegnando le mani ci lasci la possibilità di far vagare i nostri pensieri. La scrittura in corsivo così che la lentezza della penna sul foglio, le lettere attaccate con cura l'una all'altra si accordino al ritmo del nostro pensare. Un piatto da cucinare con pazienza e da gustare con gli amici. Scollegarsi dalla rete per collegarsi e stare un po' soli con se stessi. Fare spazio agli altri nella propria vita con serenità, sapendo che questo comporterà inevitabili accomodamenti, modi diversi, ma non per questo meno interessanti, per osservare e comprendere la realtà.

Queste pratiche di accomodamento potrebbero alla lunga sortire l'effetto di farci guadagnare in autenticità, di liberarci dall'ansia dei consumi, di sottrarci al vortice delle esperienze da consumare a qualsiasi costo. Ci restituirebbero un'immagine di noi stessi più unitaria, più salda, perché nel nostro sostare abbiamo trovato il tempo per stringere legami, per tessere reti, per collegare il noto al non ancora conosciuto, superando o almeno mitigando il senso di spaesamento che avvertiamo nel cogliere la frammentarietà dell'esistenza nostra e di chi ci vive accanto.





## cosa farebbe BP al mio posto??! ..comunicazione o..



# IM POSSIBLE LO DICEVA ANCHE BP

B.P. è stato il primo grande comunicatore scout. Portava sempre con sé il taccuino per segnare appunti di viaggio e produrre schizzi e disegni con i quali ha arricchito poi i suoi numerosi scritti. La sua opera prima "Scoutismo per ragazzi" è una serie di racconti al fuoco di bivacco. Il racconto diventa dunque uno stile di comunicazione per entrare in contatto con il mondo dei giovani, strumento valido anche nell'era dei social network, ma forse ancora poco utilizzato.

di Matteo Caselli

Cos'è la comunicazione? Cosa significa comunicare? Ci sono differenze tra un messaggio scout e un messaggio non scout, ma soprattutto come veicolare il messaggio scout e quale deve essere il fine ultimo della comunicazione nello scoutismo? Probabilmente molti di noi si sono posti queste domande tante volte, ai campi di formazione, agli eventi associativi, o semplicemente alle riunioni di Brancha o a quelle dei genitori. Ma come è possibile dare una risposta a questi quesiti e soprattutto, dove cercare la soluzione? Partendo dal presupposto che una verità certificata non sempre esiste, e che gli spunti di riflessione vanno comunque adattati alle singole situazioni, una prima risposta alle nostre perplessità ci arriva dai numerosi scritti che B.P. ci ha lasciato in eredità, in primis: Scoutismo per ragazzi. Che la comunicazione fosse un grande strumento per l'educazione B.P. l'aveva capito ancor prima di quella

che lui chiama la sua "seconda vita". Basti pensare che i manuali militari scritti dal nostro fondatore nel periodo passato al servizio dell'esercito britannico (Reconnaissance scouting e Aids to Scouting for NCO's and Men, pubblicati rispettivamente nel 1884 e nel 1889), venivano usati nelle scuole inglesi per insegnare osservazione e deduzione. E dai manuali militari a quelli scout il passo è stato breve. Tornato dalla campagna militare in Africa B.P. decise infatti di abbracciare a pieno la sfera educativa, dedicandosi per due anni alla stesura del suo primo scritto scout. Fu così che nacque *Scoutismo per ragazzi* (la prima edizione fu pubblicata nel 1908 dopo il campo a Brownsea Island), libro per ragazzi dove si propone lo stile di vita dell'uomo dei boschi, dell'avventuriero di frontiera, come alternativa alla vita piatta che caratterizzava i giovani adolescenti nei sobborghi inglesi

di inizio '900. Il libro, il quarto più venduto del 20° secolo (D. Smith su The Observer, 22 aprile 2007), è considerato l'opera che ha dato avvio al movimento scout. "Io ho messo in questo libro tutto ciò che è necessario a fare di te un buono scout - scrive B.P. nella prefazione del volume - Perciò, avanti, leggi il libro, fai una buona pratica di ciò che ti insegna, e io spero che tu possa avere la stessa gioia di quel bel periodo che io ho trascorso da scout". E' proprio seguendo le indicazioni contenute in *Scoutismo per ragazzi* che in tutto il mondo cominciarono a sorgere i primi gruppi scout. B.P. portava inoltre sempre con sé un taccuino, dove segnava appunti e produceva schizzi e disegni, con il quale ha arricchito molti dei suoi libri. Con *Scoutismo per ragazzi* B.P. ci ha insegnato a comunicare. Il messaggio scout riportato nel volume infatti va molto oltre le indicazioni pratiche



che vi si possono leggere, diventando di fatto una sorta di codice per entrare in contatto con il mondo degli adolescenti. Ciò che differenzia *Scoutismo per ragazzi* da un semplice manuale di nozioni e informazioni, è lo stile con cui vengono descritti i contenuti del libro. Il volume coglie la differenza tra informazione, dove il flusso di notizie è a senso unico, e comunicazione, dove si presuppone un botta e risposta, una condivisione e uno scambio di informazioni. Non a caso i capitoli riportano le chiacchierate che B.P. faceva con i propri esploratori davanti al fuoco di bivacco, raccontando le proprie esperienze ed aprendosi alle domande degli interlocutori. Il libro indica dunque uno stile di comunicazione, di dialogo tra adulti e adolescenti: il racconto, formula vincente anche nell'era di internet, e che oggi ritroviamo in diverse forme in tutte le Brancha. Troppo spesso infatti identifichiamo il racconto come strumento valido solo in Brancha L/C, quando è invece lo stesso B.P. a dirci che è il

modo giusto di comunicare anche in Brancha E/G e R/S. Raccontare stabilisce un rapporto diretto fra adulto e ragazzo, innesca un lavoro creativo da parte di chi ascolta e permette di trasmettere un messaggio, una morale, che non deve mai essere esplicita, ma lasciata all'elaborazione del ragazzo. Le finalità del racconto non possono essere circoscritte solo al Branco/Cerchio, ma devono poter trovare spazio anche in Reparto e in Clan/Fuoco. Se in Brancha L/C si punta a far conoscere la realtà attraverso la fantasia, in Reparto i racconti assumono connotazione storica, sono fatti realmente accaduti, non necessariamente scout, ma comunque attinenti alla dimensione dell'avventura. I racconti dovrebbero essere il cuore del fuoco di bivacco (diverso è il caso del classico fuoco da campo, con scenette e altro), per dare vita ad un momento speciale, in cui il reparto si stringe in intimità davanti alla fiamma, sotto le stelle, per condividere esperienze

e riflettere su sé stesso e sul mondo circostante. Il gradino successivo si raggiunge in R/S, dove il racconto diventa incontro sulla strada. Non più dunque solo parole proferite dai capi, ma conoscenza delle diverse esperienze di vita per voce delle persone che le hanno vissute, così come faceva B.P. con i primi esploratori a Brownsea Island. E' così che B.P. ha dato origine allo scoutismo, ed è così che noi continuiamo ciò che lui ha iniziato. Infine, la comunicazione è vana senza contenuto, ma anche su questo il nostro fondatore ci viene in aiuto. Anche se è banale ricordarcelo tra noi, è sempre bello poter contare sulle nostre certezze: trovare la propria felicità nel procurarla agli altri, e lasciare il mondo un po' migliore di come l'abbiamo trovato.

## UN VESTITO NUOVO PER I 50 ANNI

### Arriveremo ai 50 anni con un vestito nuovo!

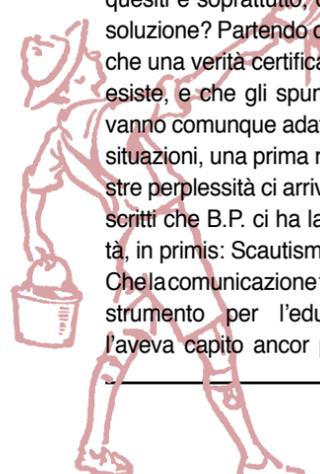
La vita si allunga, l'adolescenza si conclude (forse) tra i 35 e i 40 anni... così *Il Galletto* (farà 50 anni nel 2013) è ancora giovane e capace di rinnovarsi. Molto negli anni è cambiato, ha indossato parecchi vestiti diversi (sette le "testate" prima di diventare "il Galletto" nel 1985) rimanendo fedele al proprio obiettivo: informare sulla vita scout della regione ed avere un occhio aperto sull'attualità per esprimere e favorire lo scambio di idee, la circolazione del pensiero tra i capi delle varie città. C'era una volta l'ASCI, l'AGI e il MASCI, quando tutto cominciò nell'ottobre del 1963; da allora sono passate molte voci e penne fino ad arrivare, ancora con uno spunto di novità, alla "prima volta" di una nuova redazione de *Il Galletto*... quello con il titolo che assomiglia alla coda di un gallo.

Paolo Zoffoli



## CRONOSTORIA DELLA TESTATA:

- > **Ottobre 1963:** è la copertina del primo numero; si chiama **NOTIZIARIO** del Segretariato dello scoutismo cattolico dell'Emilia-Romagna
- > **1966:** è la prima modifica di impaginazione
- > **1975:** nasce l'**AGESCI** e cambia ancora
- > **1979:** cambia nome; diventano due riviste (ciclostile) **GIROSCAUT** per l'AGESCI e rimane **NOTIZIARIO** per il MASCI (vedi una copia del 1983)
- > **1985:** ritorna insieme e nasce **IL GALLETTO** (aprile 1985) che ha formato di giornale, in fotocomposizione
- > **2000:** cambia il formato, rimane la grafica del titolo (che assomiglia alla coda di un gallo)
- > **2009/2010:** ...siamo ad oggi, con 5 diverse grafiche di copertina dal 2001



# COMUNICARE LA FEDE?

di don Gigi Bavagnoli

Il titolo mi provoca: mi viene da rispondere che non è proprio possibile "comunicare la fede". E così il compito assegnatomi sarebbe già risolto. Però mi viene subito un pensiero: se non è possibile comunicare la fede, occorre subito dire che la fede nasce solo da una comunicazione autentica. Non posso comunicarti la fede, trasmettere a te la mia fede, ma certamente tutte le volte che io comunico con te, e comunico davvero (cioè nella verità, con tutta la sincerità dico di me a te, e sono pronto ad accogliere da te la tua verità), allora lì la mia fede incide, si fa provocazione anche a te, che dici e credi di non credere, di non sapere neanche da che parte si comincia a credere.

Vorrei dire, usando un tono un po' più concettuale e da prof, che l'evento della comunicazione è sempre e comunque un evento, un incontro di libertà che condividono la propria umanità e che, quindi, si mettono faccia a faccia, si toccano con le parole e sfiorano la vita dell'altro. Solo a questa condizione il parlare della mia fede (che coincide con il mio parlare di me a te) diventa plausibile, perde ogni forzatura che sa di grottesco, di finto, di strumentale.

In questa direzione, il problema di introdurre alla fede, di educare alla fede, guadagna la prospettiva giusta: la prospettiva non è quella di convincere qualcuno, di immetterlo in una verità fino a quel momento estranea.

Guardiamo Gesù e riflettiamo sul modo sconvolgente di incontrare le persone che lo caratterizzava: non c'è nessuna prevenzione, nessun interesse, nessun sottointeso. Gesù

incontra semplicemente l'altro, lo accoglie nella propria vita, lo ospita anche quando è lui ad essere ospitato (non è geniale che la parola "ospite" in italiano mantenga il doppio significato di ospitante e ospitato?). Non ha molto da dirgli, semplicemente condivide la sua vita, apre il suo cuore, accoglie l'umanità dolente che gli sta davanti. Gesù è ben consapevole che siamo tutti figli prodighi del Padre, che il nostro cuore non ha pace fino a che non ritorna a Lui, sa benissimo quanto dolore e sofferenza ci sia anche nella vita apparentemente più felice e realizzata: egli conosce quanto profonda sia la nostalgia di Dio che gli uomini si portano dentro e non vuole altro che trasformare questa nostalgia (bruttissimo sentimento, che ci fa ripiegare su di noi e disperare) nel desiderio, nel desiderio di vita che traduce concretamente quel desiderio del Padre con il quale siamo venuti al mondo e che abbiamo tradito.

E come può avvenire il cambiamento? Anzi, come Gesù produce in ciascuno questo cambiamento? Semplicemente grazie al contatto con la sua umanità, quella del figlio amato e prediletto, che vive dell'amore del Padre e che, comunicando questa sua condizione esistenziale, ci permette di aprire la porta a quello stesso amore. Gesù, condividendo la sua vita condivide quello stesso amore, così come ha condiviso i pani e i pesci con tutti i fratelli.

Solo a contatto con colui che vive il rapporto con il Padre come desiderio infinito di una relazione infinita, diventa possibile anche per noi imparare a vivere il rapporto con Dio al di fuori di ogni paura, ma nella fiducia e nella speranza.



Foto di FRA CARLETTO

Credo che questa condivisione, questa attenzione all'altro, questa simpatia nei suoi confronti debbano caratterizzare ogni comunicazione, di fatto caratterizzano ogni vera comunicazione, e allora solo in questa forma la nostra comunicazione può essere comunicazione della fede. Della nostra fede all'altro, lasciando all'altro la libertà di muoversi nella nostra stessa direzione o di lasciarsi prendere da vie usuali e più facili in apparenza. Anche in questo la libertà di Gesù nei confronti degli interlocutori diventa assolutamente istruttiva per tutti, anche per un povero capo scout.

## SANT'ANTONIO: IL MIRACOLO DELLA PAROLA E LA PAROLA CHE FA MIRACOLI

di fra Alessandro Ratti

Basilica di Sant'Antonio - Padova

(Per approfondimenti: [www.ilcamminodisantantonio.it/](http://www.ilcamminodisantantonio.it/))



Antonio di Padova è uno di quei santi più popolari che conosciuti. Sembra un paradosso, eppure è così. Lo si vede quasi in ogni chiesa, questo giovane frate con Gesù bambino in braccio, tanti lo pregano, ma chi era veramente e perché è diventato tanto famoso?

Antonio nasce in Portogallo, a Lisbona, poco dopo il 1190. Adolescente entra tra i canonici di sant'Agostino, studia con profitto e diventa prete. Dopo l'ordinazione viene a contatto con i primi francescani che partivano per essere missionari in Marocco. Colpito dalla loro semplicità, stile di vita e dal carisma che emanavano i figli di san Francesco, decide nel 1220 di seguirli, cercando la gloria del missionario e del martirio. La malattia e l'insuccesso della missione lo porteranno ad approdare in Sicilia. La sorte lo conduce in Romagna e qui viene scoperta, casualmente, la sua capacità sorprendente di comunicare e parlare alle folle. Da allora e fino alla morte (1231) Antonio diventa una "star" della predicazione, un oratore capace di riempire le piazze, perché sapeva toccare il cuore della gente, ascoltandone le confessioni e le sofferenze prima e dopo i suoi discorsi dal pulpito.

### Il libro della Scrittura e il libro della Natura

Antonio è convinto che la conoscenza della Bibbia sia la sorgente di tutta la sapienza del cristiano. Antico e Nuovo Testamento portano nelle loro pagine i misteri della Rivelazione, che vanno illuminati dal predicatore a favore dei suoi ascoltatori, dipingendo per loro il volto di Dio. Il metodo di Antonio è solido e consigliabile anche oggi: la morale cristiana, con le sue esigenze e comandamenti, ha senso solo se

poggia solidamente sulla fede, cioè sul riconoscere Cristo all'opera nella storia e nel mondo. Solo per chi sa vedere Gesù all'opera e ha deciso di vivere come lui, prende senso tutta l'etica del vangelo. E solo chi si lascia afferrare dallo Spirito di Cristo può comprendere i suoi discorsi e avere la forza di metterli in pratica.

Ma Antonio sa bene che il libro della Scrittura, che lui conosceva così a fondo e che tanto aveva studiato, risulta indigesto a chi è alle prime armi nell'impegno cristiano. Per questo, da buon francescano e da esperto comunicatore, sa utilizzare ogni mezzo per costruire "ponti di immagini" che aiutino i suoi ascoltatori a transitare dalla vita di tutti i giorni ai misteri contenuti nella Bibbia. La natura, in particolare, diventa per lui una fonte inesauribile di esempi, parabole e similitudini, che lo aiutano a imprimere nella memoria del suo pubblico il messaggio evangelico. Gli animali sono esempi di vizi e di virtù, le piante, le stelle, perfino le malattie diventano spunti per comunicare in modo popolare la parola del Signore.

### Il Signore e i suoi nemici: la lotta della vita cristiana

Per Antonio la vita cristiana non è una passeggiata nel bosco, o una camminata tranquilla in montagna, pur faticosa, per giungere con sicurezza alla vetta. Dai suoi scritti emerge invece la consapevolezza che l'esistenza è una vera e propria battaglia, che si scatena ogni giorno contro chi decide di seguire il Signore e fare sul serio con lui. La tentazione, il richiamo del male e del peccato, le lusinghe dei sensi e dell'orgoglio sono realtà vive e pericolose, veri e propri nemici pronti a tutto pur di staccare il cristiano dal suo modello e Signore. In que-

sto contesto di guerra al male, in cui il discepolo è impegnato su tutti i fronti, prende corpo il necessario allenamento, cioè la disciplina interiore ed esteriore, che Antonio qualifica come esercizio della "penitenza". La croce è vista da Antonio quale rimedio e medicina. Sembra paradossale, e in verità lo è: ma la strategia di Gesù per vincere la guerra al male consiste nel non usar mai le sue armi, neppure "a fin di bene". Ecco, allora, la "pazzia salutare" di una povertà che arricchisce, di una castità che è feconda e di un'obbedienza che libera. La croce vince la mentalità del mondo perché manda a gambe all'aria la subdola tentazione di primeggiare sugli altri e di aver successo da sé, indipendentemente da Dio. Pur essendo il male e il peccato realtà forti e quasi irresistibili, il cristiano può sconfiggerle se, invece di confidare in se stesso, ripone la sua fiducia in Gesù, che è "il più forte" anche se, in croce, sembra così debole.

### «Il Signore confermava la parola degli apostoli con i prodigi che l'accompagnavano» (Mc 16,20)

Antonio, infine, è comunemente noto come "il santo dei miracoli", l'amico di Dio a cui si chiede con confidenza un segno tangibile in tempo di crisi o malattia. Come non disperare quando la croce è troppo pesante? Come continuare ad aver fede? Fin dai primi giorni della sua sepoltura Antonio attirò alla sua tomba tante persone semplici, povere e malate, e per sua intercessione ottenevano di veder esaudita la propria preghiera. Già Papa Gregorio IX, che lo canonizzò ad appena 11 mesi dalla morte, interpretò questo fiorire di miracoli come il continuare l'opera che Antonio aveva iniziato in vita.



**COMUNICAZIONE.** Nelle infinite declinazioni che il significato di questa parola può assumere emerge un cuore: uscire da se stessi, abbandonare il microcosmo della propria individualità per aprirsi all'incontro con l'altro. Necessità, bisogno, ma a volte anche fatica, sfida e avventura.

a cura di Serena Ferretti

# FILM



**LE LUCI DELLA CITTÀ**  
di *Charlie Chaplin (1931)*

Nell'epoca dei fiumi di parole, scritte o pronunciate o spesso urlate dai canali di comunicazione, un ritorno al silenzio in cui parlano gli sguardi, i gesti, il cuore.

La storia dell'incontro tra un giovane vagabondo squattrinato e una fioraia cieca, il cui epilogo si può riassumere citando il Piccolo Principe: non si vede bene che col cuore...

**LO SCAFANDRO E LA FARFALLA**  
di *Julian Schnabel (2007)*

Un uomo accusa un malore che lo fa sprofondare in un coma da cui si risveglia paralizzato e privato della capacità di parole: può solo ascoltare e vedere. Il battito delle sue ciglia diventa lo sbattere d'ali di una farfalla che si fa veicolo di comunicazione tra lui e il mondo, dando voce a pensieri, sentimenti, emozioni che altrimenti rimarrebbero imprigionati dentro lo scafandro del suo corpo inerte.

**LOST IN TRANSLATION**  
di *Sofia Coppola (2003)*

Una città che potrebbe essere la nostra, un ambiente dominato da luci, suoni, movimento, frenesia. E intorno un'umanità che si muove in solitudine insoddisfatta e persa nella propria individualità, che fatica a stabilire relazioni umane significative, nonostante l'enormità di strumenti a disposizione...E' possibile uscire dalla solitudine?

**EAST IS EAST**  
di *Damien O'Donnell (1999)*

Una famiglia, un paese di origine e uno di residenza, due culture differenti. La difficile comunicazione all'interno di una famiglia multiculturale i cui figli provano a costruirsi faticosamente un'identità e a esprimere se stessi divisi tra i loro desideri e le aspettative degli adulti.

# LIBRI



**I TERRIBILI SEGRETI DI MAXWELL SLIM**  
di *Jonathan Coe*

Un uomo si ritrova sperduto in un luogo conosciuto in compagnia della voce del suo navigatore satellitare. Tra umanità e tecnologia un viaggio all'interno di se stessi profondamente inserito nella modernità globalizzata.

**LE CORREZIONI**  
di *J. Franzen*

Una famiglia ordinaria, come tante, un paese come tanti. Le relazioni tra i membri della famiglia, la comunicazione tra loro sono il centro di un affresco che ha come cuore il confronto tra le diversità, le aspettative, i sogni, le sofferenze.

# MUSICA



**FATHER AND SON** di *Cat Stevens*  
Un evergreen, dialogo tra papà e figlio...

**A VITA BASSA** dei *Baustelle*  
Quanto siamo più o meno consciamente influenzati dai mass media? Nel dialogo tra una ragazza e il suo prof. qualche risposta.

**FORMA E SOSTANZA** dei *C.S.I.*  
Una critica esplicita ai modelli di consumo e di comunicazione del nostro tempo.

**UN MATTO** (dietro ogni scemo c'è un villaggio) di *F. de Andrè*  
La tenera e tragica storia di Frank Drummer, etichettato come "matto", che come tante altre categorie umane è spesso messo a parte della società. La canzone evoca lo "spaesamento" e la difficoltà di definire un proprio efficace linguaggio per esprimersi.

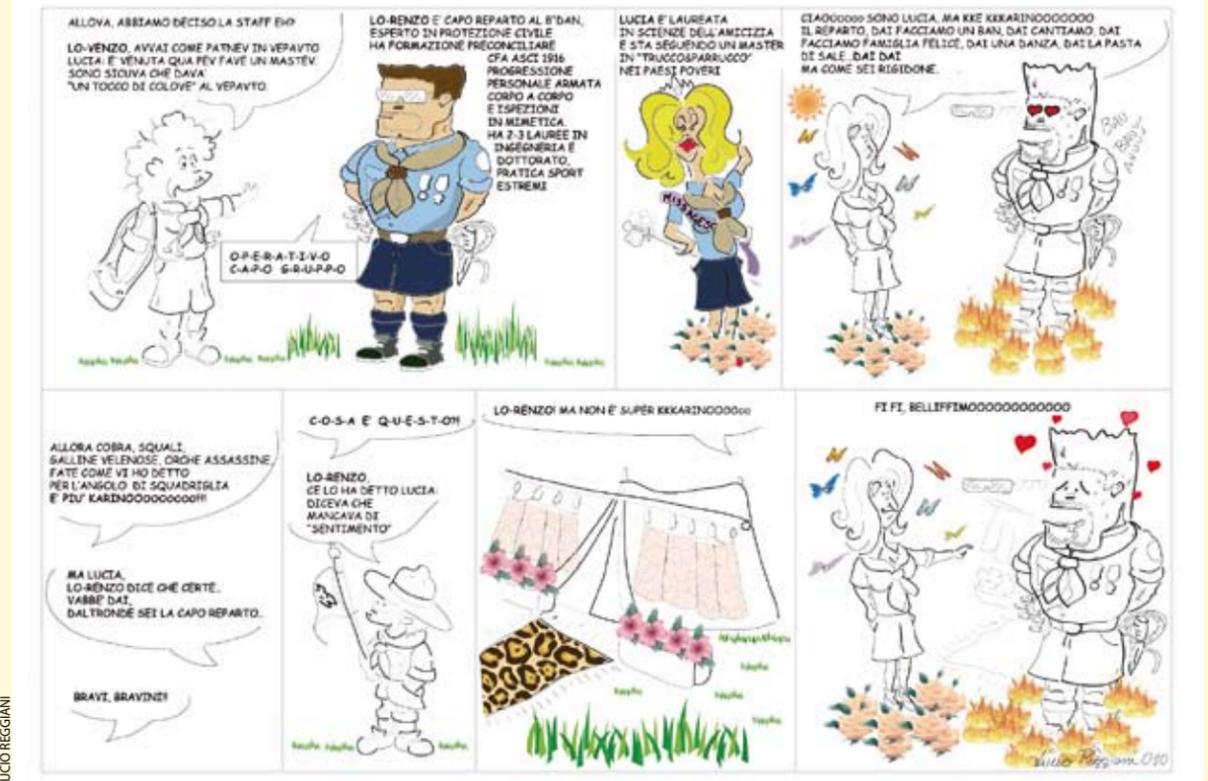


# LE STORIE DEL MIO AMICO NEDAB

di ESSEBI



# ..diarchia e "altre noie.." la comunicazione





Vanno bene per gli angeli le ali, a un uomo pesano. A un uomo per volare  
deve bastare la preghiera. Quella sale sopra le nuvole e piogge,  
sopra soffitti e alberi. La nostra mossa di volo è la preghiera.

*(Erri de Luca)*