



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

ArtisticaMENTE 2022 – Il teatro nella scuola

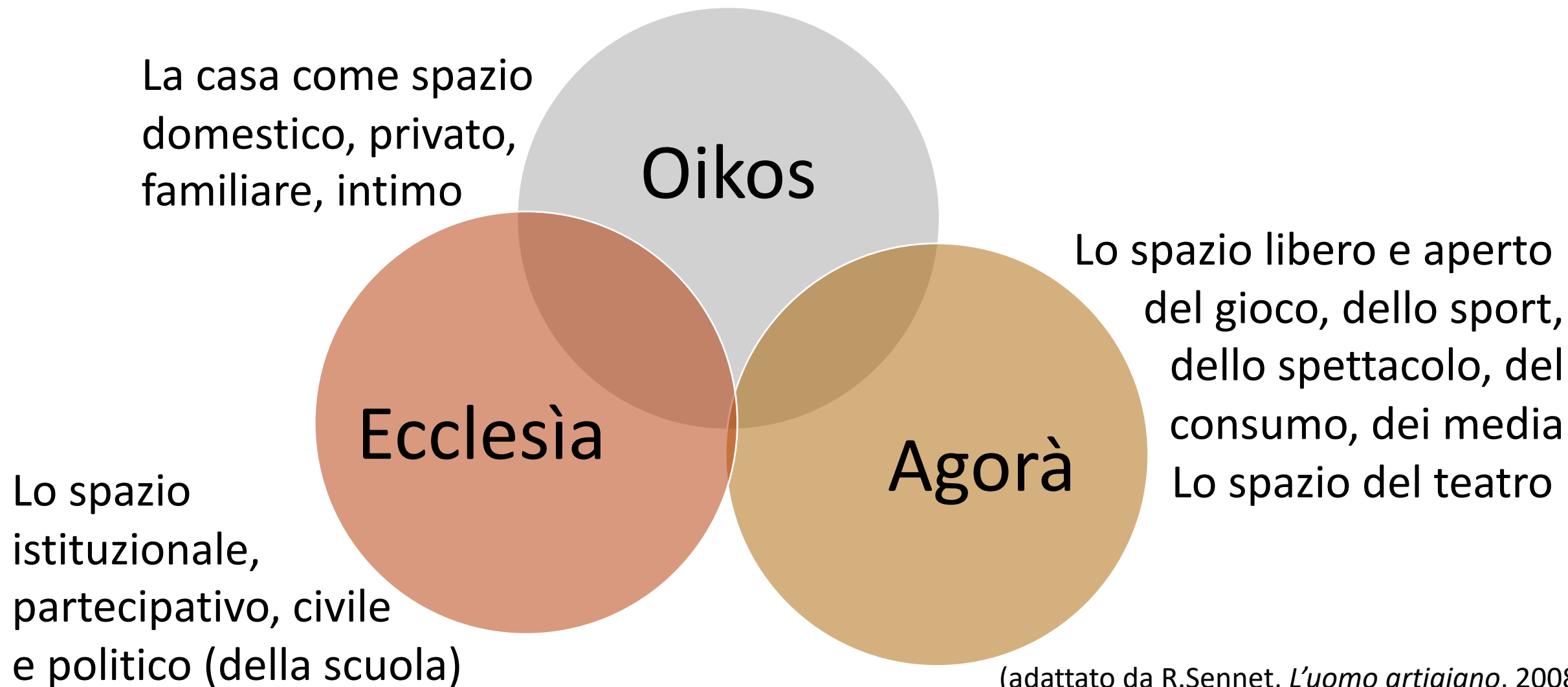
Gli scenari comunicativi delle nuove generazioni e la sfida dell'espressività

Piermarco Aroldi



(P.Bruegel, *Giochi di bambini*, 1560)





(adattato da R.Sennet, *L'uomo artigiano*, 2008)



(W.Corsaro, *Le culture dei bambini*, 1997)

Oikos: conflittuale nei confronti della scuola; permeabile nei confronti dell'agorà; inospitale per la cultura dei pari

Agorà: luogo deputato alla cultura dei pari; spazio in cui maturano esperienze e saperi vitali (es. la dimensione della sessualità, altrimenti tabù)

Ecclesia: tendenza della scuola a *disciplinare* gli ambiti dell'Agorà inclusi, e ad escludere quelli difficilmente *disciplinabili* o *illegittimi* (Bourdieu);

➡ (*Che ne è del teatro nelle Linee guida ministeriali?*)



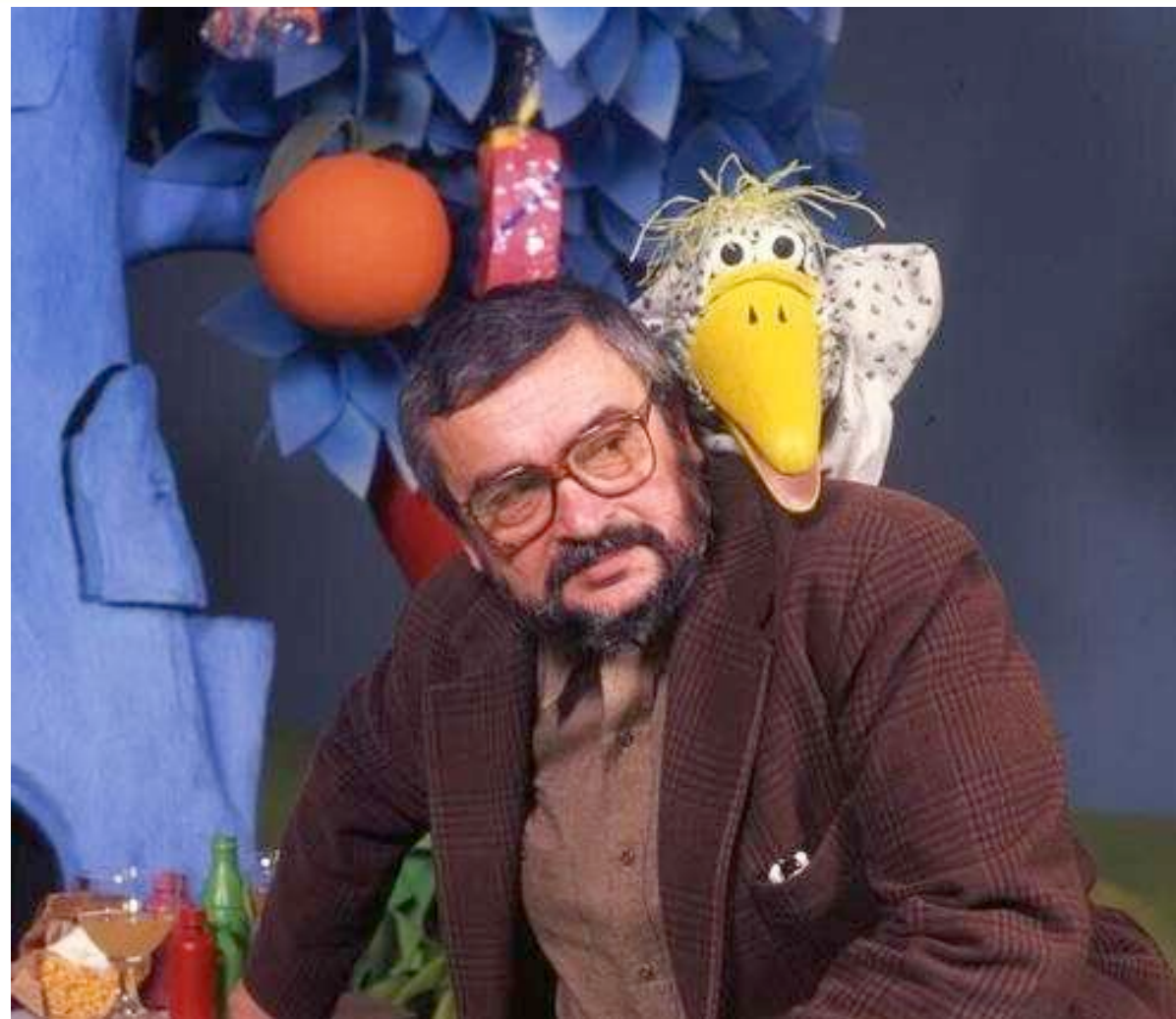
I. Bergman, *Fanny e Alexander*, 1983

L'ipotesi di lavoro: scenari comunicativi e *teatralità*



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

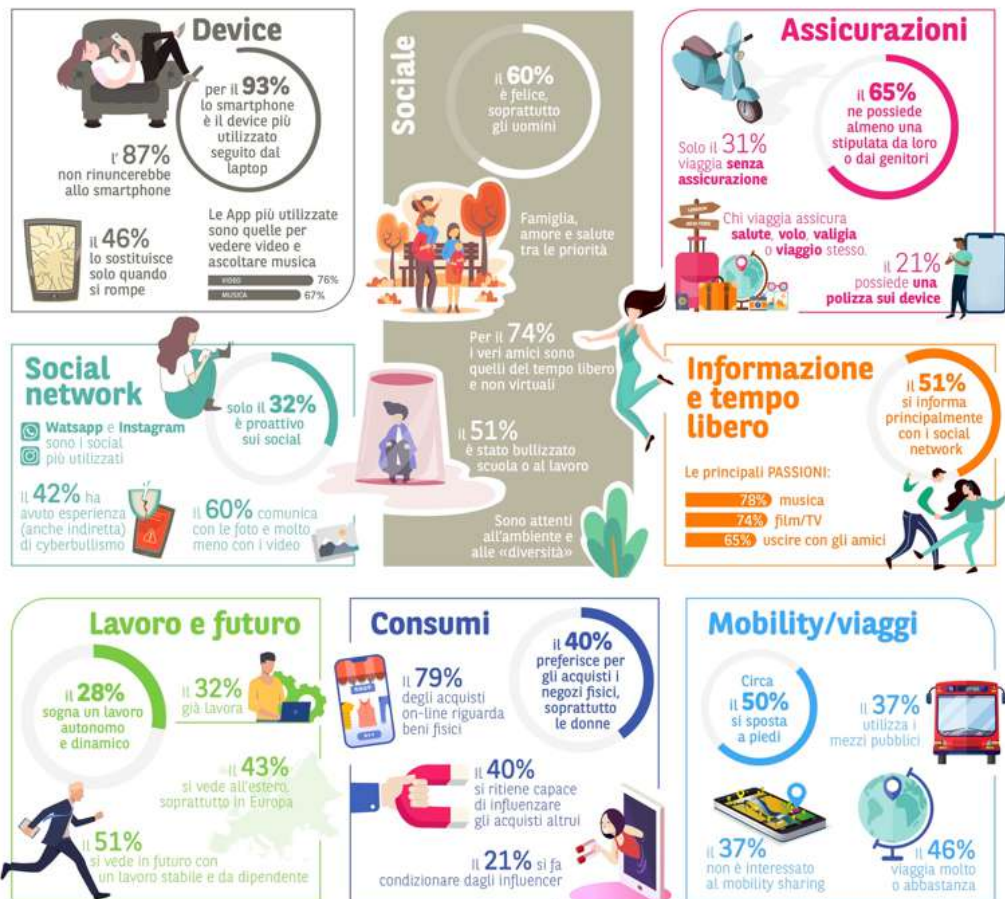




Lele Luzzati e Tinin Mantegazza

Chi sono gli attuali studenti italiani? La scorciatoia generazionale (e il marketing)

Nati tra
1996/2010  **GENERAZIONE Z**  Tra i 12 e
un futuro che guarda al passato I 26 anni



Survey promossa da BNP Paribas Cardif in collaborazione con AstraRicerche

BNP PARIBAS
CARDIF

Tecnologica, inclusiva e green: benvenuta Generazione Alpha!

SOSTENIBILITÀ E INCLUSIONE

#planetaterra
Pensa che il pianeta stia male
54%
Pensa che dovremmo aiutarlo di più
51%

#ambiente
Si preoccupa della raccolta differenziata
39%

#inclusione
Ha amici o compagni di diverse etnie
33%

#diversity
Le differenze di genere non sono percepite

TEMPO LIBERO

#tempolibero
Tra le attività preferite:
giocattoli 47,5%
disegnare 30%
stare con amici 29%
guardare la TV 28%

#hobbyazzurri
I bambini prediligono videogiochi e sport

#hobbyrosa
Le bambine preferiscono attività creative (musica, pittura, ecc.)

LOCKDOWN

#lockdown
Ha trascorso più tempo davanti alla TV
28%

#relazioni
Ha sofferto la mancanza degli amici
27%
Ha sofferto la mancanza dei nonni
20%

#scuola
Era impaziente di tornarci
84%

PAROLA AI BAMBINI

#lavorofuturo
15%
vuole fare mestieri relativi alla cura della natura o degli animali

#dagrandesarbimbi
16% sportivo professionista
11% poliziotto

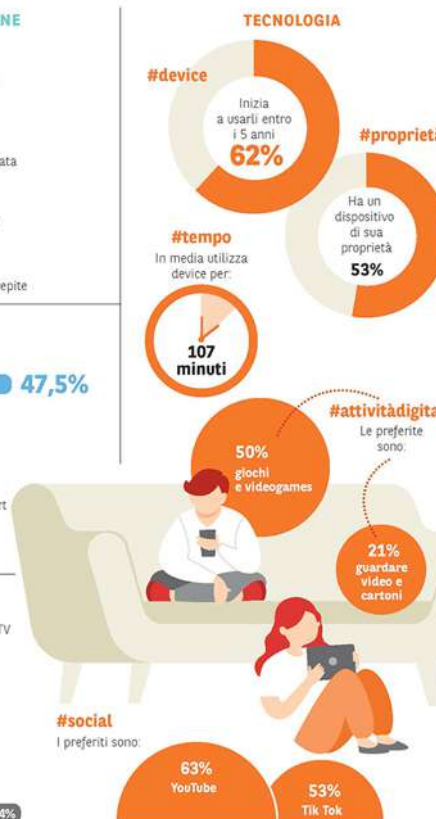
#dagrandesarbimbe
19% pittrice o fotografa
12,5% ballerina

#idoli
I bambini ammirano i supereroi e il papà, le bambine i protagonisti dei cartoni e la mamma

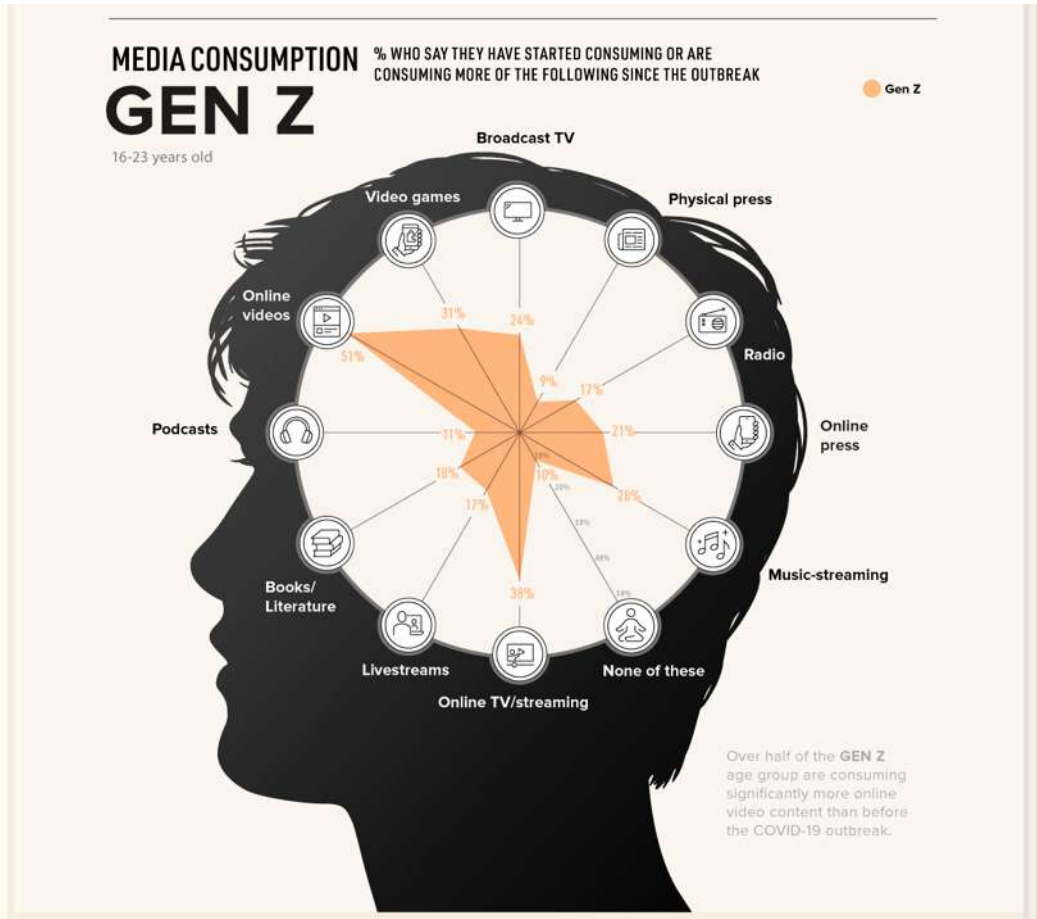
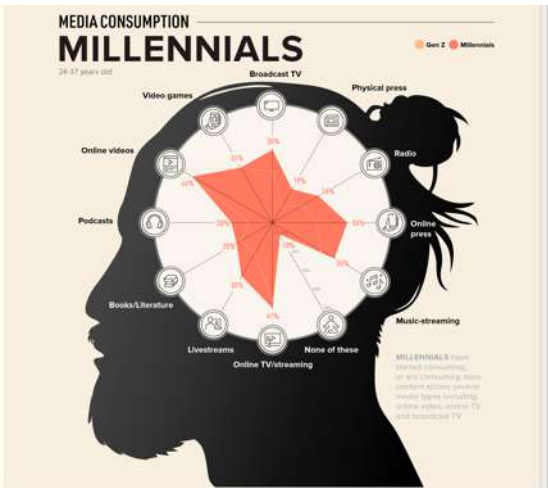
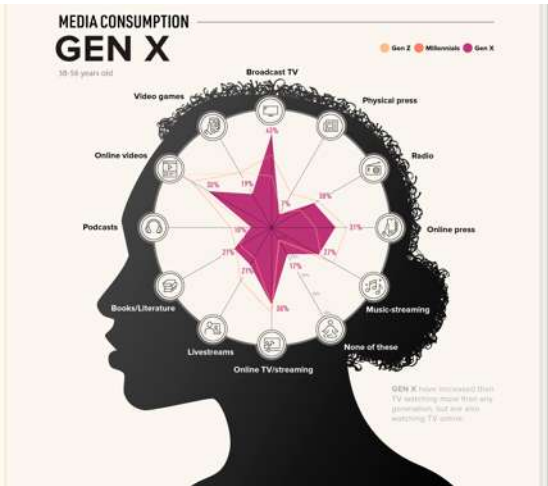
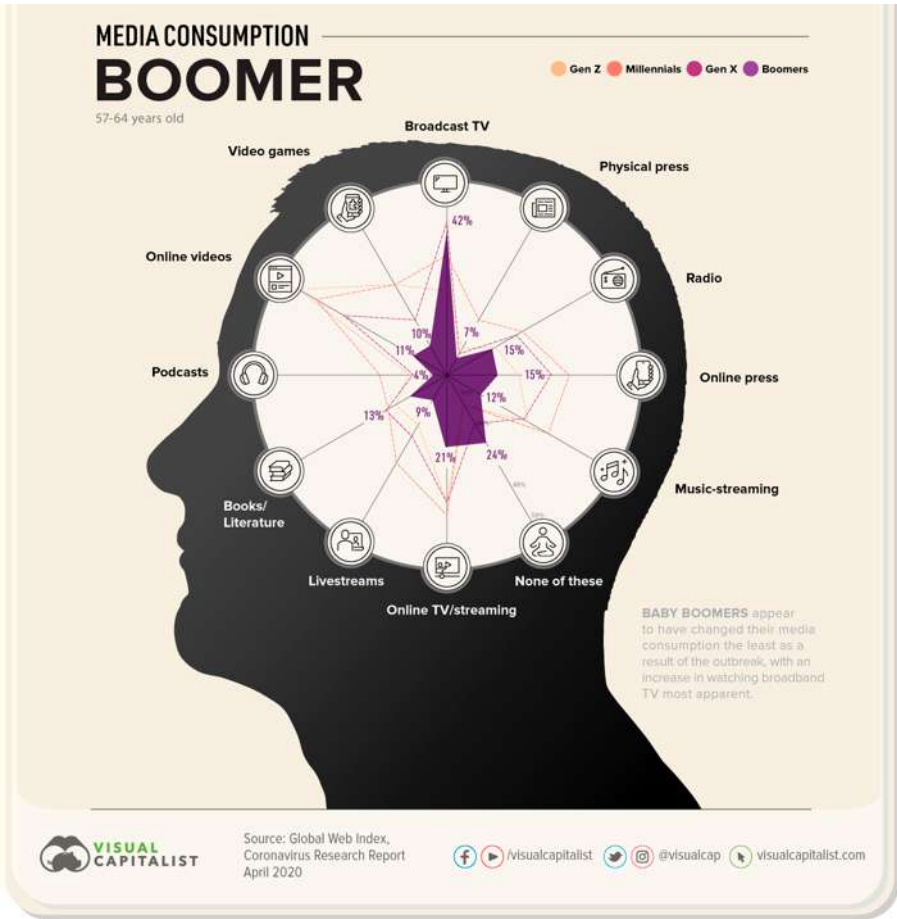
SURVEY PROMOSSA DA BNP PARIBAS CARDIF IN COLLABORAZIONE CON FRIENDZ

BNP PARIBAS
CARDIF

Nati dopo
Il 2010 – da
0 a 12 anni



Generazioni e scenari comunicativi durante il lockdown



I «Nativi digitali» non esistono



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Accesso giornaliero a internet

Dispositivi maggiormente utilizzati



96%



52%



24%



3.4 ore



Femmine
3.36 ore

Sec. 1° grado

3.53 ore



Maschi
3.47 ore

Sec. 2° grado

3.39 ore

4 gruppi di
competenze
digitali

Comunicative e relazionali

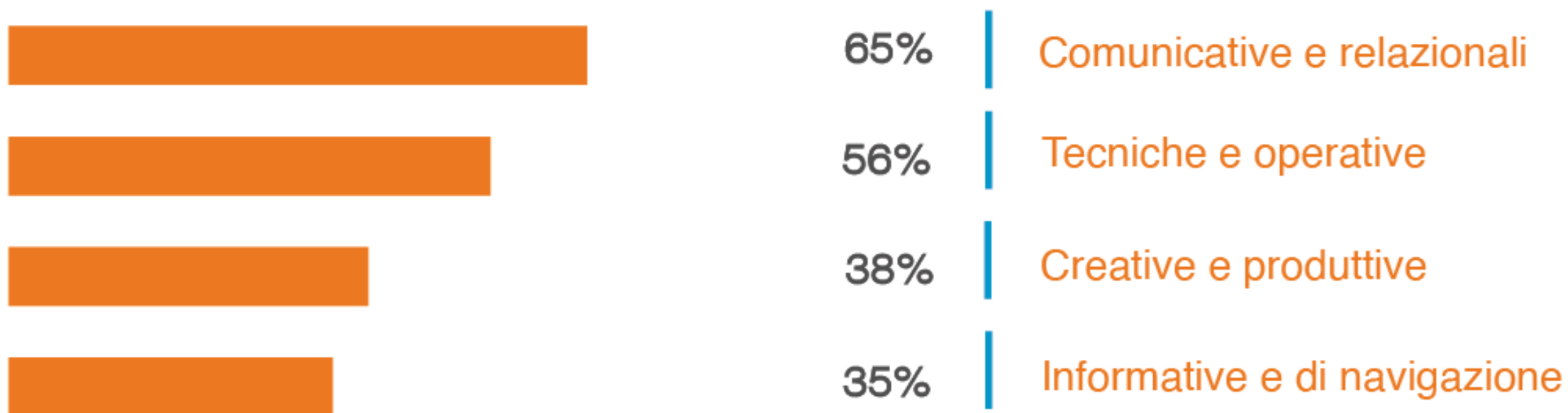
Tecniche e operative

Creative e produttive

Informative e di navigazione



I bambini italiani riportano bassi livelli di competenze informative e di navigazione



Attività online giornaliere

Top 4*



95%

comunicare
con gli amici



85%

ascoltare
musica o
guardare
videoclip online



84%

comunicare
con i genitori



56%

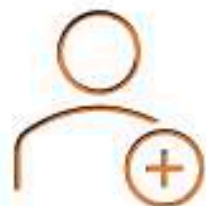
giocare al pc
o al cellulare

Attività online meno comuni*



18%

ha creato e modificato alcuni contenuti digitali (musica, video, gif, meme)



13%

cerca nuovi amici o contatti



11%

cerca o segue notizie su questioni locali, sociali, ambientali o politiche



9%

cerca informazioni sulla salute fisica



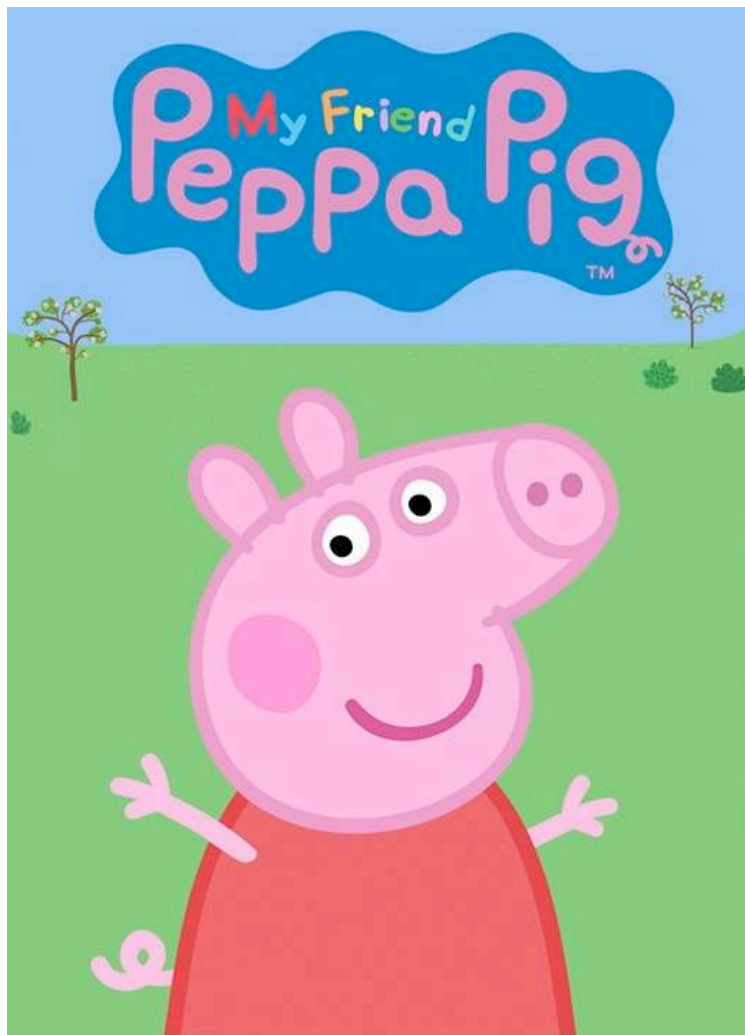
7%

cerca informazioni sulla salute mentale e il benessere psicologico

Rischi online

Percentuale di adolescenti che hanno visto contenuti sessuali online, contenuti dannosi, incitanti all'odio o hanno fatto esperienza di sexting (ricevendo immagini e contenuti sessuali da terzi)





Instagram e la *presentazione del sè* (Goffman)





Followers

YouTube: 6,14 milioni

Instagram: 1,5 milioni

Tiktok: 2,5 milioni



I top Creator su TikTok

per views/video

Khaby Lame

@khaby.lame

36,5M

Views/Video

Letwins

@letwins

8,8M

Views/Video

Manuel Mercuri

@mercuri_88

5,8M

Views/Video

Madtrinity

@madtrinity

5,5M

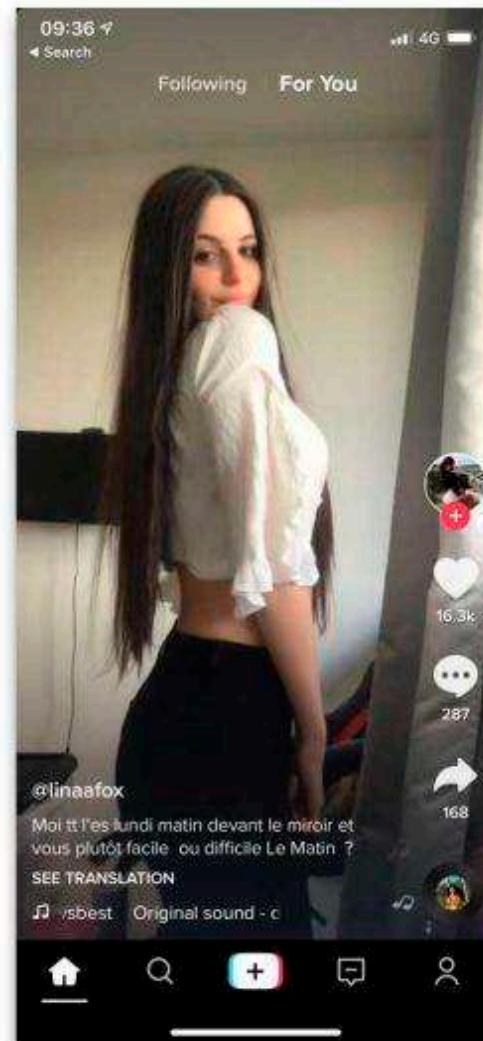
Views/Video

Khalid El Mahi

@foodgood

4,9M

Views/Video



*I migliori TikToker italiani per numero di Views ottenute rispetto ai post pubblicati nel periodo compreso tra Gennaio e Giugno 2021. La classifica tiene conto dei profili che hanno pubblicato almeno 20 video al mese per tutto il periodo analizzato.

Cosplay: tra fandom, Halloween e Carnevale



I tratti comuni di questi scenari:

- *Performance* diffusa, vicaria, *onlife*, ipercodificata
- Estetizzazione / fotogenicità dell'esperienza quotidiana / cosmesi
- Crisi della *rappresentazione*
- Centralità del corpo (e sua rimozione/resistenza)
- Sperimentazione identitaria
- Bisogno di riconoscimento da parte di un pubblico / *audience*
- *Individualismo connesso*

➡ *Quale compatibilità / tensione con l'educazione alla teatralità?*



Grazie per l'attenzione!

Me contro Te: <https://www.youtube.com/watch?v=ZHPnd98s3Pw>

Follettina creation: <https://www.youtube.com/watch?v=K3NRskx-6Fk>

50 Top TikTok video: <https://www.youtube.com/watch?v=E7mUSQ0dhqs>