



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

ArtisticaMENTE 2022 – Il teatro nella scuola

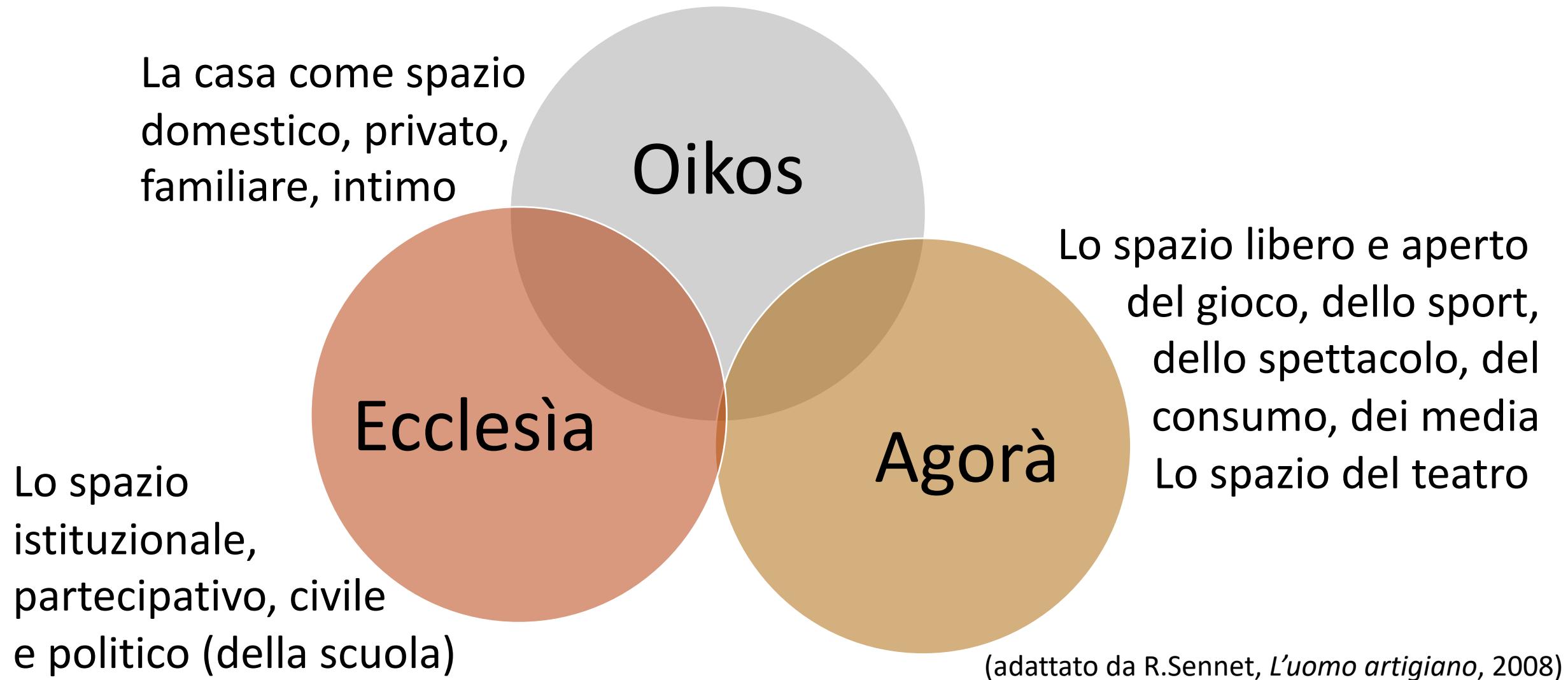
Gli scenari comunicativi delle nuove generazioni e la sfida dell'espressività

Piermarco Aroldi



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







(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)

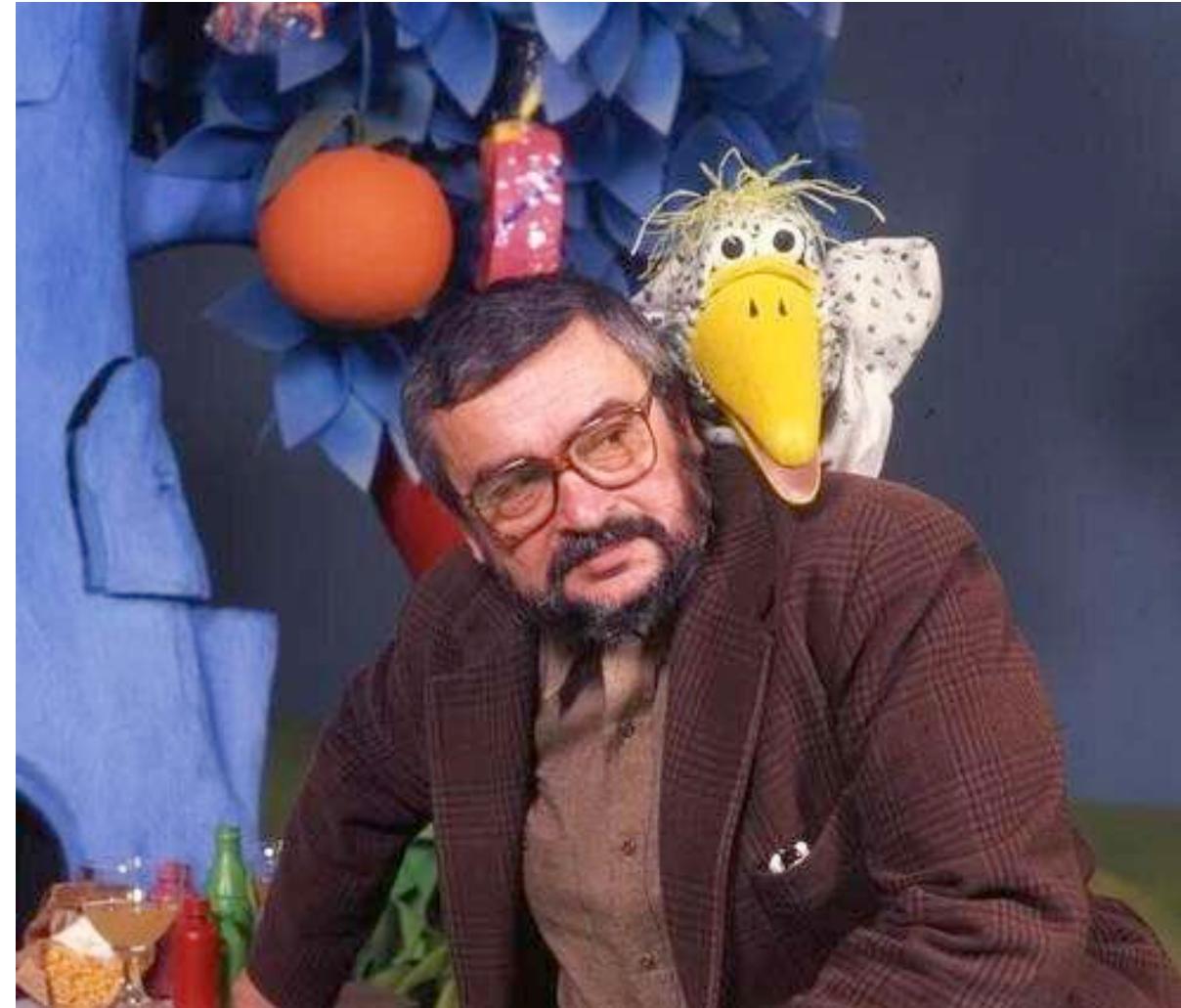
Ecclesia: tendenza della scuola a *disciplinare* gli ambiti dell'Agorà inclusi, e ad escludere quelli difficilmente *disciplinabili* o *illegittimi* (Bourdieu);

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



I.Bergman, *Fanny e Alexander*, 1983





Lele Luzzati e Tinin Mantegazza

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

Nati tra
1996/2010



GENERAZIONE Z

un futuro che guarda al passato



Tra i 12 e
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

#pienaterra
Pensa che il pianeta stia male 54%
Pensa che dovremmo aiutarlo di più 51%
#ambiente
Si preoccupa della raccolta differenziata 38%
#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

#dagrandesaròbimbi 16%
sportivo professionista
11% poliziotto

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

#idoli 17%
I bambini ammirano i supereroi e il papà.
Le bambine i protagonisti dei cartoni e la mamma



CYBERBULLISMO

#cyberbullismo
Sa cos'è 46%
Si è imbattuto in episodi di cyberbullismo 9%
#parentalcontrol
Genitori che controllano i device 84%
39% tramite software ad hoc

ASSICURAZIONI

#protezione
Genitori che non hanno attivato polizze assicurative per i figli 91%
#polizze
Le più diffuse tra quelle attivate: vita 55% salute 31%
#futuro
Genitori che vorrebbero attivare nuove polizze 41%
#cyberisk
Genitori che non conoscono le polizze che proteggono dal cyberbullismo 88%

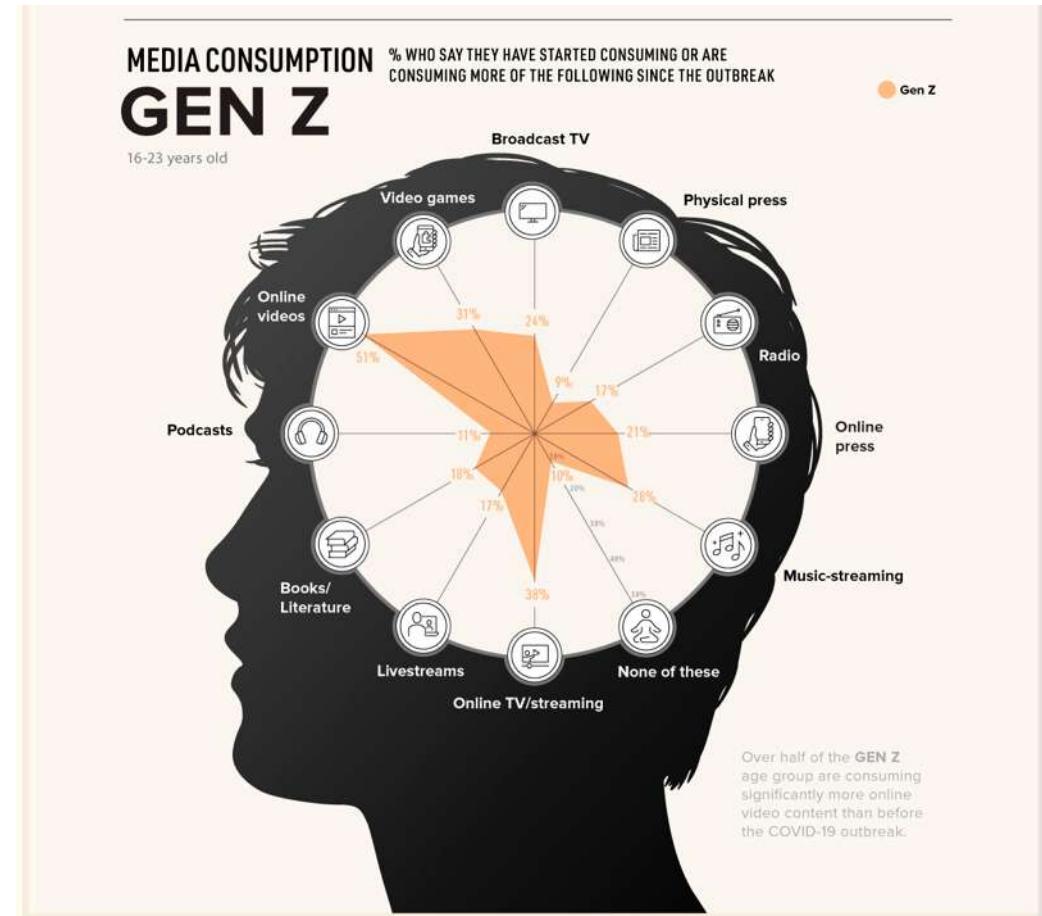
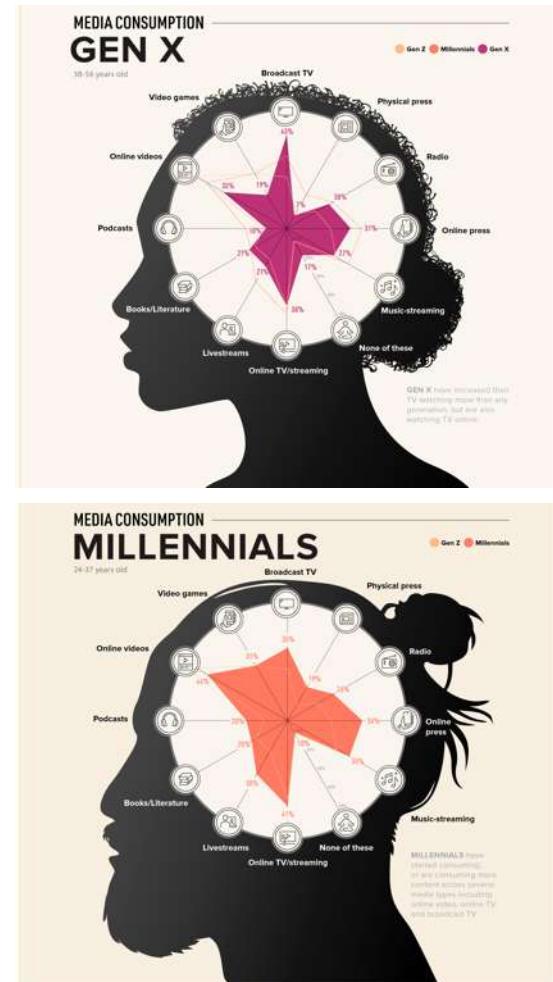
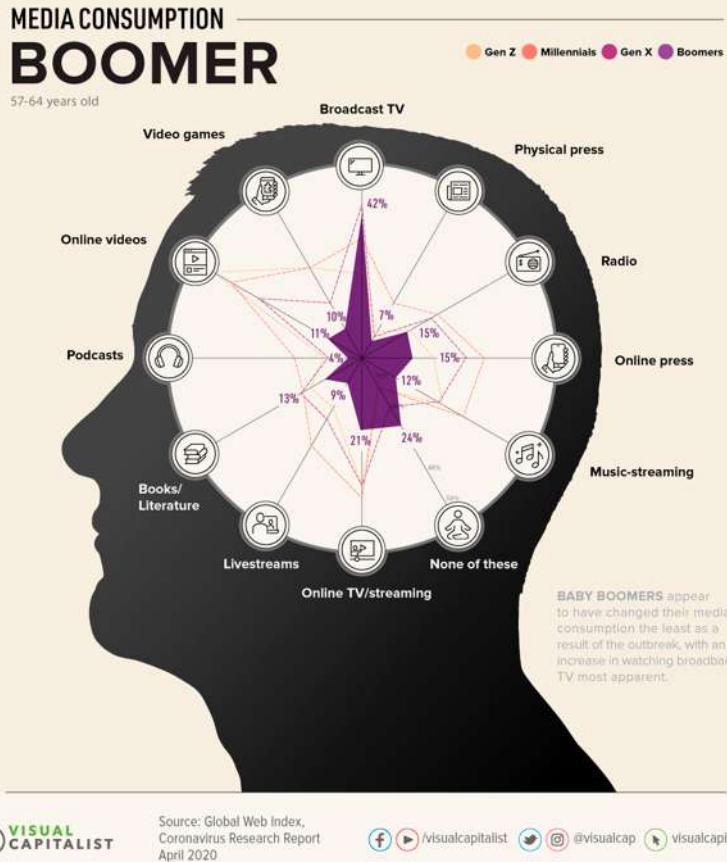
ECONOMIA

#budget
Le famiglie che spendono in media al mese fino a € 200 per bambino 50%
#consumi
Le spese maggiori sono per abbigliamento 46% attività extrascolastiche 17%

BNP PARIBAS
CARDIF

Nati dopo
il 2010 – da
0 a 12 anni

Generazioni e scenari comunicativi durante il lockdown



I «Nativi digitali» non esistono

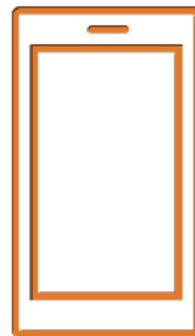


UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Accesso giornaliero a internet

Dispositivi maggiormente utilizzati



96%



52%



24%

ySKILLS



3.4 ore



Femmine
3.36 ore



Maschi
3.47 ore

Sec. 1° grado

3.53 ore

Sec. 2° grado

3.39 ore

4 gruppi di competenze digitali

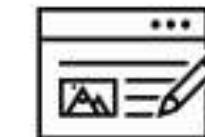
Comunicative e relazionali



Tecniche e operative



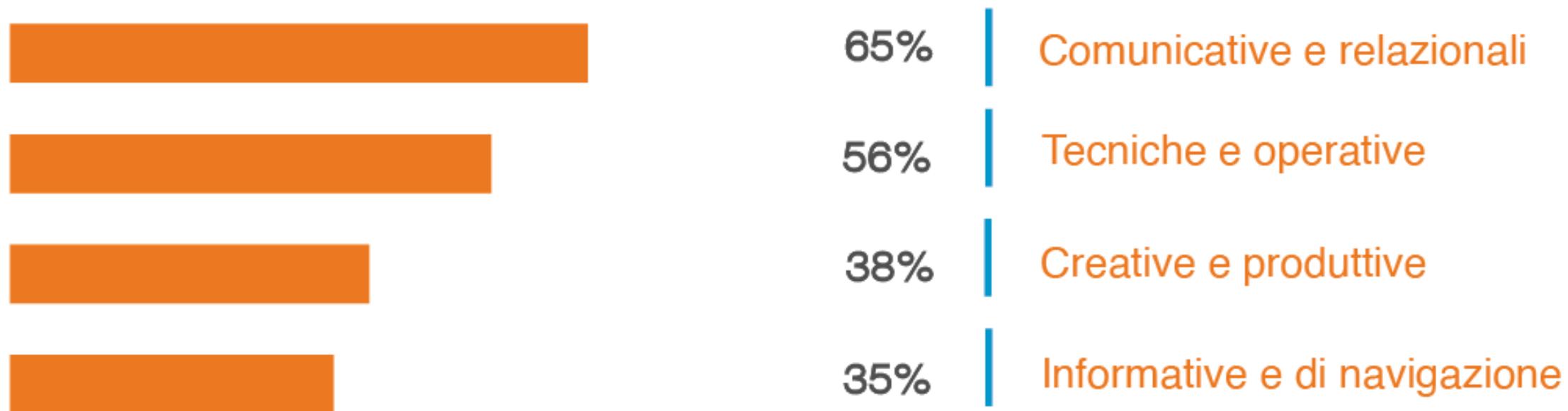
Creative e produttive



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



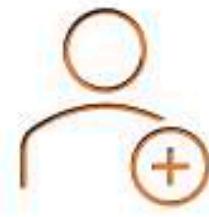
56%

giocare al pc
o al cellulare

Attività online meno comuni*



18%



13%



11%



9%



7%

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

cerca nuovi
amici o
contatti

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

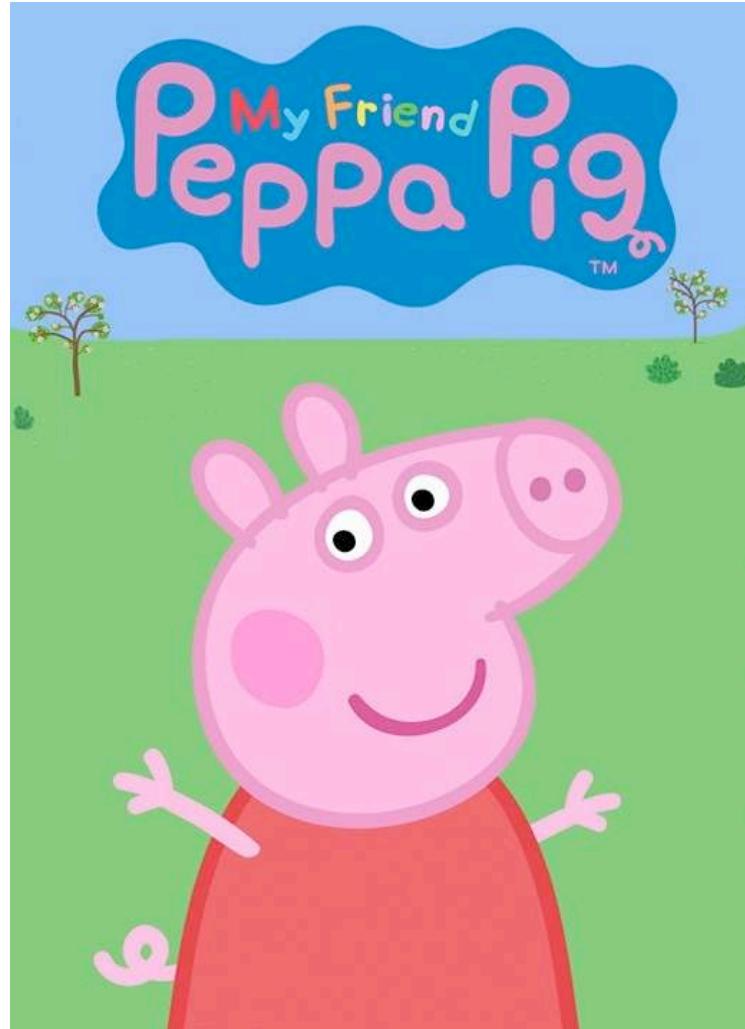
cerca
informazioni
sulla salute
fisica

cerca
informazioni
sulla salute
mentale e il
benessere
psicologico

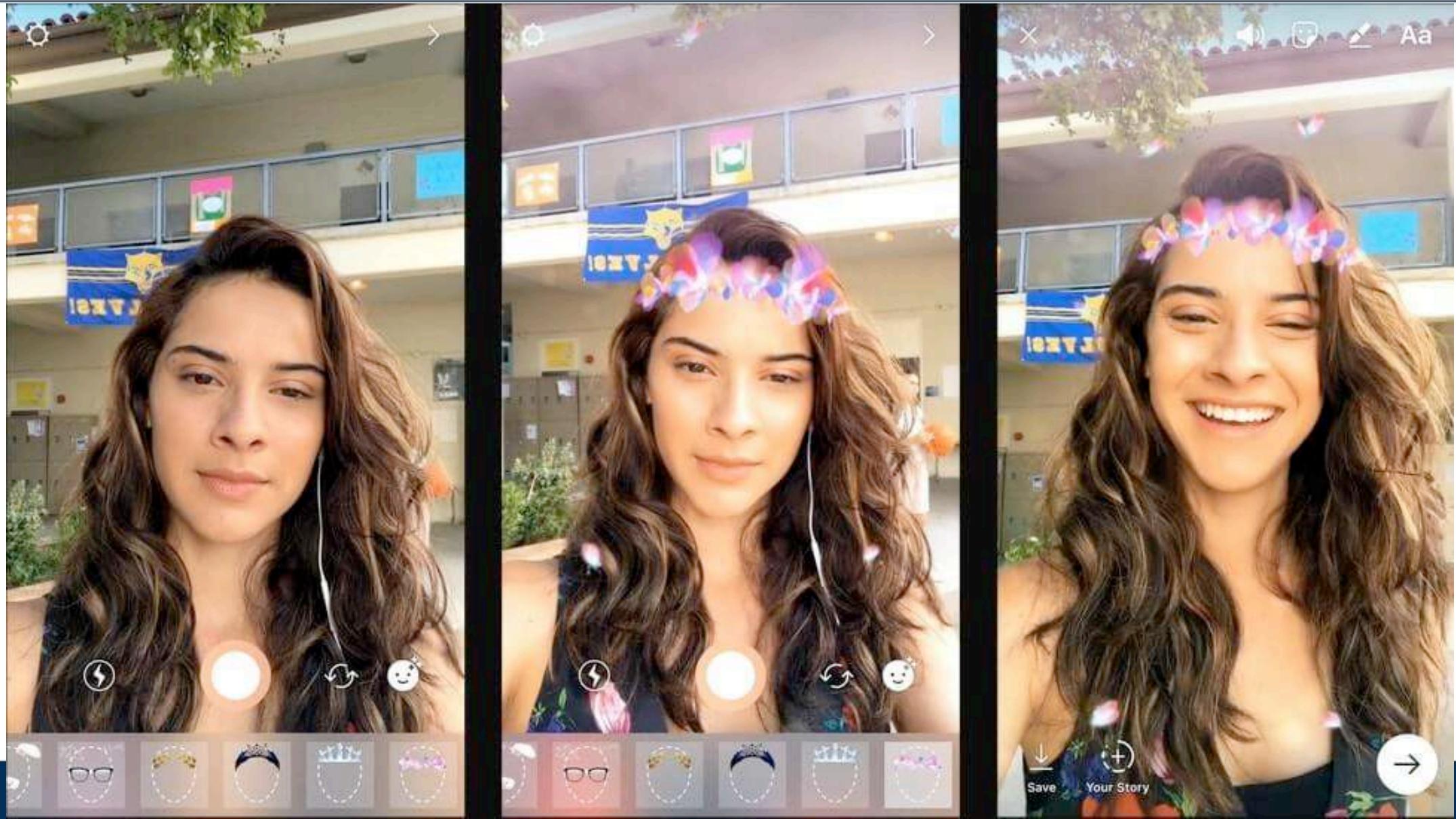
Rischi online

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

1 Khaby Lame

@khaby.lame

36,5 M

Views/Video



2 Letwins

@letwins

8,8 M

Views/Video

3 Manuel Mercuri

@mercuri_88

5,8 M

Views/Video

4 Madtrinity

@madtrinity

5,5 M

Views/Video

5 Khalid El Mahi

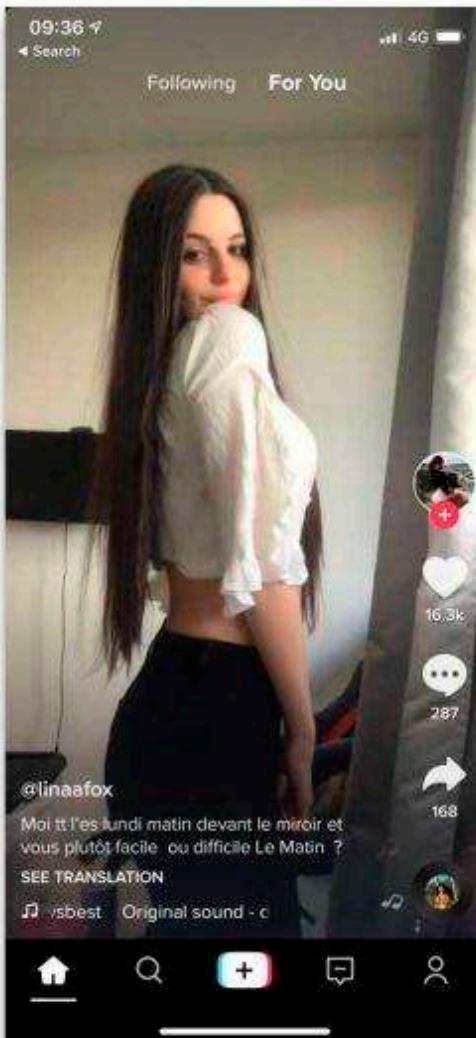
@foodqood

4,9 M

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.

<https://youtu.be/TcR8PceZHv0?t=137>

Cosplay: tra fandom, Halloween e Carnevale



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



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>