

I cartoni animati sono buoni o cattivi?

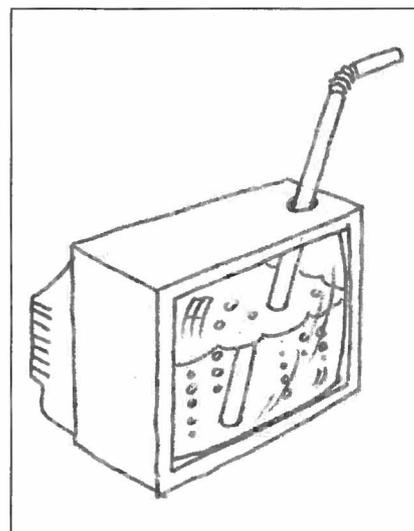
Questo il titolo della conferenza tenuta dalla dottoressa Vilma Mazza su invito del Servizio educazione ai mass media. Vilma Mazza è psicologa e presidente del Centro per l'Educazione ai media di Milano e da qualche anno collabora anche con il nostro Servizio animando corsi di aggiornamento per i docenti.

Dall'America al Giappone come sono i cartoni animati visti dai nostri bambini? Tutti i cartoni animati, perché tali, sono adatti ai bambini, a tutti i bambini? I docenti e i genitori invitati al pomeriggio informativo hanno potuto seguire un percorso di riflessione che li ha portati a conoscere e a capire meglio i cartoni animati. Si sono passati in rassegna forme e contenuti, buona e cattiva qualità, effetti e coinvolgimenti emotivi. Si è messa in evidenza la necessità, da parte degli adulti, di vigilare e di operare scelte consapevoli.

La natura del cartone animato è cambiata nel tempo: ieri il cartone era praticamente una gag comica imperniata sull'inseguimento, oggi è strutturato come una storia vera e propria e spesso si tratta anche di narrative seriali. Questo nuovo tipo di cartone è un prodotto più evoluto che comporta da parte del bambino una frui-

zione più impegnativa. La maggiore complessità è dovuta a diversi fattori: la comprensione della trama richiede un investimento cognitivo più grande, si sperimentano emozioni più forti, vengono presentati anche valori e modelli non appartenenti alla nostra cultura, gli stili di racconto sono modernizzati, per esempio con la costruzione di un vissuto attorno ai personaggi dei cartoni animati.

A ciò bisogna anche aggiungere l'evoluzione del linguaggio televisivo e delle modalità di comunicazione che aggiungono complessità a complessità. La nuova televisione, quella che ha preso forma con la diffusione delle emittenti private (dal 1976 in avanti), si caratterizza soprattutto per questi elementi: un maggior numero di canali a disposizione; l'amplificazione dell'offerta televisiva, dovuta all'aumento delle fasce orarie di trasmissione e del numero di programmi messi in onda; una nuova «politica» dei palinsesti, determinata soprattutto dal bisogno di ottenere alti indici di ascolto, in funzione anche della collocazione di inserti pubblicitari all'interno dei programmi; la nascita di nuove tipologie di programmi televisivi (soap opera, telenovela, situation comedy, serial); la commistione dei generi dei programmi (na-

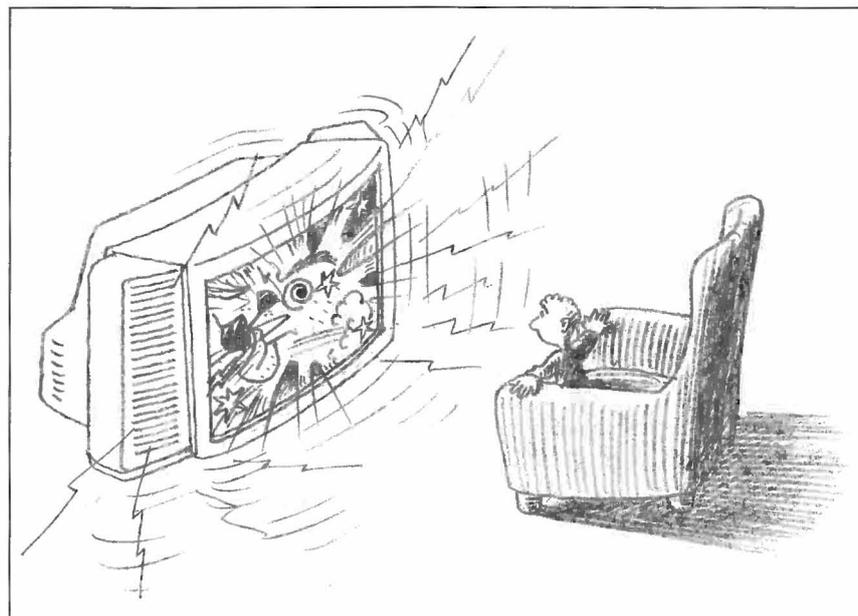


La TV non è una bevanda che si possa bere senza porsi la domanda se è potabile o no.
Enzo Biagi, giornalista

scono i programmi di «infotainment»: termine che deriva dalla congiunzione di «information» = informazione + «entertainment» = intrattenimento, come, per esempio, «Chi l'ha visto?» della RAI). Se nella vecchia televisione i programmi erano distinti per utenza e per genere (la TV dei ragazzi, dei bambini, il quiz, il teatro, il varietà, l'attualità, ecc.), nella neo-televisione molti sono i programmi che possono o vengono visti da tutti, indipendentemente dall'età, e che si assomigliano tra di loro. Ad esempio nei programmi-contenitore convivono frammenti di programmi di generi diversi e lo scopo è quello di accontentare i gusti di utenze diverse per età e per interessi che possono essere davanti al teleschermo insieme.

Le modalità di comunicazione della TV di oggi tendono a fare avvicinare il mondo reale del telespettatore e quello televisivo della finzione. Questa nuova percezione televisiva introduce un'altra dimensione in cui realtà e finzione si integrano e generano un contesto apparentemente plausibile: questa tecnica di comunicazione e di narrazione è la commistione. Ne sono un esempio i Power Rangers che mescolano elementi fantastici a elementi della realtà (personaggi in carne ed ossa combattono con esseri non reali). Le altre moderne tecniche sono l'interpellanza: quando la TV si rivolge al pubblico (e viceversa), e dialoga con il telespettatore sollecitandolo a telefonare, giocare, porre do-

Illustrazioni tratte dal libro *io, tu e la TV* di Erina Fazioli Biaggio e Fredi Schafroth, Centro didattico cantonale, Servizio educazione ai mass media, 1997.



Griglia di analisi del cartone animato

La dott. Vilma Mazza, psicologa e presidente del Centro per l'Educazione ai media di Milano, ha elaborato questo strumento che permette di analizzare un cartone per evidenziarne i valori positivi. Tanto più in un cartone si troveranno indicatori positivi, tanto più esso potrà essere ritenuto un cartone di qualità.

L'analisi riguarda i due aspetti essenziali di un cartone: quello delle *caratteristiche audiovisive del prodotto* e quello delle *caratteristiche del racconto*.

1. Caratteristiche audiovisive

Sono gli elementi *visivi* (disegno, colore, animazione), gli elementi *sonori* (musica, suoni, rumori, vocalizzi) e gli elementi del *codice verbale* (parole, frasi, discorsi).

Indicatori positivi degli elementi visivi:

disegno	colore	animazione
gli elementi del tratto grafico differenziano e caratterizzano personaggi e ambienti;	l'uso del colore è equilibrato;	gli elementi della animazione differenziano i personaggi;
il tratto grafico è incisivo e contribuisce a trasmettere emozioni, al di là del commento sonoro o della portata dei contenuti;	le campiture sono definite;	l'animazione è espressiva e contribuisce a trasmettere emozioni.
il disegno privilegia nelle inquadrature le composizioni d'insieme (per es. figure intere, campi medi, ecc.).	il colore è vivido.	

Indicatori positivi degli elementi sonori:

non sono ridondanti; non si sovrappongono;
 non trasmettono, in modo esclusivo e prepotente, le emozioni e i sentimenti della storia;
 non trasmettono eccitazione, al di là del contenuto rappresentato;
 il volume e il tono non sono elevati.

Indicatori positivi degli elementi del codice verbale:

non vengono impiegate parole del vocabolario adulto, il cui significato non è immediatamente comprensibile;
 non vengono impiegate parole insolite o ricercate, che presuppongono conoscenze specifiche, al di fuori del contesto del racconto;
 la frequenza e l'intensità del parlato non sono eccessive, lasciano cioè spazio all'elaborazione personale;
 le frasi o i discorsi non sono lunghi e complessi.

mande agli ospiti; la TV comunica «a tu per tu» con il pubblico a casa e interagisce con il pubblico in studio. La *serialità*: cioè la Tv che continua nel tempo (ad esempio nei programmi che si sviluppano in tante puntate), che diventa familiare perché ogni giorno ritroviamo gli stessi personaggi – i protagonisti delle storie – che ci raccontano che cosa è successo nel frattempo. La televisione ci fa conoscere un mondo parallelo di «altri vissuti» al quale partecipiamo direttamente perché evolve contemporaneamente alla nostra vita reale. Oltre che dalle puntate numerose che si susseguono e che creano un'abitudine e scandiscono il ritmo del nostro vivere quotidiano e del tempo televisivo, la serialità si caratterizza per il rimando tra realtà e finzione e per la ricaduta di quest'ultima nella vita reale: il cartone animato continua a vivere nella vita reale del bambino attraverso i pupazzi-giocattolo che sono la riproduzione degli eroi televisivi sapientemente propagandati dalla pubblicità televisiva mirata.

Da un censimento dell'offerta sempre più invasiva di cartoni animati finalizzato a redigere *una mappa dei generi dei cartoni animati* sono emersi i seguenti: fantastico-fiabesco, sportivo, sentimentale, vita quotidiana, storico-avventuroso, didattico, classici. Al di sopra di queste suddivisioni si impone, per quanto riguarda il mercato televisivo, la presenza massiccia di cartoni americani e di cartoni giapponesi. Procedendo a una macro-distinzione si può evidenziare una prima immediata differenza relativa al linguaggio che, nei cartoni americani, è più eccitante, mentre nei cartoni giapponesi è più drammatizzante. Bisogna sapere inoltre che i cartoni giapponesi derivano spesso dai «manga» che sono fumetti per adulti molto diffusi in Giappone: ecco quindi che i cartoni a loro ispirati presentano situazioni, scene, immagini e ritmi più adatti agli adulti che ai bambini. Rispetto ai contenuti quelli americani privilegiano la competizione, l'affermazione di sé, le tematiche sociali e i contenuti commerciali. I cartoni giapponesi privilegiano il potere, il dominio, le dimensioni intimistiche, il sacrificio come riscatto, la disciplina fisica e interiore. Questo ci porta a considerare l'importanza di riflettere sul fatto che al di là del divertimento queste produzioni trasmettono anche, in modo più o meno occulto, valori, stili di

vita, comportamenti. Tocca agli adulti vigilare con consapevolezza e attenzione sui messaggi che si desidera siano percepiti e «assorbiti» dai bambini.

I cartoni «commerciali» sono quelli che non si sviluppano attorno a una trama e la storia raccontata, molto ripetitiva, è un pretesto per fare esibire gli eroi e far vedere le performances degli accessori di cui sono dotati. Così il bambino apprende le prestazioni del giocattolo che trova in vendita e si istruisce attorno ai giochi che potrà fare con esso. Più che un cartone dovrebbe essere definito come un grande spot dei giocattoli omonimi.

A livello dei contenuti e specialmente dei messaggi che possono influenzare gli spettatori-bambini, è importante capire la *struttura morale* delle storie che può essere messa in rilievo analizzando chi e come risolve il conflitto o il problema al centro della vicenda. *L'individuazione di questo aspetto contribuisce a stabilire la qualità del cartone.* Spesso la risoluzione avviene grazie all'intervento esterno di eroi, il problema-conflitto non è dunque risolto da chi ha il problema. Spesso si assiste anche alla risoluzione grazie all'intervento di poteri magici e di armi scientifiche, o grazie allo scontro fisico e ai combattimenti corpo a corpo. *Ecco quindi che anche nei cartoni animati interviene la violenza.* Pur considerando che la violenza mediata dalla fantasia ha un impatto minore rispetto alla violenza realistica, bisogna vigilare perché, a lungo andare, essa può diventare un mezzo accettabile e giustificabile se usato a fin di bene. Quindi se la violenza è costantemente presentata, e quindi vissuta, come lo strumento risolutorio di problemi e conflitti, può a poco a poco generare nei piccoli telespettatori atteggiamenti culturali e comportamentali che giustificano, accettano e riconoscono alla violenza diritto di esistenza e validità di obiettivi. Gli esempi di comportamenti violenti sono ancora più perniciosi e inducono più facilmente all'imitazione quando vengono praticati con armi di uso quotidiano, casalingo, a disposizione di ognuno, a cominciare dalle parti del proprio corpo.

Come scegliere i cartoni animati di qualità?

Quando il bambino è piccolo bisogna evitare la produzione che contiene rimandi tra il cartone animato e il messaggio promozionale corrispondente. Bisogna privilegiare i cartoni ani-

2. Caratteristiche del racconto

Sono la *storia* (personaggi, contenuto, significati e valori), la *comprensibilità* e l'*emozionalità*.

Indicatori positivi della storia:

Vanno ricercati nei seguenti aspetti che devono poter essere letti in modo chiaro. Da essi dipende il valore più o meno positivo del cartone.

personaggi	contenuto	significati e valori
individuare e giudicare il loro valore come modelli di identificazione.	individuare e giudicare il tipo di racconto: - fiaba; - racconto di fantasia; - racconto di vita quotidiana del bambino; - racconto di vita quotidiana dell'adulto.	individuare e giudicare la morale, gli insegnamenti, la trasmissione di - mode; - modelli; - comportamenti.

Indicatori positivi della comprensibilità:

Sono aspetti che, più di altri visti fin qui, sono strettamente connessi con l'età e la maturità del fruitore. In altri contesti (produzioni per adulti, film d'autore) possono essere elementi di originalità espressiva e di qualità.

le azioni del racconto vengono chiaramente esplicitate, sia dal punto di vista visivo, sia da quello verbale;

le immagini sono in sintonia con l'esplicitazione verbale e viceversa;

il linguaggio verbale utilizzato è adeguato, nel suo insieme, alla capacità di comprensione del bambino;

il racconto segue uno sviluppo temporale sequenziale (prima-durante-dopo);

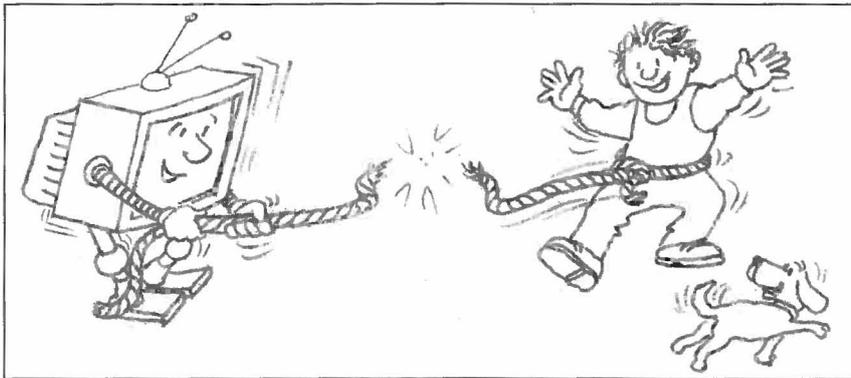
il racconto segue uno sviluppo logico sequenziale (causa-effetto);

non sono presenti elementi di codice del linguaggio televisivo e del montaggio che possono creare incomprensione (ad esempio modi di rappresentare il passare del tempo, modi di rappresentare il pensiero, punti di vista particolari della ripresa, più storie parallele, più spazi e tempi di svolgimento della storia, numerose inquadrature e sequenze rapide).

Indicatori positivi della emozionalità:

non ci sono contenuti, immagini o elementi del sonoro portatori di sentimenti e di sensazioni di particolare impatto emotivo;

il testo riconosce aspetti del vissuto emotivo del bambino come modelli identificativi.

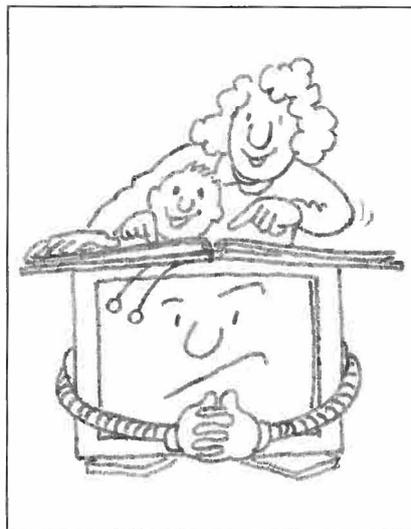


mati a episodi conclusi, divertenti e possibilmente educativi (per atteggiamenti e comportamenti). I cartoni devono essere corti, comprensibili, vale a dire presentare uno sviluppo logico e sequenziale della storia, un intreccio semplice, monoepisodico, e utilizzare parole del vocabolario dei bambini.

Un buon audiovisivo per bambini deve lasciare intuire la distinzione tra ciò che è fantastico e ciò che è reale. La commistione tra i generi, come nei Power Rangers, ingenera nei bambini confusione, insicurezza, paure. Lo stesso avviene per quei cartoni dove persone reali entrano nel cartone o dove persone vere si trasformano in personaggi di un cartone; oppure in situazioni dove si lascia intendere che magicamente anche i bambini-spettatori si possono facilmente trasformare negli eroi dei cartoni. In questi casi la realtà e la finzione si toccano, sono sullo stesso piano, addirittura si compenetrano. Altri elementi da favorire sono la possibilità di un'identificazione positiva con i personaggi della storia e che la vicenda stessa si evolva in modo da fornire un aiuto alla comprensione dello sviluppo della narrazione. Un buon cartone animato, o in generale una produzione adatta ai bambini, deve consentire un coinvolgimento emotivo senza angoscia e un'individuazione senza ambiguità delle caratteristiche morali dei personaggi. I bambini devono poter riconoscere costantemente, nel corso della visione, i personaggi, gli ambienti e la collocazione temporale degli avvenimenti, le storie si devono concludere in modo chiaro ad ogni episodio. I personaggi possono affascinare ma non devono plagiare il bambino, i problemi e le soluzioni non devono essere presentati in modo dogmatico. I contenuti devono offrire spunti del vissuto immaginario, affettivo e reale del bambino. Spesso i buoni cartoni

animati discendono da racconti progettati per i bambini o da storie illustrate e si possono trovare su videocassetta (meglio ancora se accompagnati dal libretto) oltre che nel circuito televisivo.

A conclusione del pomeriggio informativo, si sono passati in rassegna alcuni spezzoni di cartoni animati, dai più negativi ai più positivi. Si è ancora attirata l'attenzione sulla necessità di evitare accuratamente i cartoni violenti come, per esempio, *Ken il guerriero*, tolto da quasi tutte le emittenti televisive ma ancora resistente su piccole reti private: Ken è un eroe violento che produce con il proprio corpo violenza. Le immagini sono d'effetto ed esplicite nel riprodurre la realtà e gli effetti della violenza che è anche pesantemente verbale e psicologica. Da evitare pure i cartoni commerciali, come *Transformers* o *Biker Mice*, i topi dalle moto super accessoriate con armi difensive. Si tratta di veri e propri spot pubblicitari che non si accontentano di presentare un prodotto e di invitare pressantemente al suo ac-



quisto, ma insegnano anche come usarlo, come «giocarci».

Cartoni positivi-educativi sono per esempio *Galaxy High School* (per i bambini più grandi), *Muppet Babies* (racconta la storia di una comunità di personaggi che giocano ad inventare e immaginare viaggi strabilianti nella fantasia), *Winnie Puh* (l'orsetto le cui storie prendono avvio da situazioni che appartengono al vissuto del bambino, immaginario, affettivo o reale), *Babar*, *Puff il draghetto magico*, *Pimpa* (la curiosa e allegra cagnolina disegnata da Altan, le cui storie sono semplici, comprensibili, poetiche), *Pingu* (il cartone «svizzero» di poche parole ma di molto calore affettivo), i *Puffi* (con tanti personaggi diversi e caratterizzati affettivamente tra i quali ognuno può trovare simpatie e somiglianze) e ancora *Richard Scarry*, *Le avventure del bosco piccolo*, *l'Ape Maya*. Senza dimenticare i classici della produzione Hanna e Barbera, Warner Bros e Walt Disney nel settore dei cartoni animati e non necessariamente in quello dei lungometraggi di animazione dove il discorso può assumere sfumature molto diverse a seconda dell'età dei piccoli spettatori. Infine si ricorda ancora che la provenienza dei cartoni animati dalla letteratura per l'infanzia, oltre che essere spesso una garanzia di maggiore qualità, può permettere ai genitori di far conoscere l'«oggetto libro» e di farlo apprezzare, evitando di porre la TV in competizione con il libro. Tanto più che, come dimostrano numerose ricerche, quando i due media (libro e TV) raccontano storie di personaggi connotati affettivamente e che piacciono ai bambini anziché contrapporsi si rinforzano reciprocamente.

Per concludere è utile ricordare di privilegiare momenti favorevoli della giornata, come per esempio il tardo pomeriggio, e di non prolungare i tempi di visione neppure con disegni animati adatti ai bambini. Le capacità di attenzione e di concentrazione (e quindi di ricezione attenta e proficua) sono limitate, soprattutto nei bambini più piccoli. Passata questa fase rimane un assorbimento totalmente passivo, nemmeno divertito, acritico, e quindi senza difese da parte del bambino, il quale trarrebbe maggior profitto, a questo punto, da un'attività diversa.

Erina Fazioli Biaggio