

GUIDO GOLA - GUIDO MICHELONE

INTRODUZIONE

Come sottolineato da Gianfranco Bettetini nella «Presentazione», la Scuola di specializzazione in Comunicazioni sociali che, con l'anno accademico 1998-99 e la dicitura di *Scuola di specializzazione in analisi e gestione della comunicazione* inizierà, su basi profondamente rinnovate, una nuova fase della sua vita, nel corso di una storia pluridecennale ha costantemente e coerentemente impostato la propria attività didattica su un duplice binario: da un lato, e in accordo con lo statuto di scuola post-universitaria, l'insegnamento teorico e la ricerca e, dall'altro, il fare pratico, la realizzazione concreta di prodotti culturali (teatrali, audiovisivi, giornalistici, pubblicitari, e così via), vista come indispensabile applicazione e verifica del sapere teorico. Ma, mentre i risultati più interessanti della riflessione e della ricerca, per loro natura destinati alla pubblicazione su testate scientifiche, hanno trovato larga e sicura ospitalità nei numeri di «Comunicazioni sociali» (e le annate, che quest'anno arrivano a venti, ne offrono una cospicua documentazione sul piano sia qualitativo che quantitativo), le tante sperimentazioni pratiche, frutto dell'impegno congiunto dei docenti e allievi della Scuola, non avevano finora ricevuto l'attenzione che meritano sulle pagine della rivista. Da qui l'idea, emersa in una riunione del Consiglio dei docenti, di riservare un numero monografico a una panoramica delle attività laboratoriali ed esercitative che, accanto alle lezioni e ai seminari teorici, scandiscono la vita della Scuola e ne qualificano la fisionomia. Ecco quindi questo fascicolo un po' anomalo, che intende far conoscere – e stimolare una riflessione su – progetti e aspetti del momento pratico e applicativo; dato il carattere della rassegna, «Comunicazioni sociali» sospende in questo numero la propria veste accademica e propone scritti di taglio e tono decisamente informativi: relazioni e resoconti di cose fatte, di esperienze professionali, di rapporti e incontri con il mondo del lavoro, accompagnate, beninteso, da valutazioni circa la loro finalità e validità didattica.

La prima e principale parte del fascicolo raccoglie materiali ordinati attorno alle tre grandi aree disciplinari – Giornalismo, Pubblicità e Spettacolo – corrispondenti alle tre sezioni in cui tradizionalmente, e fino all'anno accademico 1997-98, era divisa la Scuola.

Giornalismo può essere senz'altro considerata la sezione portante della Scuola, sia perché riconosciuta dall'Ordine professionale come abilitante al praticantato sia per il numero di allievi che annualmente la frequentano. Lo scritto di apertura *Scuole di giornalismo e valori dell'informazione*, firmato dal Direttore della sezione Mario Mauri, affronta il tema, in questi anni particolarmente sentito e dibattuto, dell'etica della professione e della formazione al giornalismo. Il saggio è articolato attorno a tre nuclei tematici: un'ampia e meditata premessa ripercorre le modificazioni dei ruoli professio-

nali, anche in rapporto all'accelerata evoluzione tecnologica, e contiene penetranti riflessioni sull'autonomia, la responsabilità, la dignità della professione; la seconda parte analizza un recente documento, elaborato dall'Ordine nazionale dei giornalisti, che detta gli indirizzi sulla natura e le funzioni delle scuole di giornalismo; da ultimo tali indirizzi sono posti a confronto con il nuovo piano di studi della *Scuola di specializzazione in analisi e gestione della comunicazione*, di cui sono illustrati – limitatamente all'indirizzo giornalistico – i percorsi didattici con ampiezza di argomenti e riferimenti. A questo riguardo non si può non sottolineare una scelta di fondo compiuta dalla nuova Scuola, là dove prevede che gli insegnanti del 1° anno diventino tutti sperimentali nel 2° anno.

Il contributo di Mauri, elaborato con occhio rivolto al futuro, può apparire in controtendenza rispetto alla linea del fascicolo: non un resoconto di esperienze compiute ma una ricognizione a tutto campo di problematiche generali scottanti e complesse, seguita da una serie di indicazioni programmatiche. A questo punto tuttavia, e in sede di panoramica introduttoria al quadro complessivo delle attività esercitative, corre l'obbligo di citare l'esperienza di «CSN-Comunicazioni Sociali Notizie»: un mensile di dodici pagine, che tira circa cinquemila copie, distribuite fundamentalmente all'interno delle varie sedi dell'Università Cattolica (Milano, Roma, Piacenza, Brescia, Cremona), la cui redazione è composta dagli studenti del 2° e 3° anno. Una vera e propria testata laboratorio in cui gli aspiranti giornalisti (praticanti e non), con la direzione di Mario Mauri e il coordinamento di Silvano Petrosino, sperimentano tutte le fasi e le tecniche di organizzazione redazionale – programmazione, scrittura dei pezzi, titolazione, impaginazione e composizione – necessarie affinché il periodico esca nei tempi e con le caratteristiche prefissate. I numeri di «CSN» documentano, nel più completo ed esatto dei modi, le scelte e i contenuti redazionali di un'esperienza che l'anno prossimo compirà tredici anni di vita e costituiscono la migliore testimonianza della continuità e assiduità dell'impegno redazionale. Di fatto non solo è il principale laboratorio della Scuola ma anche l'unico i cui risultati siano tutti diffusi all'esterno; risulta, quindi, quasi superfluo il parlarne estesamente e tracciare un bilancio consuntivo.

Al momento finale (l'ultimo ma non il meno sostanziale) del lavoro di redazione di «CSN» fa riferimento la nota di Giorgio Zucchelli che sintetizza l'attività del *Centro di video-impaginazione*. È fin troppo noto che le nuove tecniche informatiche hanno notevolmente ridisegnato i tradizionali ruoli giornalistici (in primo luogo quello del redattore ordinario) e oggi un *curriculum* di formazione al giornalismo non può prescindere dalla conoscenza dei processi di grafica elettronica e di video-impaginazione. Ecco allora che gli studenti non si limitano alla programmazione del giornale e alla stesura degli articoli, ma sono chiamati anche alla video-impaginazione, acquisendo in tal modo competenza diretta su macchine e programmi d'avanguardia.

Un settore strategico dell'universo giornalistico è quello delle agenzie di informazioni. L'articolo di Gigi De Fabiani, dopo averne ricordato la storia e illustrato le caratteristiche, sottolinea l'importanza didattica di un laboratorio preposto all'elaborazione di servizi di agenzia e fornisce il resoconto di un'attività che da qualche anno amplia e arricchisce la pratica degli allievi con un insegnamento che punta all'acquisizione di alcune fondamentali virtù della professione: la chiarezza, la semplicità, la concisione, la concretezza, il rifiuto delle frasi fatte, dei luoghi comuni, del gergo politico, burocratico, tecnocratico. Frutto di questa attività didattica, alla fine del passato anno accademico hanno visto la luce due numeri di «CSN-Agenzia» che, redatti e stampati a cura degli allievi della Scuola, sono stati diffusi tramite i normali canali delle agenzie professionali. Una nuova iniziativa, dunque, che si aggiunge a «CSN-Comunicazioni

Sociali Notizie» e avrà un suo campo d'azione e una sua periodicità, su cui si sofferma anche il contributo di Laura Prinetti che, con Gigi De Fabiani, collabora al laboratorio soprattutto per ciò che riguarda l'insegnamento del *good writing*. E infatti il suo articolo *Le tecniche di scrittura nel giornalismo di agenzia* ribadisce quei principi di chiarezza e semplicità espositiva cui si accennava poc'anzi, riporta un interessante prontuario di regole cui il redattore di agenzia è bene si attenga con rigore nella costruzione di un testo e descrive diffusamente lo svolgersi del laboratorio nelle sue varie fasi e modalità.

In una scuola di giornalismo non possono mancare esperienze pratiche in due campi fondamentali, e in qualche modo complementari, come la televisione e la radio. Mentre gli esperimenti di giornalismo radiofonico sono descritti da Guido Gola in un unico contributo, riportato nella sezione Spettacolo, che sintetizza l'intera attività laboratoriale di radiofonia, l'articolo di Paolo Lipari descrive con vivacità e arguzia di toni i «tuffi» degli allievi nel *mare magnum* del giornalismo televisivo. Fuor di metafora, racconta vari anni di esperimenti su temi, formule, stili, scelte produttive e organizzative condotti tra inevitabili problemi e difficoltà e sempre comunque giunti a buon fine, vale a dire al licenziamento di servizi informativi che hanno raccolto consensi ed elogi anche all'esterno.

Chiudono questa prima parte dedicata alla sezione Giornalismo due brevi resoconti firmati da specializzandi della Scuola. *A scuola di Internet* di Andrea Maselli riassume i risultati e le prospettive di un recente laboratorio dedicato all'apprendimento di una tecnologia potente ed emergente come Internet, la cui padronanza è oggi assolutamente necessaria a un aspirante giornalista. Nella successiva scheda Giusi Di Lauro spiega che cos'è il *Forum europeo degli studenti di giornalismo*, un'organizzazione *non-profit* interamente gestita da studenti che dal 1986 organizza un *meeting* annuale fra le scuole di giornalismo di tutta Europa; la succinta relazione di Barbara Mosconi è dedicata a uno di questi incontri, svoltosi nel 1997 a Braga in Portogallo, dove centotrenta giovani delegati provenienti da tutta Europa si sono riuniti per discutere su «Le nuove tecnologie e il futuro del giornalismo», un tema centrale che domina e condiziona ogni discorso sull'informazione.

Il Direttore della sezione Pubblicità, Edoardo Teodoro Brioschi, sintetizza nella sua relazione introduttiva l'evoluzione delle esperienze pratiche attuate in quasi un ventennio di attività e raggruppabili in tre filoni: *stages*, abbinati a borse di studio, in agenzie pubblicitarie (e anche in imprese di produzione audiovisiva), che hanno interessato un significativo numero di studenti e in seguito aperto a non pochi tra questi veri e propri contratti di assunzione; laboratori interni alla Scuola, tra cui sono segnalati quello di «Relazioni pubbliche» tenuto da Cristina Risciotti e quello di «Pubblicità internazionale» condotto da Isabella Spagnolo; la partecipazione degli allievi a una competizione internazionale, *InterAd*, promossa dall'*International Advertising Association*, l'associazione mondiale dei professionisti pubblicitari. Sottolinea Brioschi che tutte queste iniziative hanno un unico senso: collegare la Sezione agli sviluppi che in questi vent'anni hanno interessato la pubblicità e, più in generale, le comunicazioni d'azienda e formare di conseguenza dei giovani in grado di inserirsi con competenza e incisività in campo professionale. Iniziative che, conclude, dovranno necessariamente essere potenziate nella nuova Scuola se si vuole che essa continui ad esercitare quella *leadership* formativa che ha saputo conquistare.

I presupposti didattici, le modalità operative e i contenuti specifici dei principali laboratori sopraccitati formano l'oggetto delle successive relazioni. Lo scritto di Cristina Risciotti *Il laboratorio di relazioni pubbliche* ripercorre dapprima gli elementi ba-

se della teoria generale per poi passare in rassegna le aree di comunicazione maggiormente approfondite nel corso dei vari anni e, da ultimo, esaminare alcuni tra i casi più significativi discussi con gli studenti. Una relazione estesa, corredata da tabelle e bibliografia che, per ampiezza e densità di riferimenti teorici, assume il tono e la dignità del saggio accademico.

Massimo Bartoccioli descrive ne *La competizione internazionale come strumento di didattica* un'interessante esperienza che negli ultimi tre anni ha coinvolto gli allievi in un concorso internazionale, *InterAd*, a cui partecipano le istituzioni universitarie di una ventina di Paesi di tutto il mondo: unica rappresentante per l'Italia, la Scuola di specializzazione in Comunicazioni sociali dell'Università Cattolica. La competizione concerne un caso reale e l'obiettivo è creare una vera e propria campagna pubblicitaria. Bartoccioli mette opportunamente in evidenza l'originalità di un'iniziativa in cui la Scuola opera come un'Agenzia, con gli studenti che si dividono i ruoli tipici di *account*, *copy-art*, *media planner*, *producer* ecc., mentre il docente funge da *tutor*, e che costringe i diplomandi a muoversi con le necessarie competenze in una vera realtà di mercato.

Con un taglio personale e ricordi della propria esperienza, prima di studente e oggi di affermato professionista, Roberto Carcano racconta l'impegno nell'organizzare moduli di laboratorio tendenti a collocarsi il più vicino possibile al mondo del lavoro. La sua nota *Il laboratorio come momento di costruzione individuale fortemente rapportata al collettivo* non nasconde le difficoltà, i limiti e i rischi di un gioco di squadra composta da professionisti e studenti e che deve fare i conti con orari e impegni reciproci difficilmente compatibili, ma sottolinea il valore decisivo di un progetto che mira a un bilanciamento ottimale tra didattica e conoscenza pratica.

L'evoluzione della didattica: dalla pubblicità verso la comunicazione totale illustra, con spessore dottrinale, i due momenti del laboratorio di cui Roberto Paolo Nelli è responsabile: il primo, di natura teorica, focalizza, secondo un'ottica evolutiva, le nozioni basilari di «comunicazione integrata» e «comunicazione totale»; il secondo, strettamente operativo, sottopone all'attenzione degli allievi, attraverso l'esame di casi singoli, le strategie e le modalità di comunicazione che vengono concretamente attuate dalle aziende. Il tutto consente ai partecipanti di acquisire strumenti analitici professionalmente utili ai fini di un adeguato approccio alla «comunicazione totale».

Il metodo dei casi aziendali: un'esperienza personale al servizio di una didattica innovativa di Roberto Piovan espone i presupposti e i percorsi di una didattica largamente applicata nelle università anglosassoni e basata su alcuni principi di fondo: collocare al centro del processo di apprendimento il discente, sottoporre all'analisi uno specifico problema aziendale del quale vengono fornite tutte le variabili e le incognite, creare le condizioni di una vera e propria simulazione per cui coloro che leggono un caso aziendale si trovano immersi nella problematica di quella azienda come se (*even if*) concretamente agissero nella realtà. Un metodo lontano dalle nostre tradizioni accademiche, che Piovan ha appreso negli Stati Uniti e da oltre un decennio applica proficuamente nella nostra Scuola, servendosi delle dotazioni informatiche dell'aula computer.

Nella sezione Spettacolo hanno da sempre coabitato due distinti campi disciplinari: il settore «teatro» nelle sue varie forme e specificazioni (teatro come spettacolo, come ricerca di nuove espressività, come intervento nel sociale ecc.) e i cosiddetti «audiovisivi», vale a dire il cinema, la televisione, la radiofonia.

Apri i discorsi sul teatro una sintetica, pregnante riflessione di Sisto Dalla Palma, docente di Storia del Teatro e dello Spettacolo (e Direttore della sezione Spettacolo) che

propone un superamento della tradizionale idea di teatro come forma chiusa di spettacolo a favore di un allargamento di orizzonti che abbracci e comprenda tutta una serie di nuovi fenomeni in atto, quella molteplicità di iniziative, sperimentazioni, laboratori che intendono rispondere a nuovi bisogni di partecipazione e aggregazione.

L'idea della «teatralità diffusa» costituisce una necessaria premessa ai due successivi contributi. Il primo, firmato da Giulia Innocenti Malini, offre una mappatura completa dei percorsi laboratoriali e seminariali praticati nell'ultimo decennio dal gruppo di lavoro facente capo all'insegnamento di Storia del Teatro e dello Spettacolo. All'interno del ricco panorama di attività formative è possibile distinguere tra i laboratori condotti da docenti ed esercitatori abituali della Scuola e gli interventi (per i quali la Scuola ha beneficiato di uno specifico contributo ministeriale) di personalità esterne: critici, registi, artisti, operatori dello spettacolo. Di tutte queste attività la relazione riporta, anno per anno, il programma, quasi una sorta di locandina teatrale, in cui compaiono, accanto ai titoli e ai temi dei seminari, dei laboratori, delle conferenze-spettacolo, delle rappresentazioni, nomi illustri del teatro italiano. Alla documentazione segue il commento, che puntualmente chiarisce e precisa lo sforzo progettuale, il modello di ricerca, il metodo didattico che hanno ispirato e guidato le tante esperienze succedutesi in un decennio di intenso lavoro.

Il saggio di Alessandra Ghiglione *La scrittura per il teatro* amplia e approfondisce i fondamenti teorici e le linee progettuali del gruppo coordinato da Sisto Dalla Palma. Il denso scritto, di notevole profilo teorico, riprende anzitutto un documento elaborato nel 1990 che, ispirandosi al pensiero di Mario Apollonio, delinea quel progetto di «teatralità», le cui manifestazioni possono essere la festa, il gioco, l'elaborazione rappresentativa del disagio, la comunicazione parateatrale. Tale concezione innovativa del fatto teatrale va di pari passo con una nuova pedagogia, nella quale le esigenze formative degli studenti si configurano, in una dinamica di proposta e di ascolto, come aspetti fondamentali dell'attività di ricerca e di cui lo scritto illustra in dettaglio il progetto e le sperimentazioni concretamente attuate, anche in collagamento con il CRT-Centro di Ricerca per il Teatro di Milano. All'interno di una linea didattica che privilegia il fare occupano un posto rilevante i laboratori di scrittura teatrale promossi da Renata Molinari, docente di Drammaturgia applicata: l'elaborazione di veri e propri testi drammatici da parte degli allievi intende far maturare una competenza drammaturgica, un sapere intorno alla dimensione d'azione e di relazione che la parola teatrale possiede.

Completano il quadro delle attività teatrali due scritti che ripercorrono esperienze pedagogiche e laboratoriali compiute dalla Scuola in collaborazione con altre istituzioni accademiche.

Guido Michelone traccia un esauriente resoconto delle «Settimane del Teatro» tenutesi a Gargnano sul Garda dal 1991 al 1996 e dedicate a protagonisti della regia contemporanea. L'intento dei curatori, Annamaria Cascetta dell'Università Cattolica e Paolo Bosisio dell'Università Statale, è stato quello di promuovere, con cadenza annuale, un'occasione istituzionalizzata di incontro prolungato fra docenti, assistenti e studenti delle principali agenzie formative che operano a Milano. L'iniziativa è partita quindi dalla volontà di attivare sinergie e rapporti collaborativi, in primo luogo tra le forze intellettuali presenti nei due grandi atenei milanesi, e si è concretizzata in un'originale formula di corso residenziale che nel testo viene analiticamente descritta. Michelone si sofferma anche su ciascuna delle sei edizioni, che hanno visto una nutrita e vivace partecipazione di docenti, collaboratori e allievi della Scuola, per poi trarne da ultimo un bilancio critico.

L'articolo di Laura Peja contiene una limpida sintesi del primo corso di perfezio-

namento attorale e di cultura teatrale organizzato, nell'inverno 1997, dall'Accademia dei Filodrammatici di Milano, una delle più antiche scuole di teatro italiane, e la Scuola di specializzazione in Comunicazioni sociali. Dopo una breve riflessione sulla pedagogia teatrale – intesa come specifica formazione al teatro e, insieme, indagine sui possibili mezzi che il teatro ha di intervento nella riflessione e nella pratica pedagogica – l'autrice ripercorre, per linee essenziali, lasciandosi guidare e provocare dal magistero di Copeau, l'esperienza del corso nella sua duplice articolazione: le lezioni di cultura teatrale e il seminario di recitazione.

Passando all'area degli audiovisivi, le esperienze del laboratorio di sceneggiatura (più esattamente: di sceneggiatura cinematografica) sono raccontate da Francesco Buscemi in prima persona, con il tono semplice e un po' confidenziale del maestro di bottega che insegna agli allievi l'arte e i segreti del mestiere. Ne deriva un piccolo manuale, una sintesi dei consigli e degli orientamenti che gli aspiranti sceneggiatori devono tener presente e seguire passo per passo. Dopo una premessa circa i tempi e le modalità (e anche i problemi e le difficoltà) del lavoro, l'articolo delinea il tragitto di formazione del linguaggio per immagini, il percorso che conduce dall'idea iniziale alla sceneggiatura finita attraverso sei momenti fondamentali: il soggetto, la scaletta, le biografie, il trattamento, la sceneggiatura e la revisione.

Se nel laboratorio di sceneggiatura i ferri del mestiere sono ancora la carta e la penna e a bottega può essere adibita una qualunque aula scolastica, quando si passa alla vera e propria realizzazione audiovisiva lo scenario e le esigenze operative cambiano: si lavora in uno spazio deputato – lo studio televisivo e/o radiofonico – e si adoperano complesse e delicate apparecchiature elettromeccaniche e/o elettroniche. La storia dello studio televisivo, assieme a quella delle esercitazioni cinematografiche che impiegavano cinepresa e moviola nella realizzazione di cortometraggi a 16 mm, è ricordata, per il periodo che va dalla fine anni '60 agli anni '80, da Guido Gola. La rievocazione ripercorre il più antico laboratorio della Scuola, una linea di esercitazioni pratiche che ha caratterizzato e qualificato l'impostazione didattica della Scuola (in particolare della sezione Spettacolo) nell'arco di un trentennio. Per un lungo periodo gli studenti furono chiamati ad accostare sia la tecnologia e i materiali cinematografici che la strumentazione televisiva; solo agli inizi anni '90 la Scuola fu costretta ad abbandonare la lavorazione su pellicola, perché troppo lenta e costosa, e ad adottare il più leggero ed economico nastro videomagnetico. Questo cruciale passaggio è ben evidenziato da Riccardo Rovescalli nel suo contributo che riepiloga la seconda e ultima parte della storia del laboratorio. Rovescalli racconta in prima persona, in termini quasi diaristici, le esperienze produttive, gli aneddoti e gli episodi, di cui è stato, assieme agli studenti, protagonista e testimone. Esperienze che non si sono limitate a semplici esercitazioni interne ma che, molto opportunamente, hanno scelto la strada di realizzare progetti commissionati da enti esterni. I due articoli, diversi come impostazione, risultano come uniti da una dissolvenza incrociata, in quanto le osservazioni che concludono la prima parte sono riprese e ampliate nella seconda. Dalla lettura d'insieme emerge non solo la storia delle fatiche e delle soddisfazioni che hanno accompagnato il tentativo (peraltro sempre riuscito) di portare a termine entro l'anno accademico il progetto di un audiovisivo ma indirettamente anche le tappe di un'accelerata evoluzione tecnologica che, nel giro di pochi lustri, ha visto il passaggio dal bianco e nero al colore, dalla pellicola al nastro, dall'analogico al digitale. Un percorso che ha modificato in profondità i tempi e i modi, la tecnologia e la prassi lavorativa nel mondo professionale a cui la Scuola, pur nella limitatezza delle sue disponibilità economiche, non poteva non adeguarsi.

Un passo importante e doveroso compiuto dalla Scuola nella direzione di un ampliamento delle dotazioni tecniche fu compiuto, alla fine anni '80, con l'installazione di uno studio radiofonico equipaggiato con apparecchiature professionali. L'investimento fu approvato dall'allora Direttore Virgilio Melchiorre, che qui vogliamo ancora una volta ringraziare per l'alto insegnamento e il prezioso lavoro svolti per tanto tempo, e consentì di avviare un nuovo laboratorio, rivolto sia agli studenti di Spettacolo che a quelli di Giornalismo. La nota di Gola puntualizza l'impostazione didattica e riepiloga le esercitazioni svolte nell'ambito delle due sezioni. Fra tutte queste vale la pena di ricordare l'esperimento, offerto da Radio RAI nel secondo trimestre 1994, di organizzare per alcune settimane e diffondere sulle frequenze nazionali l'edizione pomeridiana del GR3. Oggi, a distanza di alcuni anni, si rende necessaria l'acquisizione di alcune macchine digitali, a fianco e a parziale sostituzione di quelle analogiche esistenti, che comporteranno nuove e diverse logiche operative¹.

Accanto ai discorsi sui laboratori veri e propri, abbiamo voluto inserire alcuni materiali riguardanti le esercitazioni del corso di Deontologia professionale, non solo per l'importanza e il carattere fondativo che l'insegnamento ricopre nelle tre sezioni della Scuola, ma anche perché un'attenzione sistematica e approfondita sull'etica della comunicazione e sui doveri degli operatori costituisce un compito primario dell'Università Cattolica e ne qualifica l'immagine e l'identità verso il mondo professionale. Al di là dell'omogeneità di intenti e di vedute sul piano teorico, si sono peraltro dovuti riscontrare differenti gradi di esperienze didattiche e culturali tra gli assistenti che attualmente ricoprono l'incarico, la cui eterogeneità si riflette nell'impostazione e nella lunghezza stessa dei tre interventi pervenuti.

Così, ad esempio, il breve testo di Vincenzo Buccheri, neolaureato al suo primo incarico di esercitazione, non può che occuparsi, mancando del riscontro pragmatico, della riflessione teorica in una efficace sintesi del problema dell'etica pubblicitaria dal punto di vista delle strategie comunicative. Il proposito è quello di mettere a fuoco una metodologia di impronta semiopragmatica, che a sua volta possa rapportare le questioni etico-deontologiche all'analisi delle strategie testuali dei messaggi pubblicitari.

Viceversa il saggio di Gabriella Gialdini, da tempo impegnata nelle esercitazioni con la sezione di Giornalismo, ha elaborato una sinossi dei lavori condotti negli ultimi sette anni accademici, mettendo soprattutto in evidenza, oltre all'importanza dei singoli contenuti trattati (Tv locali, Tangentopoli, guerra nella ex Jugoslavia, infanzia, salute, violenza), spesso comuni anche alle esercitazioni di Spettacolo e Pubblicità, sia la priorità del momento dello scambio di sapere tra allievi e docente, sia l'esigenza di mettere in pratica gli strumenti teorici assimilati durante il corso.

A metà strada si colloca infine l'intervento di Guido Michelone, il più «anziano» fra gli esercitatori, essendo stato collaboratore di padre Luigi Bini già da metà degli anni '80; e di quest'ultimo infatti egli riprende, con gli opportuni aggiornamenti, il discorso sul cinema di ispirazione cristiana, accostandolo al documento elaborato dal gruppo di giovani studiosi dell'Istituto di Scienze della Comunicazione e dello Spettacolo dell'Università Cattolica (che intendeva proporre una riflessione sull'etica delle

¹ Nel chiudere questi cenni di presentazione dei laboratori di cinema, televisione e radiofonia ci sia permesso esprimere un apprezzamento per la disponibilità e la competenza del signor Eliseo Cremonesi che, con il responsabile delle attrezzature di studio Riccardo Rovescalli, cura e gestisce il buon funzionamento delle dotazioni tecniche.

comunicazioni di massa a partire dalle lettere pastorali del cardinale Martini *Effatà* – Milano 1990 – e *Il lembo del mantello* – Milano 1991 –), quale momento teorico-fondativo per l'esercitazione di Spettacolo, riportando poi in sintesi i risultati ottenuti nella più recente esercitazione dell'anno accademico 1997-98 su *Il posto delle fragole* (1956) di Ingmar Bergman.

Oltre all'organizzazione dei laboratori e delle esercitazioni «interne» di cui sopra, che fanno parte integrante del proprio quadro formativo, la Scuola da tempo si è preoccupata di attivare contatti presso testate giornalistiche, agenzie pubblicitarie, enti teatrali, centri televisivi e radiofonici al fine di offrire agli allievi, con la formula dello *stage*, utili occasioni di apprendimento ed esperienza in ambito professionale. Di tale fondamentale e delicata attività, che è andata assumendo peso e importanza crescenti fino a configurarsi come un'indispensabile integrazione del *curriculum* di ogni specializzando, la relazione di Nicoletta Vittadini (per vari anni responsabile del coordinamento degli *stages*, e quindi della non facile mediazione tra le richieste delle aziende e le esigenze degli studenti), elaborata assieme a Paola Abbiezzi e Gaetano Tramontana (che nell'ultimo anno accademico ne hanno ereditato e portato efficacemente avanti il compito), espone, in una sintesi che rende conto anche delle recenti dinamiche e dell'evolversi dei contesti professionali, le ragioni didattiche e i problemi organizzativi, le modalità di ricerca e di assegnazione nonché il panorama delle collaborazioni messe in atto nei settori del giornalismo, dello spettacolo e della pubblicità.

Chiude il fascicolo una nota informativa dedicata a una realtà che non rientra direttamente nell'ordinamento e nelle iniziative didattiche della Scuola, ma che ad essa è legata da stretti e molteplici rapporti. Sorto nel 1994 in seguito a una precisa sollecitazione dell'Arcivescovo di Milano Carlo Maria Martini, «L'Osservatorio sulla Comunicazione» è un centro di ricerca sui media il cui obiettivo principale è l'analisi dei processi e delle trasformazioni in atto nell'industria culturale italiana. In pochi anni di intensa attività il Centro, diretto da Fausto Colombo, ha elaborato numerosi e importanti studi nei più vari campi del vastissimo universo massmediologico, dei quali lo scritto di Luisella Farinotti e Barbara Scifo, collaboratrici stabili del Centro, offre un repertorio ragionato e completo, condotto con un criterio diacronico e corredato da opportune precisazioni metodologiche.

Nel congedare questo fascicolo, decisamente singolare per impostazione e contenuti (un fascicolo, come si diceva all'inizio, che cade nel ventesimo anniversario di «Comunicazioni sociali»), esprimiamo la convinzione che i materiali raccolti forniscano un'idea sufficientemente ampia e significativa di quanto la Scuola ha realizzato nell'ambito di una didattica attiva di tipo laboratoriale e nella direzione di un avvicinamento dell'Università al mondo delle professioni. Certo, trattasi di materiali eterogenei, a volte elaborati con prospettive e stili fortemente personali, che in gran parte riferiscono, per ragioni fin troppo evidenti, esperienze e attività in atto in questi ultimi anni o limitate al decennio in corso e che, tuttavia, ci sembra compongano un'utile visione d'insieme, quasi tessere di un mosaico, diverse tra loro per forma e colore, che, pur nell'incompletezza dell'opera, mostrano chiaramente le linee complessive del disegno. L'auspicio è che le relazioni qui pubblicate favoriscano una migliore conoscenza della Scuola e possano servire come stimolo di riflessione per un arricchimento della prassi esercitativa nella nascita *Scuola di analisi e gestione della comunicazione*.

Giornalismo

