

**Ida Cortoni**

# **SAVE THE MEDIA**

L'informazione sui minori  
come luogo comune

Scienze della comunicazione

---

Collana diretta  
da Mario Morcellini

**FrancoAngeli**

**Comunicazione**  
**Collana diretta da Marino Livolsi e Mario Morcellini**

**Comitato scientifico:**

Guido Gili (Presidente, Università del Molise);  
Massimo Arcangeli (Università di Cagliari);  
Antonietta Censi (Sapienza Università di Roma);  
Maurizio Ciaschini (Università di Macerata);  
Peter Dahlgren (Lund University);  
Luciano D'Amico (Università di Teramo);  
Franca Faccioli (Sapienza Università di Roma);  
Mario Giacomarra (Università di Palermo);  
Rolando Marini (Università per Stranieri di Perugia);  
Alberto Mattiacci (Sapienza Università di Roma);  
Paolo Nepi (Università Roma Tre);  
Gianfranco Pecchinenda (Università di Napoli "Federico II");  
John B. Thompson (University of Cambridge);  
Luca Toschi (Università di Firenze);  
José Miguel Tùñez López (Università Santiago de Compostela).

**Comitato editoriale:** Paola Panarese (Sapienza Università di Roma), Valentina Martino (Sapienza Università di Roma).

Cosa cambia nella Comunicazione, e cioè nella dimensione industriale e sociale di Media e tecnologie? L'obiettivo della collana è rispondere, da diverse angolazioni scientifiche, a questa radicale domanda, enfatizzando una lettura sociologica dei diversi fenomeni della cultura, con particolare riferimento ai processi comunicativi e alle dinamiche media/industria culturale, a quelle della socializzazione, della formazione e dell'informazione fino all'impatto sociale dei mass media, dei *new media*, delle tecnologie avanzate e della pubblicità.

Rivolta agli studenti nelle discipline delle scienze sociali e della comunicazione e agli operatori del settore, la collana si articola in due sezioni, "Saggi" (riflessioni dedicate a fenomeni o temi di interesse generale) e "Ricerche" (studi sul campo dedicati a casi concreti o tematiche applicative).

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

**Ida Cortoni**

# **SAVE THE MEDIA**

L'informazione sui minori  
come luogo comune

**FrancoAngeli**

Copyright © 2011 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

# Indice

Prefazione. La <i>scatola nera</i> della comunicazione. Istruzioni per l'apertura, di <i>Mario Morcellini</i>	pag	7
Introduzione	»	11
<b>Parte I</b> <b>Giovani <i>im</i>-mediati</b>		
1. Individualismo e mediazione culturale	»	19
2. Giovani e media tra dibattito pubblico e scientifico	»	39
3. Cittadini estetici ipertecnologi	»	70
<b>Parte II</b> <b>Giovani mediati</b>		
4. Giochi di rappresentazione mediata	»	95
5. Devianza, tutela e qualità: una chiarificazione semantica	»	118
6. Qualità erogata: sintassi e semantica dei giovani digitali	»	149
7. Fra tutela e abuso: analisi semiotica degli articoli	»	165
8. Analisi del contenuto	»	191
9. Concreto <i>versus</i> virtuale: la qualità percepita	»	240
Riferimenti bibliografici	»	272



## *Prefazione*

### *La scatola nera della comunicazione.*

### Istruzioni per l'apertura

Mario Morcellini

Capire le generazioni nuove è un compito ovvio per le Scienze Sociali, ma è anche una sfida che diventa ogni giorno più impegnativa.

Questo succede “per colpa” della modernità, per l’accelerazione dei processi di disinibizione sociale e, dunque, per l’approfondirsi delle distanze tra adulti e nuovi venuti. Se si vuole una formula riassuntiva, per quanto impaziente, capace di spiegare, o almeno di leggere, con parole forti il baratro che si sta determinando tra le generazioni, la mente degli studiosi si concentra sulla *crisi delle mediazioni sociali* che ha profondamente investito i processi di formazione e di scambio tra le generazioni. Spesso tuttavia si preferisce tacere (per paura), nella speranza che la rimozione porti con sé un’operazione di sdrammatizzazione. Noi abbiamo scelto, da tempo, la strada di non prestarci ad operazioni consolatorie e il primo passo da compiere per inoltrarci verso una conoscenza più avanzata è proprio quello di riflettere sul baratro.

La letteratura scientifica ribadisce quanto la perdita di peso della società nella vita degli individui comporti un impoverimento delle relazioni significative con le *istituzioni*, la *politica* e con lo *spazio pubblico*: esattamente quei *luoghi di erogazione del senso* che prima riuscivano a fare da interfaccia ai bisogni di identità e di definizione dell’esperienza soggettiva. C’è qualcosa di radicalmente diverso dal passato e consiste nella difficoltà di collegare i labirinti della vita quotidiana a un orizzonte sociale (Bauman, 2002; Beck, 2000).

È per questo che la fatica di crescere – e di vivere – si fa sempre più acuta: il rischio di fallimento è costante e nella modernità le incertezze predominano sulle certezze (Giddens, 1994). Gli attori sociali cercano dunque di ridefinire la propria personalità in una realtà estremamente confusa e contraddittoria, a causa della profonda *crisi valoriale e normativa* che la caratterizza e la “segna” (Sciolla, 1998; Beck, 2002). Se l’attenzione della

politica, l'esaurimento della forza educativa della famiglia e la precarizzazione del mercato del lavoro appaiono scoraggianti e anelastici, la comunicazione si offre invece come elastica e flessibile, quasi una piattaforma in grado di recuperare quelle condotte frustrate dalla realtà extramediale.

Abbiamo partecipato convintamente a uno studio scientifico della comunicazione intesa non solo come intrattenimento o finzione, ma come sorgente di distribuzione sociale di conoscenza (Morcellini, 1993; Martelli, 1996). Proprio nei momenti in cui i media più contribuiscono a "fabbricare" saperi ed elementi cognitivi, si evidenzia la loro capacità di rilasciare nei soggetti contenuti di descrizione della realtà, di analisi e di sintesi dell'esperienza, che – con parole enfatiche – vengono definiti valori. In quest'ottica appare più chiaro che chat, forum, blog e social network sono al tempo stesso sistema nervoso e ammortizzatore delle crisi, certamente non privi di pericoli e di nodi problematici da sciogliere con sensibilità e cura.

Oggi emergono larghe evidenze in forza di cui questa funzione propulsiva della comunicazione e della connessa distribuzione del sapere, non sembra percepita più come automatica possibilità di incremento delle competenze dell'uomo moderno.

La manovra di allargamento sociale della conoscenza e dei saperi non appare più come una garanzia automatica di un mondo e di un tempo degni di essere vissuti. Se questo è successo, tuttavia, vuol dire che per molto tempo studiosi e ricercatori di Sociologia della Comunicazione si sono illusi sulla forza di integrare il continente della comunicazione con quello dei valori e dei modelli culturali. Eppure per molti versi, la comunicazione si è rivelata una cattiva cura per l'accompagnamento del soggetto nella modernità: un *farmaco*, quindi, nel senso etimologico (dal greco φάρμακον) di rimedio in grado di ammortizzare il senso di disagio e di incertezza esistenziale e di fornire le chiavi di orientamento sociale e culturale, ma anche di veleno, capace di produrre forme di *doping dell'individualismo*. In quest'ultima accezione emergono alcune caratteristiche, quali il *presentismo*, la scelta compulsiva di *non rinviare nessuna soddisfazione*, collazionare esperienze, conoscenze e relazioni.

Questo processo di accumulazione e ricerca continua di stimoli, così come l'abbreviazione e talvolta lo spreco di esperienze sentimentali, altro non è che un elemento riparatorio rispetto alla *drammatica mancanza di peso delle istituzioni*.

In tutte le sue manifestazioni, il soggetto moderno esprime una sete profonda di comunicazione, in cui è insita anche una sorta di dichiarazione di "insufficienza" delle culture precedenti, di indebolimento, o nel peggiore dei casi di smarrimento del *desiderio* di società (Censis, 2010). Un'ipotesi

interpretativa plausibile è che a volte il “parcheggio” all’interno dei sistemi di comunicazione arrivi quasi ad *esaurire le forze del soggetto*, che stentano di conseguenza a tradursi in azioni concrete e in reale *partecipazione* alle dinamiche sociali. È possibile che l’eccesso di comunicazione dell’uomo moderno si trasformi in una sorta di “bene rifugio”, in una forma di sopravvivenza al disagio sociale ed esistenziale, operando una restrizione dell’area del *desiderabile*, di esasperazione delle aspettative, piuttosto che di implementazione delle conoscenze.

Nonostante il quadro appena configurato, la comunicazione continua ad essere un posto interessante per vivere e studiare i processi di socializzazione e i comportamenti di generazione, partendo dal focus delle tendenze giovanili. La comunicazione può assumere, certamente non da sola, una *funzione di riscatto sociale*. È urgente riaffermarne la sua forza culturale sviluppando una sensibile attività di approssimazione, giocata anche sul potere delle parole e legata ai vissuti delle persone e alla ricerca di un progetto di vita. In questo senso, vale la pena riflettere su come, più in concreto, la rilevazione della centralità dei consumi culturali nel contesto della vita quotidiana dell’individuo possa consentire la messa a punto di un modello di analisi più adatto a spiegare le pratiche d’uso delle tecnologie.

Se la ricerca non è in grado di cogliere il tipo di stimolazione che la comunicazione ha esercitato, e ancora oggi opera sui soggetti, in termini di adozione di idee, valori, propensione al cambiamento, significa che la nostra teoria dei media si è arresa, accontentandosi della superficie, della forma, delle figure, trascurandone la sostanza. Per molti versi, le immagini della comunicazione, condivise e raccontate dal settore scientifico a quello divulgativo dei sistemi informativi, si accontentano di studiare le evidenze, mentre invece dovrebbero essere considerati adeguatamente (anche) gli *indizi*.



## Introduzione

*Save the media* è una provocazione lessicale e semantica, proposta da Mario Morcellini, per problematizzare i riflessi interpretativi che rimbalzano nei meccanismi di rappresentazione dei minori da parte del sistema mediale, nello specifico della carta stampata. L'espressione è stata costruita giocando sulla ormai nota *Save the Children* ma sposta l'attenzione su una mappa semantica di input relativi alle tecnologie, offrendo al lettore una lente multiprospettica critico-interpretativa.

- Il primo spunto di riflessione sui media è connesso al duplice ruolo di vittime e responsabili di costruzioni semantiche sulla realtà, che influenzano l'opinione pubblica sui minori e incrementano posizioni di rifiuto o rinnego, nonché di sostegno, del ruolo socializzante del mondo digitale. L'espressione *save the media* allora lascia intendere un atteggiamento difensivo nei confronti dei media (non a caso *save* significa *risparmio*) anticipando una questione sociale rilevante: quella per cui le tecnologie non possono essere additate quali uniche e principali responsabili di tutti gli eventi sociali, come spesso lascia intendere l'informazione pubblica. Ma qual è e quale deve essere la loro posizione o funzione nell'ecosistema socioculturale contemporaneo? La loro natura trasmissiva e comunicativa è evidente, così come sono evidenti le potenzialità mediali di amplificazione, che tuttavia sono controllabili dall'artista-autore del processo comunicativo. L'orientamento, più o meno demonizzante o enfaticizzante dei media, deriva dunque dal grado di competenza, creatività e responsabilità socioculturale dell'autore che personalizza il rapporto fra etica ed estetica, enfaticizzando l'una o l'altra a seconda dell'obiettivo preposto e dell'intenzionalità comunicativa. In questo ragionamento, le virtù civiche dei singoli prendono il sopravvento sulle etichette e le norme valoriali condivise, che dovrebbero orientare comportamenti culturali e modalità di rappresentazione del reale; anche in questo caso, dunque, la prospettiva individualista dell'età contemporanea nella comunicazione è dominante rispetto al ridimen-

sionamento di codici deontologici.

- Il secondo spunto di riflessione fa riferimento a un dibattito tuttora aperto nella comunità scientifica dei Sociologi della Comunicazione sul ridimensionamento del potere culturale attribuito ai media, i quali nel corso tempo sono stati sovraccaricati “dal basso” di un eccesso di responsabilità socializzante e culturale, de-responsabilizzando contemporaneamente quegli attori, che avrebbero dovuto gestire questo processo. Il riferimento in questo caso non è rivolto soltanto alle agenzie educative, ma anche alle categorie politiche e ai sistemi di management mediale che si sono accontentati della superficie comunicativa, dell’impatto estetico delle tecnologie sulla sfera emozionale e motivazionale dei soggetti e si sono adagiati sugli effetti immediati di questa relazione espressiva fra emittenti e pubblico. Questo rapporto nel corso del tempo ha mantenuto una parvenza di equilibrio e di positività del processo, nella misura in cui l’innovazione e il continuo cambiamento tecnologico e linguistico hanno intorpidito i sensi degli spettatori, li hanno distratti rispetto a un ruolo più profondo che la comunicazione avrebbe potuto sviluppare sulla vita dei soggetti: l’informazione cognitiva, critica orientativa nei confronti della realtà esterna. La reazione positiva del mercato delle audiences è bastata per trascinare una condizione e una visione sociale della comunicazione oggi di fatto in crisi. Le posizioni degli studiosi a riguardo sono certamente lontane da un rinnego o un’abnegazione totale della stessa; in quanto studiosi tuttavia essi non possono tacere e chiudere gli occhi di fronte alla *riflessività dell’era post mediale*, ovvero alle conseguenze sociali e culturali, incontrollabili e imprevedibili, di un sistema comunicativo costruito su parametri non più efficaci per mantenere una parvenza di credibilità contenutistica ed espressiva, nemmeno di fronte agli occhi dei più fedeli utenti o spettatori. Questi sembrano aver svelato l’inganno comunicativo, le illusioni di identificazione ed *entertainment* e pretendono dai simulacri *dell’innovazione* (le tecnologie) qualche stimolo in più per non cadere negli abissi della sfiducia sistemica, che denoterebbe il declino irrimediabile della comunicazione. *Save* dunque fa riferimento anche in questo caso alla salvezza o al risparmio dei media da questo baratro, dalla dequalificazione contenutistica, dal vuoto espressivo, da una qualità sistemica illusoria dal punto di vista produttivo, contenutistico, relazionale e valoriale, di cui gli effetti sono sotto gli occhi di tutti.
- Il terzo spunto di riflessione riguarda la tanto dibattuta crisi percepita del giornalismo contemporaneo, probabilmente determinata dalla discrepanza fra il retaggio pedagogico del codice deontologico, atteso dal pubblico, e la effettiva metamorfosi strutturale, espressiva e identitaria

che sta vivendo il giornalismo, al fine di individuare la sua nuova collocazione nel *media system* informativo. Nell'era della convergenza tecnologica, la carta stampata tenta di ripristinare la propria posizione culturale, consapevole probabilmente che la vocazione informativa non basta più per mantenere una specificità nel sistema dell'informazione. Per questo motivo, si innescano strategie di fidelizzazione, oggi proiettate più sul piano emotivo che su quello cognitivo; queste tuttavia sembrano fuorvianti rispetto alla richiesta informativa proveniente dal basso. A ciò si aggiunge un'ulteriore riflessione: nella crisi della mediazione culturale del post, si sta forse assistendo ad un processo di proiezione sulla carta stampata delle aspettative culturali del pubblico? Nella sfiducia dilagante sui sistemi esperti nel post, per alcuni la carta stampata diventa il medium per ricavare lenti interpretative e critiche delle continue e confuse trasformazioni della società contemporanea. Ma l'informazione non è cultura e uno dei temi attualmente discussi è proprio la confusione nell'opinione pubblica dei due campi, l'offuscamento dei loro confini, che determina smarrimento nello spettatore e stravolge il sistema delle sue aspettative rispetto al mondo dell'informazione.

Il sottotitolo del libro: *I minori come luogo comune*, introduce nella nostra discussione un ulteriore spunto di riflessione sui minori e sui meccanismi di rappresentazione degli stessi che condizionano l'opinione pubblica. La rappresentazione del mondo giovanile è spesso legata a tendenze temporanee e cicliche del mondo informativo, riproponendo problematiche tradizionalmente dibattute in ambito scientifico e pubblico: cambiano le tecnologie, ma non cambiano le questioni connesse al loro utilizzo quali ad esempio gli effetti psicosociali più o meno positivi, da cui deriva il tipo e grado di responsabilità di atti non conformi al sistema dei valori e delle norme socialmente condivise. *Save the media* nasce all'interno del *Safer Internet Program* del 2007 per costruire un percorso di ricerca pluriennale e problematizzare alcuni concetti-chiave sui media e sui minori alla base dell'attività di ricerca dell'Osservatorio Mediamonitor Minori della Sapienza Università di Roma. Così, il libro affronta il tema dei minori attraverso l'incrocio di due prospettive: quella dei *giovani im-mediati e mediati*. Nel primo caso, si parla delle metamorfosi della socializzazione nel post, alla luce delle trasformazioni sociali e culturali del contesto postmoderno (capitolo 1), del dibattito contemporaneo sui minori rispetto ai media, orientando la riflessione sul comportamento culturale fra individualismo e integrazione sociale (capitolo 2) e sulla competenza digitale, connessa al discorso più ampio sull'emergenza educativa nella prospettiva della *media literacy* e della *media education* (capitolo 3).

La seconda prospettiva, definita *giovani mediati*, racconta i minori attraverso i meccanismi di rappresentazione della carta stampata, dal punto di vista semantico e sintattico, cercando di svelare o ricostruire l'ideologia del giornalista, il suo orientamento valoriale e il grado di sensibilità nella costruzione stilistico-espressiva dello stesso articolo (capitolo 4). Questo obiettivo tuttavia ha condotto a riflessioni teoriche più ampie che spaziano dal tema della devianza nel post, secondo una prospettiva sociologica, a quello della tutela del minore, ponendo particolare attenzione alla definizione semantica di questi concetti, già insita nelle normative nazionali e internazionali sui diritti dell'infanzia e sulle responsabilità degli attori della comunicazione (siano essi giornalisti o produttori mediali in senso più vasto). Da qui deriva una seconda riflessione parallela sulla questione della qualità mediale, rispetto alla quale è stato difficile inquadrare in modo conclusivo una definizione standard, replicabile a prescindere dal contesto di applicazione o di riferimento. La multidimensionalità della sua espressione si offre a diverse letture e interpretazioni interdisciplinari, ma non necessariamente in contrapposizione fra loro. Così partendo dall'analisi delle normative di riferimento, della letteratura scientifica pregressa e dalle riflessioni sociologiche trasversali sul concetto di etica ed estetica, abbiamo cercato di sintetizzare il dibattito sulla qualità, enfatizzando le diverse prospettive e provando a disegnare un quadro orientativo rispetto al quale strutturare la nostra attività di ricerca sulla stampa. A riguardo, *Save the media* ha previsto diverse fasi di intervento:

1. l'analisi teorico-scientifica dei concetti chiave (*qualità promessa* a livello normativo e *qualità attesa* a livello comportamentale da parte degli erogatori – o giornalisti nel nostro caso) – capitolo 5;
2. l'analisi semiotica di alcuni articoli – capitoli 6 e 7 – e l'analisi del contenuto su tutti gli articoli di giornale pubblicati dal 2007 al 2010 nelle principali testate (*qualità erogata*) – capitolo 8 –;
3. focus group e interviste in profondità a diverse tipologie di soggetti: giovani preadolescenti, genitori e insegnanti e studiosi o esperti in diversi ambiti disciplinari (*qualità percepita*) – capitolo 9 –.

Queste aree sono strettamente connesse fra loro poiché la qualità promessa e attesa dovrebbero ispirare e orientare quella erogata (che dovrebbe essere coerente alle caratteristiche scientifico-teoriche), quest'ultima poi dovrebbe manifestare altrettanta coerenza e correlazione con la qualità percepita dei fruitori ai fini di un riscontro sul tipo di rappresentazione costruita e intesa da parte del pubblico. Sulla relazione di queste qualità si orienta la riflessione sul processo comunicativo che, sebbene preveda interpretazioni critiche divergenti, almeno non dovrebbe manifestare decodifiche aberranti.

Il libro tenta di ricostruire la complessa riflessione che negli ultimi anni ha caratterizzato lo studio e la ricerca della scuola di Comunicazione della Sapienza, descrivendo i salti e le connessioni semantiche relative ai minori, i dubbi metodologici, le questioni irrisolte, le sfide di ricerca e le lacune concettuali su cui avviare filoni di indagine per il futuro. In tal senso, il libro si propone come un network semantico di spunti riflessivi partendo dal repository delle esperienze maturate da un gruppo di ricercatori e intende stimolare con il lettore la co-costruzione simbolica dei concetti presentati. Secondo questa prospettiva, volontariamente non è stato proposto un capitolo conclusivo e i motivi sono diversi: il primo riguarda esattamente il senso della Scienza e della ricerca che, per definizione, non possono essere esaustive ma in continua trasformazione e crescita; il secondo riguarda il tentativo di trasformare un testo chiuso (per caratteristiche relative al canale: il libro) in un testo aperto che stimoli l'immaginario dei lettori attraverso la costruzione di un patto comunicativo. L'obiettivo è dunque stimolare un meccanismo di personalizzazione della conclusione del libro, in cui il lettore sulla base delle esperienze di studio, di ricerca e di vita vissute, selezionerà i suoi simulacri e significati testuali trovando la propria conclusione o interpretazione significativa rispetto a quanto è stato proposto.

Il libro non sarebbe stato realizzato senza la fiducia, la continua stimolazione cognitiva e il sostegno del mio maestro, Mario Morcellini, a cui va la mia riconoscenza. Gli altri ringraziamenti vanno certamente a *Save the Children*, che ha fornito l'input per discutere di minori da un'altra prospettiva, a Rossana Santo e Alessandra Iodice che hanno partecipato alla ricerca nel 2007, a Salvatore Satta per il duro lavoro di inserimento degli articoli di giornale nella matrice, a Mariapaola Faggiano per il preziosissimo contributo metodologico sull'analisi del contenuto, a Pierluigi Cervelli per aver letto la parte semiotica del testo, a Angelo Passero per la lettura di altri capitoli, a Pierpaolo De Luca per la rilettura di parti del testo e le continue discussioni su alcuni nodi problematici, a Daniela Cinque per la collaborazione accademica e a Viviana Vitari per aver riletto l'intero testo nella prospettiva critica di chi ha frequentato un master in Media Education.



**I Parte**  
**Giovani *im*-mediati**



## 1. Individualismo e mediazione culturale

*Postmoderno* (Lyotard, 1979) è l'espressione, ormai entrata nel vocabolario dei classici della Sociologia, per indicare la nuova configurazione socio-culturale contemporanea, in cui le utopie del moderno (le cosiddette *grandi narrazioni*) crollano per lasciare spazio a una progressiva frammentarietà dell'esperienza e a un dinamismo perenne, che destabilizza qualsiasi processo di produzione e consumo (sia esso culturale o economico). Nonostante l'atteggiamento di quasi reticenza dei critici contemporanei per l'eccessiva ricorrenza di questo termine nei dibattiti scientifici degli ultimi anni, in questa circostanza il riferimento al postmoderno sembra ancora adeguata per condividere nel dibattito pubblico e sintetizzare una serie di trasformazioni contemporanee di difficile inquadramento teorico. L'adozione di questo termine come simbolo di un'era è dunque stata scelta nella consapevolezza di un dibattito scientifico ancora in corso sulla sua accettazione e la sua coerenza terminologica rispetto ai cambiamenti contemporanei.

Per alcuni studiosi (Jameson, 1989) il postmoderno non è uno stile culturale o un'ideologia, bensì una precisa fase storica del tardo capitalismo caratterizzato da una smaterializzazione dei rapporti sociali, dalla smobilitazione ideologica, dalla frammentazione del soggetto, il venir meno del senso di storicità, l'ascesa di un populismo estetico, che annulla le distanze fra cultura alta e bassa attraverso il riconoscimento e la legittimazione dei prodotti dell'industria culturale. Da qui, deriva la destrutturazione dell'estetica tradizionale in virtù delle forme di eclettismo e sincronismo, che caratterizzano le dinamiche di produzione culturale, e l'annullamento della distanza critica fra emittente e destinatario (Morcellini, 2005). Nelle nuove produzioni culturali del post, le dimensioni del tempo e dello spazio si moltiplicano e sono messe a disposizione del *latore* (lettore+autore: Tursi, 2007) per produzioni narrative creative, semioticamente de-codificabili a più livelli e disponibili a letture/interpretazioni semantiche molteplici. Il passato è de-strutturato, riattualizzato nelle sue singole componenti nel pre-