



Marina D'Amato

IMMAGINARI

Telefantasie: dai cartoni al web

FrancoAngeli

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

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

Marina D'Amato

IMMAGINARI

Telefantasie: dai cartoni al web

FrancoAngeli

In copertina: Mario Verolini, *Gea*, per gentile concessione dell'autore.

Copyright © 2007, 2021 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.

*Ai miei figli Edmondo ed Elisabetta,
che mi hanno introdotto ai loro mondi fantastici,
e ai miei nipoti Gregorio e Clotilde
che mi offrono la possibilità di continuare la ricerca.*

Indice

Parte prima – Teorie e Società del fantastico

Premessa alla nuova edizione	pag. 13
Premessa alla prima edizione	» 19
1. La società del fantastico	» 25
1.1. L'immaginario	» 25
1.2. Identità e funzioni: il gioco, l'arte, il mito	» 28
1.2.1. Il gioco	» 30
1.2.2. L'arte	» 32
1.2.3. Il mito	» 34
1.3. Concezioni e percorsi di analisi	» 35
1.4. Valori e rappresentazioni sociali	» 39
Appendice. Declinazioni dell'immaginario	» 43
Riferimenti bibliografici	» 59
2. Tracce di una sociologia dell'immaginario	» 61
2.1. Le origini	» 61
2.2. Karl Marx e Friedrich Engels	» 62
2.3. Alexis de Tocqueville	» 64
2.4. Gustave Le Bon	» 66
2.5. Gabriel Tarde	» 67
2.6. I classici	» 68
2.6.1. Vilfredo Pareto	» 68
2.6.2. Emile Durkheim	» 70
2.6.3. Max Weber	» 72
2.6.4. Georg Simmel	» 75

2.6.5. Karl Mannheim	pag. 78
2.6.6. Marcel Mauss	» 79
2.6.7. Georges Bataille	» 80
2.6.8. Roger Caillois	» 81
2.6.9. La ricerca contemporanea	» 82
2.6.10. Cornelius Castoriadis	» 83
2.6.11. Edgar Morin	» 83
2.6.12. Jean Baudrillard	» 84
2.6.13. Michel Maffesoli	» 84
2.6.14. Gaston Bachelard	» 85
2.6.15. Gilbert Durand	» 86
2.6.16. Paul Ricoeur	» 89
2.6.17. Henry Corbin	» 90
Riferimenti bibliografici	» 91
3. Globalizzazione e immaginario fantastico	» 92
3.1. L'immaginario infantile	» 92
3.2. Gli approcci al fantastico	» 96
3.2.1. La narratologia	» 96
3.2.2. L'etnologia	» 97
3.2.3. La psicologia	» 97
3.3. Dalla parola all'immagine	» 98
3.4. I nuovi eroi	» 100
3.5. Miti contingenti	» 103
3.6. Le nuove storie	» 106
3.7. Il tempo	» 113
3.8. L'immagine prevale sulla parola	» 116
Appendice. Tipologie dei cartoni animati	» 120
Appendice. Nota di metodo	» 122
Riferimenti bibliografici	» 122

Parte seconda – Ricerche

4. La telefantasia occidentale del decennio scorso	» 133
4.1. L'offerta di fantasia	» 141
4.1.1. Il target	» 141
4.1.2. I temi	» 143
4.2. Dove sono i programmi per bambini?	» 143
4.3. Quando? A che ora?	» 144
4.4. L'origine dei programmi	» 144

4.5. I protagonisti del programma: chi sono?	pag. 145
4.6. Maschi e femmine	» 145
4.7. Il tempo delle storie	» 147
4.8. Il ceto	» 147
4.9. Il nuovo eroe	» 148
4.10. L'identità	» 148
4.11. Il ruolo	» 149
4.12. Lo <i>status</i>	» 149
4.13. Il tema	» 149
4.14. I valori del protagonista	» 150
4.15. Le azioni	» 151
4.16. L'ambiente	» 152
4.17. L'interazione	» 152
Nota metodologica. Il campionamento	» 153
Il questionario	» 155
Scheda di analisi	» 158
Riferimenti bibliografici	» 162

5. La telefantasia del mondo occidentale nel terzo millennio

	» 166
5.1. La tipologia di programmi	» 169
5.2. Il target	» 169
5.3. Quando vanno in onda i programmi	» 170
5.4. Dove viene prodotto il programma	» 171
5.5. I nuovi protagonisti	» 171
5.6. Il crollo dell'egemonia maschile e i nuovi modelli	» 173
5.7. L'epoca	» 174
5.8. Il ceto	» 175
5.9. Dal potere alla cooperazione: i rapporti	» 175
5.10. L'interattività	» 176
5.11. L'identità	» 177
5.12. Il ruolo	» 177
5.13. Lo <i>status</i>	» 178
5.14. Il tema	» 178
5.15. I valori	» 178
5.16. Motivazioni del protagonista	» 179
5.17. In quale ambiente si svolge il programma	» 179
5.18. Con chi interagisce il protagonista	» 179
Riferimenti bibliografici	» 180

6. La telefantasia del mondo arabo	pag. 183
6.1. Un po' di storia	» 183
6.2. Il genere: l'identità, chi sono	» 191
6.2.1. I maschi e le femmine	» 191
6.2.2. Animali, persone, animali antropomorfi	» 192
6.3. La nazionalità	» 192
6.4. I generi	» 192
6.5. Le tematiche	» 193
6.6. I valori	» 194
6.7. La nazionalità	» 195
Nota metodologica	» 196
Scheda del protagonista del programma Tv	» 197
Riferimenti bibliografici	» 197
7. I videogiochi, di Edmondo Grassi	» 200
7.1. Tra gioco e narrazione	» 200
7.1.1. Una storia di evoluzione sociale	» 205
7.1.2. Breve quadro storico	» 208
7.2. La ricerca	» 213
7.2.1. Videogiocatori e videogiochi	» 213
7.3. Videogiochi	» 214
7.3.1. Tipologie	» 214
7.3.2. Videogiochi e generi	» 215
7.4. Quali sono i giochi più venduti e i generi maggiormente diffusi	» 216
7.5. Il mercato videoludico italiano	» 217
7.6. Generi e titoli più venduti in Italia	» 218
7.7. I videogiochi più venduti di sempre	» 219
7.8. Il metodo	» 220
7.8.1. La scheda di analisi	» 220
7.9. Miti, valori, personaggi	» 221
7.9.1. La presenza del personaggio	» 221
7.10. Tra umano e non umano	» 222
7.11. Il sesso	» 222
7.12. La dimensione temporale	» 223
7.13. Le tematiche	» 224
7.14. I valori	» 225
Riferimenti bibliografici	» 225

Parte prima
Teorie e Società del fantastico

Premessa alla nuova edizione

Nella società contemporanea, caratterizzata dal rischio, dalla crisi, dalla liquidità, dalla perversione mostra, con maggiore intensità, la necessità di trovare un rifugio in quelle che potremmo definire relazioni carnali per mezzo di processi profondi con l'illusione e il riflesso di un'immagine interiore che sia lo specchio della propria psiche, della propria conoscenza e dei propri sogni. In questa società alla deriva, priva di porti sicure e di leader carismatici, la sociologia dell'immaginario diviene collante e panacea al delirio collettivo. Investe la vita dei singoli, dei gruppi, la vita quotidiana pubblica e privata, la politica, la dimensione economica, le attività lavorative, gli atteggiamenti e le credenze religiose, gli ambiti scientifici, letterari, mediatici e si accompagna alle trasformazioni sociali, contribuendo in tal modo, continuamente, alla definizione di nuove culture.

La società della globalizzazione è incessantemente sottomessa a vortici di immagini, a pulsioni immaginarie incarnate nelle diverse arti e in costrutti mentali sia collettivi che individuali costantemente "in onda" per mezzo dell'onnipresenza dello schermo nella vita dell'individuo: lo strumento che diviene protesi del corpo biologico. Il soggetto sociale diviene spettatore della vita, propria e altrui, vivendo in un doppio sogno: da una parte è cosciente di assistere ad uno spettacolo immaginario, alla creazione del proprio Matrix, dall'altro diviene un androide posseduto dalla "magia ancestrale" della tecnologia e del suo potere pervasivo, immanente.

Alle origini, l'immaginario si fondava sul solo concetto di mito, concepito come la fonte dalla quale nascono tutte le storie necessarie per spiegare gli eventi della quotidianità, avvalendosi di un'aura mistica per ciò che fino alle grandi rivoluzioni scientifiche non era possibile conoscere empiricamente. Tale aspetto, nell'era della globalizzazione e della digitalizzazione, va ad unirsi al concetto di media e di sviluppo tecnologico che sta subendo un progresso notevolmente accelerato rispetto alle capacità dell'essere umano. Se il primo medium utilizzato è stata la voce, l'oralità per mezzo della quale si tramandavano i miti, ad oggi, i miti del consumo, del lusso,

della fama trovano la propria fruibilità per mezzo di schermi che si moltiplicano incessantemente e che raggiungono ogni luogo del pianeta, volendo soddisfare il bisogno di senso che l'essere percepisce in relazione all'inesplorato, all'ignoto, allo sconosciuto a ciò che si divide tra sogno e spavento.

Benjamin, in *Angelus Novus*, affermava che “la favola, che è anche oggi la prima consigliera dei bambini, sopravvive sotterraneamente al racconto” e, adattando le sue parole alla modernità, si potrebbe affermare che le narrazioni del passato albergano in un multiverso mediatico, sviluppando una metamorfosi nel genere e nella fruizione della proposta fantastica riuscendo a sopravvivere ad una società sempre più interconnessa.

La sociologia concepisce tale aspetto come parte del linguaggio emotivo, politico, mentale, sociale della contemporaneità a partire dagli anni '20, eredità di Durkheim, il quale compiva studi che centravano la dimensione sociale in stretta connessione con la potenza autonoma della mitologia e con la necessità di concepire una memoria collettiva condivisa. Negli anni '60, si è entrati nella società dei consumi, che focalizzava la propria attenzione verso un mercato di massa più ampio, dove religione e mito, cedevano parte del loro primato, all'idolatria dell'oggetto, del feticcio, del simulacro: alla pubblicità e ai media. Morin, nel 1962, concepiva la rielaborazione del potenziale immaginifico, delle narrazioni, dei miti attraverso un processo suddiviso in tre fasi esperienziali, Le Goff introdusse il pensiero di un'identità collettiva che fondava la sua costituzione su di un insieme di narrazioni che definiva come “finzioni d'umanità” (1979), mentre Nora indica la collettivizzazione di un'identità e del suo immaginari come l'unione, conscia o meno, dei ricordi del gruppo di appartenenza che condivide e mitizza un'esperienza vissuta, integrandola con il sentire collettivo e con il suo tramandare (1978). In questo contesto, l'immaginario collettivo diviene il tessuto connettivo di intere generazioni, acquisendo la capacità di mimetizzazione e di polimorfismo, edificato su narrazioni che si radicalizzano nel non-razionale, nel fantastico, nel non-dicibile, del non sperimentabile attraverso la concezione classica dei nostri sensi. D'altra parte, l'individuo si trova a dover affrontare un contesto storico nel quale la sua natura biologica si scontra con l'affermazione, quasi del tutto immanente, di una tecnologia complessa e sempre più vicina all'essere umano.

Se nel mito e nell'immaginario dei decenni precedenti vi era il pieno soddisfacimento del bisogno narcisistico della persona, oggi, la società della crisi è la società in cui si assiste all'implosione di apparati multimediali e al primato della digitalizzazione della comunicazione, dell'informazione, ricercando il soddisfacimento di relazioni in un'articolazione della produzione estetica in termini di *transmedialità* e *crossmedialità*, che ribadiscono il carattere egemonico dei processi di mediatizzazione estesa ai molteplici settori

sociali.

Il terzo millennio svela scenari in cui la pervasività della tecnologia, delle sue potenzialità e delle sue ripercussioni offrono la possibilità di sfruttare un'onda amplificatrice delle possibilità di "immaginare un nuovo immaginario che si fa reale": già Philip K. Dick, grazie alla sua visionarietà, aveva delineato i nuovi confini valicabili di futuri processi di fusione tra uomo e macchina, tra natura e tecnologia, tra organico e artificiale, narrando di processi di controllo e di de-umanizzazione (pensiamo al transumanesimo e al postumanesimo quali correnti che vorrebbero fondere la natura biologica dell'essere umano con le nuove scoperte scientifiche, realizzando il fantastico della figura del cyborg).

Nel contesto contemporaneo, è sempre più chiaro che il pensiero del singolo, che originariamente ha luogo nell'intimità della sua psiche, stabilirà, quasi necessariamente, un nodo relazionale con la propria comunità, basti pensare al concetto di intelligenza collettiva (Lévy, 1994) o in cerca della stessa per mezzo dei digital devices sempre presenti nella vita dell'essere umano. Nel momento in cui tale rapporto si manifesta, ha luogo la genesi di miti, valori, modelli e immaginari condivisi dalla collettività, poiché "l'unica realtà in cui siamo sicuri è la rappresentazione, cioè l'immagine, cioè la non-realtà" (Morin, 1977).

Tale premessa è necessaria per comprendere le sfide più impegnative delle future generazioni, in particolar modo, la necessità di conciliare sapere scientifico e sapere umanistico. Gli studi condotti per l'elaborazione di questo testo prendono voce dalla volontà di far conoscere, attraverso le peculiarità dell'offerta di fantasia proposta ai bambini e alle bambine "globali e digitali" i paradigmi su cui poggia l'immaginario collettivo del nostro futuro.

Se la telefantasia proposta ad un'intera generazione dell'umanità fino all'ultimo decennio del secolo scorso predisponeva eroi della vita quotidiana che prevalentemente non si ribellavano all'ordine costituito, riproponendo una tipologia storicamente determinata, il panorama che si apre con il nuovo millennio evidenzia un'offerta di fantasia del tutto diversa e diversificata che richiede nuovamente un'attenta disamina che abbraccia e unisce il progresso immaginifico a quello tecnologico.

Lo studio dei nuovi paradigmi dell'immaginario infantile iniziato negli anni '70 è una ricerca che resterà sempre incompiuta, poiché, dalla televisione che per prima ha mediato globalmente la fantasia al pubblico dei più giovani, si è passati oggi ad una proposta digitale che trova su ogni genere di schermo (computer, smartphone, tablet, console, visori digitali) i luoghi delle sue rappresentazioni. A distanza di un decennio, dalla prima versione del testo, si è reso necessario indagare l'offerta di immaginario proposte ai millennials. Anche gli studi di caso, l'Italia/Europa, Moldavia, Romania, Paesi

dell'Est sono superati dalla diffusione dei miti del mondo occidentale. Resta, in questa versione, l'ambito dei Paesi Arabi che sempre di più nell'ultimo decennio, hanno certato e individuato, una tipologia riferita ai valori dell'Islam che permeano la società. Si sono così eliminate in questa nuova versione, i riferimenti ai giochi del telefono ampiamente superati dalle app degli smartphone e dai videogiochi, sempre più "reali" e capaci di coinvolgere il videogiocatore a 360° per mezzo di esperienze multisensoriali.

L'analisi proposta focalizza l'attenzione sulle telefantasie mutate in funzione del progresso tecnologico, dei mezzi di comunicazione di massa e delle esigenze socio-economiche che conducono un ampio settore della popolazione a rifugiarsi nel fantastico che sfuggire alle proprie paure, ansie, debolezze di una società sempre più priva di leader o di ideali. Tali caratteristiche sono funzionali a due elementi preponderanti nella società occidentali: da un lato, i mass media sono divenuti lo strumento per mezzo del quale ampie fasce di popolazione, precedentemente escluse dai processi culturali, ha la possibilità di interagire; dall'altro, non ponendo più alcuna differenziazione nella propria fruizione, veicolano una cultura di massa omogeneizzata. In tal modo, l'immaginario imita il reale, ma il reale assume le vesti dell'immaginario. L'individuo struttura la sua esistenza in una parentesi dialogica che contempla necessità di esser-ci, egocentricamente e narcisisticamente, con una compenetrazione di bisogno sociale, l'apparire per mezzo dell'altro, della sua attenzione, del suo click. L'essere umano non potrà mai sfuggire alla lotta tra due poli, quello razionale e quello immaginifico, quello economico e quello ludico, ma ciò che questa ricerca lascia emergere per i più giovani, è la necessità di comprendere il valore della coesione, della collaborazione, di ordinare il cosmo come un circuito di cui siamo parte e non creatori: siamo all'inizio della scoperta del pensiero umano e alla prima fase della rottura dell'antropocentrismo, ma ciò conduce ad un momento di caos.

Questo offuscamento dei confini provoca difficoltà nel tessuto sociale per poter giungere ad una valutazione oggettiva del messaggio, la cui natura si confonde con gli aspetti del fantastico, diffondendo un'ovattata, ma tangibile deresponsabilizzazione nell'educazione dei più giovani, portando all'incapacità di saper distinguere il limite tra dimensione ludica e dimensione responsabile.

Questa nuova edizione del testo si propone di far conoscere l'universo simbolico dei ragazzi di oggi come una tessera del mosaico della globalizzazione, come un'analisi sulla rappresentazione simbolica della realtà, come uno studio sulla mitologia del mondo adulto, come una ricerca sui valori e modelli di comportamento, dove l'improbabile e lo sconosciuto possono divenire ponti verso l'edificazione di un nuovo mondo, dove un'etica condivisa

potrebbe scardinare le paure e le inquietudini delle ambiguità contemporanee, producendo spazi “naturali” per diritti universali, grazie alla creatività dell’essere umano, priva di limiti e di confini, capace di creare e trasformare in reale per mezzo dell’immaginazione che si pone al di sopra di tutti gli eccessi di potere.

Tra i compiti dell’immaginario del terzo millennio vi è quello di contrastare il paradigma di una scienza asettica e de-umanizzata a favore dell’armonizzazione con il sapere dell’umanesimo, poiché la tecnica, caratteristica e creazione umana, se non troverà il letto del proprio fiume modellato, potrebbe straripare e avere come scopo ultimo il solo aumento esponenziale della sua potenza e, quindi, la caduta dei grandi valori democratici, dei valori umani. L’immaginazione è quell’elemento, come affermava Mills, capace di creare un legame tra le coscienze individuali e la storia dell’umanità, avente la capacità di indicare i futuri movimenti sociali, valori condivisi, modelli di comportamento morale e, probabilmente, un’etica fantastica per un mondo futuristico.

Premessa alla prima edizione

“I soli cambiamenti importanti,
quelli da cui derivano i cambiamenti delle civiltà,
accadono nelle opinioni, nelle concezioni, nelle credenze...”
Gustave Le Bon

La sociologia dell'immaginario è una sociologia di “profondità” perché tenta di cogliere le motivazioni profonde, le dinamiche che soggiacciono e animano le società umane.

A differenza di una sociologia di “superficie”, basata su inchieste e sondaggi, la sociologia dell'immaginario non è un campo specifico della sociologia definito chiaramente dal suo oggetto, così come lo è per esempio la sociologia urbana, del lavoro, della religione ecc., ma costituisce, al momento attuale, un punto di vista privilegiato della vita sociale perché, interessandosi alla dimensione immaginaria delle relazioni fra gli individui, di fatto è trasversale a tutti gli ambiti di analisi.

L'immaginario percorre la storia delle civiltà, è parte intrinseca dei gruppi sociali e in fondo, una sociologia senza l'immaginario non potrebbe esistere anche se non esiste ancora una vera e propria tradizione di sociologia dell'immaginario. Alle definizioni negative, offerte dalla filosofia occidentale, secondo cui l'immaginario è ciò che non esiste, è il falso e l'irrazionale, la corrente antropologica di M. Eliade, G. Bachelard, e soprattutto G. Durand, oppone una definizione positiva secondo cui l'immaginario è il prodotto del pensiero mitico, un pensiero concreto che funziona per analogie e si esprime con immagini simboliche organizzate in modo dinamico, determinando la percezione dello spazio e del tempo, attraverso costruzioni materiali e istituzionali, mitologie e ideologie, saperi e comportamenti collettivi.

Ponendo al centro di interesse le rappresentazioni sociali, i loro meccanismi, la loro efficacia, la sociologia dell'immaginario attinge alla psicologia sociale, all'antropologia culturale e si contamina con la sociologia della conoscenza sebbene i presupposti siano diversi: i primi riferiti ai ragionamenti e alla razionalizzazione delle credenze, i secondi riferiti al loro radicamento negli archetipi.

L'importanza dell'immaginario nella società della globalizzazione in cui