



I dossier della Ginestra

materiali per gli studenti
del "Citelli" di Regalbuto

SPECIALE "LA MEMORIA DEL CITELLI"

1 gennaio 2015

In questo dossier, dedicato alla "memoria del Citelli", riportiamo la documentazione dei due premi provinciali che gli alunni della scuola conquistarono nelle edizioni 2005 e 2006 del NewspaperGame. Un omaggio alla memoria, ma anche uno stimolo per i ragazzi che frequentano oggi l'Istituto, arricchitosi di nuovi indirizzi e competenze.

Il giornale del "Citelli" di Regalbuto LA SICILIA 16 febbraio 2005

Migliore pagina della provincia di Enna, premiata nell'edizione NewspaperGame 2005 con la seguente motivazione:

«Il lavoro realizzato dal Gruppo risulta articolato e vivace nel sottolineare una certa attenzione ad alcuni problemi della società contemporanea. La Pagina si apre con un pezzo che presenta i dati di un sondaggio, con l'attenzione rivolta al rapporto tra giovani e tempo libero. Gli articoli evidenziano una particolare cura nella ricerca delle informazioni e sono distribuiti, all'interno del menabò, in modo equilibrato. Lo stile linguistico, nella stesura degli articoli, è scorrevole e perfettamente rispondente alle esigenze di un testo informativo».

Il giornale del "Citelli" di Regalbuto LA SICILIA 21 aprile 2006

La ricerca su "Benessere e immagine sociale" è stata premiata quale migliore articolo della provincia di Enna nell'edizione NewspaperGame 2006 con la seguente motivazione:

«Nella pagina realizzata, particolare rilievo acquista il servizio Benessere e immagine sociale. Si tratta dei risultati di una ricerca documentaria condotta dagli stessi ragazzi sui messaggi pubblicitari presenti su un campione di periodici italiani. Attraverso le informazioni relative ai dati emersi, gli autori propongono al lettore, con un linguaggio chiaro e uno schema testuale preciso, una riflessione sul rapporto tra messaggio pubblicitario, valori e immagine sociale. Evidente è il piglio giornalistico nell'affrontare la tematica».

Il giornale del "Citelli" di Regalbuto

LA SICILIA 16 febbraio 2005

*Migliore pagina della provincia di Enna,
premiata nell'edizione NewspaperGame 2005*

Sondaggio fra i giovani

Studio e tempo libero: virtù e vizi, abitudini, aspirazioni e ... qualche sorpresa

Il modo di vivere dei giovani, le loro abitudini, il rapporto con la famiglia e gli amici, l'impiego del tempo libero, gli hobby e le letture, le aspirazioni per il futuro: questi alcuni degli aspetti della condizione giovanile che un sondaggio, svolto nel mese di dicembre scorso tra i 190 studenti (87 maschi e 103 femmine) del "Commerciale" di Regalbuto, ha cercato di indagare. Ecco, in breve, i risultati.

I giovani appaiono pienamente immersi nell'attuale era tecnologica. L'82% di loro possiede il telefono cellulare, il 95% un videoregistratore, il 74% un DVD, il 68% un motorino o un'auto, il 65% un computer. Il possesso di un telefonino riguarda il 55% dei giovanissimi (15-16 anni) e quasi la totalità (98%) dei più vecchi (17-19 anni).

Questi dati - questi segni di un benessere materiale forse più appariscente che reale - spiegano, almeno in parte, la valutazione positiva che i giovani fanno del loro stato. Ben l'86% degli intervistati dichiara di sentirsi libero all'interno della famiglia e il 65% si mostra soddisfatto della propria autonomia finanziaria. Diversa è invece la valutazione che si fa sulla propria città: il 65% non l'apprezza e vorrebbe vivere in un posto diverso, con una migliore qualità della vita. Circa il proprio avvenire, oltre il 50% dei giovani pensa di iscriversi all'università. Le professioni più gradite sono quelle di ragioniere, commercialista e simili (40), avvocato (11), medico e farmacista (7); sola una preferenza per "insegnante", una figura che non è oggetto di emulazione, dato che solo il 36% dei giovani dichiara di avere avuto un insegnante da prendere come modello.

Qual è la mentalità di questi giovani? Per il 91% di loro, è opportuno che la donna lavori anche se coniugata, ma soltanto il 70% pensa che si sia realizzata una vera parità fra uomo e donna. L'importanza degli anticoncezionali viene sottovalutata: infatti, solo il 68% li giudica opportuni; eppure il 90% degli intervistati ritiene auspicabili i rapporti sessuali fra giovani. L'aborto viene ritenuto ammissibile, se regolato, dal 53%, mentre il 30% lo auspica completamente libero. Il divorzio dovrebbe essere sempre vietato solo per il 7% degli intervistati, mentre per gli altri dovrebbe essere permesso se lo vogliono entrambi i coniugi (38%), se si accerta che l'unità della famiglia non esiste più (28%) ovvero se lo vuole anche uno solo dei coniugi (27%). Quindi, una mentalità abbastanza aperta sui grandi temi delle libertà civili.

Uno sguardo ora alle occupazioni giornaliere. I giovani, dopo le sei ore mattutine di scuola, stanno fuori casa in media per quattro ore. Allo sport (prevalentemente calcio, pallavolo e palestra) dedicano in media due ore e mezza la settimana. Allo studio dedicano soltanto due ore giornaliere, alla TV oltre due ore, ad Internet e ai videogiochi un'altra ora.

Le amicizie sono coltivate prevalentemente nell'ambito del piccolo gruppo (42,55%) e del grande gruppo (39,90%), mentre decisamente in declino è l'amicizia con il singolo compagno o compagna (17,55%).

Gli amici abituali sono gli stessi compagni di scuola solo per il 45% degli intervistati. Con chi si confidano i giovani per un problema di particolare importanza? L'interlocutore privilegiato è l'amico o l'amica (58%), seguono il fidanzato o la fidanzata (18%) e la madre (16%); il padre è scelto solo dal 5,7%. Tuttavia, la madre e il padre recuperano terreno nelle risposte dei giovanissimi (rispettivamente 22% e 12%).

Passiamo ai "vizi" dei giovani. Per quanto riguarda il tabacco, il 45% dichiara di non fumare, il 18% di fumare occasionalmente, il 37% di fumare sistematicamente. Riguardo alle droghe leggere, solo il 14% ne fa un uso abituale, mentre il 15% le ha provate occasionalmente e il 71% non ne ha mai fatto uso. Le droghe pesanti sono invece sconosciute al 95% degli intervistati, usate saltuariamente dall'1,6 e abitualmente dal 3,8%. Nei riguardi delle droghe si registra una curiosa contraddizione, che meriterebbe d'essere approfondita. Gli intervistati stimano che il 73% dei giovani faccia uso abituale di droghe leggere e il 36% di droghe pesanti. Ebbene, questi dati non trovano riscontro nelle percentuali che esprimono l'uso personale di droghe (rispettivamente 14% e 3,8%). Insomma sembra proprio che i virtuosi si concentrino tra gli intervistati, mentre il vizio sembra dilagare nel mondo esterno. Ipocrisia o semplice sopravvalutazione, indotta dai mass-media, del fenomeno droga?

I RISULTATI DEL SONDAGGIO FRA GLI ALUNNI DEL "CITELLI" DI REGALBUTO									
I VIZI DEI GIOVANI (risposte in percentuale)									
Consumo di:	BIENNIO			TRIENNIO			SCUOLA		
	NO	OGNI TANTO	SÌ	NO	OGNI TANTO	SÌ	NO	OGNI TANTO	SÌ
Sigarette	50,70	18,31	30,99	40,87	18,26	40,87	44,62	18,28	37,10
Droghe leggere	80,28	12,68	7,04	64,96	17,09	17,95	70,97	15,05	13,98
Droghe pesanti	97,18	0	2,82	93,04	2,61	4,35	94,63	1,61	3,76
Alcol	47,89	36,62	15,49	26,09	58,26	15,65	34,41	50,00	15,59
Caffè	23,94	39,44	36,62	20,00	39,13	40,87	21,50	39,25	29,25

GLI ALUNNI DELLE QUINTE CLASSI

Un passatempo che non appassiona più le nuove generazioni **Il tramonto della lettura ...**

Trenta ragazzi su cento non hanno sfogliato nemmeno un libro nella loro vita

Cosa leggono i giovani? I fumetti sono ormai una cosa appartenente ad altre epoche e, se circolano nelle case, si deve più ai padri che non ai figli. Solo il 4,84% dichiara di leggere abitualmente fumetti. Il 36,56% li legge solo saltuariamente e ben il 58,60% dichiara di non averli letti mai. Il fumetto di gran lunga preferito è Topolino/Paperino (70 citazioni), seguono Diabolik (9), Dylan Dog (7), Braccio di ferro (5), Tex (4).

Ma vediamo come va con i libri extra scolastici. Il 29,89% degli studenti non ha mai letto, nel corso della sua vita, nemmeno un libro; il 15,22% ha letto solo un libro; il 19,57% da due a tre libri; il 20,65% da 4 a 6 libri; il 14,67% da 7 libri in su. Le femmine leggono molto più dei maschi. Infatti, le femmine che non hanno mai letto un libro sono il 25%, i maschi il 35,71%. Inoltre, le femmine che hanno letto da 7 libri in su sono il 20%, mentre i maschi solo l'8,33%. Per quanto riguarda i titoli, i libri più citati sono "Tre metri sopra il cielo" e "Piccole donne" con 11 citazioni. Il vecchio "Cuore" di De Amicis è citato 7 volte, assieme a "Cento colpi di spazzola" di "Melissa P.". Quattro citazioni ricevono "Tom Sawyer", "L'isola del tesoro", "Storia di una capinera". Tre citazioni "Il fu Mattia Pascal", "Pinocchio", "Romeo e Giulietta", "Va' dove ti porta il cuore".

Per quanto riguarda i film, le fiction ecc, i titoli più menzionati sono: con 41 voti "Cento vetrine", preferito nettamente dagli studenti del triennio, con 32 voti "L'esorcista", che riscuote lo stesso gradimento sia fra i più giovani che fra i più vecchi. Seguono, con 19 punti, "Paolo Borsellino", "The O.C." e "Beatiful"; con 13 punti "Paso Adelante" e con 11 "Il gladiatore". "Elisa di Rivombrosa" è segnalata per 6 volte solo dai ragazzi più adulti. I film e le fiction riscuotono il più alto consenso (48,64%) fra i programmi TV; seguono il varietà (23,42%) e lo sport (21,62%).

I siti Internet sono abbastanza visitati. A quelli che si occupano di moda vanno le maggiori preferenze (25), soprattutto da parte delle femmine; seguono i viaggi, con 13 indicazioni, e lo sport con 11.

Cosa fanno i giovani il sabato sera? Lo trascorrono con gli amici (32,24%) e preferibilmente in piazza (20,30%). Non sono tanti quelli che si possono permettere la discoteca (18,21%) o il pub (7,76%), mentre la pizza è prerogativa solo del 7,47%. Ancor meno (7,16%) sono i fortunati che si possono permettere la compagnia del fidanzato o della fidanzata. Fortunatamente ci sono i telefonini che riempiono i vuoti! La rete ti può trasportare in quel posto dove c'è una migliore qualità della vita; ti può sovvertire lo svolgimento di una serata "normale"; ti può fare sentire l'emozione di una voce affettuosa. E pazienza se la voce appartiene al tuo babbo o alla tua mamma che vogliono assicurarsi che ancora esisti!

GLI ALUNNI DELLE QUINTE CLASSI

Dov'è finito il parco?

Secondo il mega-progetto presentato qualche anno fa, oggi avremmo dovuto vedere la bella area del lago Pozzillo occupata dalle strutture di quel parco tematico che aveva suscitato tante speranze negli abitanti di Regalbuto; invece, i boschetti, i prati e le acque si presentano, davanti ai nostri occhi, ancora incontaminati: con grande gioia degli ecologisti e grande delusione di chi in quel progetto aveva creduto.

Il sito lacustre sarebbe stato il luogo ideale per la creazione del parco: per la bellezza paesaggistica, per il clima mite, e soprattutto per la centralità della posizione geografica e i buoni collegamenti con i centri principali della regione. Il parco, suddiviso in aree tematiche, con campi da golf, hotel, discoteche, sale cinematografiche (di cui una con visione tridimensionale), ristoranti, pizzerie, disco-bar, fast-food e negozi, per un totale di 326 ettari, avrebbe dato lavoro a più di 3000 persone, riducendo così la percentuale di disoccupazione; inoltre, grazie all'effetto moltiplicatore, ci sarebbe stato un notevole incremento dei flussi turistici non solo a livello locale, ma anche nell'ambito regionale.

Il progetto, nonostante le evidenti esagerazioni in esso contenute (i milioni di visitatori previsti!), era stato visto, dalla maggior parte della popolazione, come uno spiraglio di luce nell'economia locale e nella vita stessa del paese: ogni anno, infatti, centinaia di ragazzi lasciano Regalbuto per cercare altrove il lavoro e più dinamiche condizioni di esistenza. Oggi, a distanza di due anni, la mancata realizzazione del progetto ha assottigliato la schiera degli ottimisti e fa rinfoltito quella dei fatalisti. Prevalgono sempre più coloro che non si mostrano per niente dispiaciuti della mancata costruzione di quel parco che avrebbe inevitabilmente distrutto la quiete di Regalbuto e del suo lago che appare oggi, con il suo paesaggio incontaminato e il suo ricco ecosistema, come uno dei posti più belli della regione.

LAURA PAFUMI

Solo nove ore

Riforma Moratti delle Superiori: addio Economia Aziendale!

Una nostra compagna, diplomatasi qualche anno fa nel nostro Istituto, ha sostenuto all'università un brillante esame di Psicologia del lavoro, mostrando una conoscenza approfondita di tematiche quali il "taylorismo", il "fordismo" e il "post-fordismo", la "globalizzazione", ecc. Il professore, piacevolmente sorpreso, ha domandato all'esaminanda in quale scuola avesse mai studiato tali argomenti di grande attualità. E la ragazza ha risposto che gli argomenti fanno parte del programma di economia aziendale che si svolge nel quinto anno degli Istituti tecnici commerciali. L'aneddoto dà un'idea sufficientemente chiara dell'importanza di questa disciplina, che è utile non solo per una formazione specialistica, ma anche per una cultura generale da poter "utilizzare" in qualsiasi ambito. Evidentemente, questo carattere della materia è del tutto sconosciuto ai tecnici ministeriali che hanno preparato una bozza di riforma delle scuole superiori, dove si prevede un drastico ridimensionamento (da 30 a 9) delle ore-base di economia aziendale. È un progetto assurdo, che snatura la fisionomia del futuro liceo economico (il nuovo nome degli istituti tecnici commerciali), aprendo la strada a un analfabetismo contabile di massa certamente non auspicabile in un mondo in cui si predica la centralità dell'Impresa.

MELANIA LO MAGNO

Il dramma della giustizia ingiusta

«Vorrei essere colpevole per respirare», afferma il protagonista del libro di Giorgio Saviane, un avvocato ingiustamente accusato da un cliente di aver preteso una “tangente” per corrompere i giudici. Tematica importante, già oggetto di altri romanzi, quella della “giustizia ingiusta”, dell’innocente condannato per una colpa non commessa.

Con “L’inquisito”, Saviane descrive dettagliatamente l’incubo giudiziario che interrompe il normale fluire di una vita: la dignità calpestata, l’onore demolito, la gogna mediatica che fanno sprofondare l’innocente in un abisso allucinante. Per «l’inquisito», il dramma più difficile da sopportare non è tanto la pena in sé e per sé, quanto il processo stesso, la “macchina” inesorabile della Giustizia, con i suoi tempi secolari e i suoi riti che ignorano la personalità reale dell’accusato, la sua storia, la sua umanità.

Umanità che, paradossalmente, rischia di essere svuotata in quanto l’ingiustizia subita corrompe l’animo dell’inquisito e lo induce, a sua volta, a progettare la consumazione di una vendetta, di un’ingiustizia, di un delitto, di una violenza illusoriamente riparatrice; reazione sbagliata ma “umana”, poiché «l’innocenza è più tetra da sopportare della colpa».

Nella prefazione l’autore ribadisce che, all’origine, la parola “inquisito” aveva un significato nobile, designando più l’innocente che il colpevole. “Inquisiti” erano tanto Gesù Cristo che Galileo, tanto Savonarola che Giordano Bruno: tutti personaggi che avevano il solo torto di avere “disturbato” il potere costituito.

Oggi non è più così: la parola “inquisito” è diventata sinonimo di “colpevole”; e non di rado una persona viene condannata dall’opinione pubblica e dai mass-media prima ancora che un processo sia iniziato o completato secondo l’iter previsto dalla Costituzione.

Il problema di fondo, che emerge dalla lettura del libro di Saviane, è quello di una “giustizia impossibile” finché esisterà il “potere”: quello del giudice o di chiunque altro sia chiamato a decidere, a giudicare, a determinare il destino degli altri: quel Potere oscuro e incontestabile che Kafka ha rappresentato magistralmente nel “Processo”.

È una “costante” della storia, che possiamo leggere anche nella “Colonna infame” del Manzoni (l’allucinante vicenda di due poveri diavoli condannati a morte con l’orribile accusa di aver propagato la peste) o nel “J’accuse” di Zola, dove lo scrittore si schierò apertamente in difesa del capitano Dreyfus, il cui onore era stato infangato da una falsa accusa di tradimento che mirava ad alimentare un clima d’odio verso gli ebrei.

RINA LONGO

Il giornale del "Citelli" di Regalbuto

LA SICILIA 21 aprile 2006

La ricerca su "Benessere e immagine sociale",
è stata premiata quale migliore articolo della
provincia di Enna nell'edizione NewspaperGame 2006.

Benessere e immagine sociale

**Sono i valori su cui punta la pubblicità
secondo una ricerca condotta dagli alunni**

I messaggi pubblicitari riguardano per oltre il 50% articoli di abbigliamento e per la cura del corpo. Casa, tecnologia, alimentari, auto, servizi finanziari e viaggi rappresentano quasi interamente il restante 50%. Questi sono i risultati emersi da una ricerca effettuata dalla classe IV A, attraverso l'analisi della pubblicità contenuta in sei riviste: "Panorama", "L'Espresso", "Magazine" del Corriere della Sera, "Il Venerdì" di Repubblica, "Specchio" della Stampa: si tratta di 28 numeri relativi al periodo novembre 2005 – febbraio 2006.

I dati vanno interpretati con molta cautela perché si riferiscono a un *target* di consumatori medio-alti, costituito dai lettori delle citate riviste; tuttavia, hanno un grande valore perché le classi medio-alte costituiscono sociologicamente la leadership nei consumi.

La netta prevalenza dell'abbigliamento (vestiti, pelletteria, gioielli, creme e profumi) dimostra l'attenzione ormai spasmodica che si riserva all'estetica, alla bellezza, alla cura del corpo. Un'attenzione che non riguarda solo le donne ma anche gli uomini, se è vero che le pubblicità di profumi e creme si rivolge a questi ultimi in 27 casi e alle prime in 21 casi; altrettanto dicasi per i vestiti (56 uomo e solo 28 donna).

La struttura della pubblicità sulle riviste

SETTORI	AZIENDE		PAGINE	
	N.	%	N.	%
Abbigliamento	156	39,10	202	37,06
Cura del corpo	58	14,54	72	13,21
Viaggi	18	4,51	24	4,40
Casa	39	9,77	60	11,01
Alimentari	30	7,52	46	8,44
Auto	22	5,51	45	8,26
Tecnologia	46	11,53	54	9,91
Servizi finanziari	17	4,26	26	4,77
Altri	13	3,26	16	2,94
TOTALI	399	100,00	545	100,00

Benessere fisico e immagine sociale sono quindi in cima alle preoccupazioni degli italiani. A rafforzare tale impressione concorre anche l'attenzione che i messaggi pubblicitari riservano

all'arredamento della casa (11%), ai viaggi (4,5%) e all'alimentazione (8,44%), fattori che rientrano nel "benessere" inteso in senso lato.

La tecnologia (10%) è naturalmente rappresentata dai telefonini cellulari e dai computer, vere e proprie "terre promesse" per l'espansione dei profitti, mentre fa la sua comparsa il navigatore satellitare, nuova stella polare per orientare i passi dell'umana specie in questo difficile inizio di secolo. L'automobile merita la speciale attenzione che le riserviamo in un articolo a parte.

Infine è degna di nota l'espansione dei servizi finanziari, dei bancomat e delle carte di credito (4,77%): perché, laddove non bastano i soldi, soccorre il credito; e perché, se non si possiede una mezza dozzina di carte, si rischia di passare per pezzenti, come in America.

La classe IV A

La perversità attraverso i diversi messaggi

La volontà di potenza

Auto: gli istinti evocati dalla pubblicità

La pubblicità delle auto trasmette messaggi di potenza, di libertà, di auto-realizzazione, abbandonando i vecchi schemi troppo sbilanciati sul sesso.

La Bmw appare al centro di grandi spazi naturali incontaminati, quasi a suggerire che è proprio con quell'auto che puoi conquistare la libertà nella natura, sconfiggendo la sua resistenza («Sono le condizioni peggiori a rendere le cose straordinarie»). Le immagini di supporto (un tango travolgente, un corpo nell'acqua) sono categoricamente separate (in pagina affiancata) dall'immagine principale, per evitare dispersione d'attenzione.

La Land Rover («Potenza dominante, esplora nuove emozioni») e la Fiat («Croma. Un grande viaggio») si affidano ai paesaggi, con nessuna immagine di supporto aggiuntiva. La Fiat non rinuncia alle suggestioni letterarie e si spinge ad evocare Jack Kerouac («Dobbiamo andare e non fermarci finché non siamo arrivati. Dove andiamo? Non lo so, ma dobbiamo andare»).

Anche la Nuova Peugeot 307 promette libertà: in italiano («Concediti una grande libertà») e in francese («Esprit libre»); ma nessuno spazio incontaminato s'incarica di precisare meglio l'idea. Se, nei casi di sopra, la potenza dell'auto è funzionale alla conquista della libertà, in altri casi essa si presenta come fine a se stessa.

La Nuova Saab è «la specie più temuta»: e, per rendere bene l'immagine da giungla, ecco due occhi di felino che emergono inquietanti da uno sfondo nero.

Più banale il messaggio con cui la Mercedes-Benz pubblicizza la sua "Nuova Classe B": «Mostrate i muscoli», ancora un invito a considerare la strada come un'arena di scontro.

Infine la "Nuova Honda Civic" vi assicura che potete rendere potenti voi stessi («Empower yourself») perchè essa è, appunto, «uno strumento di potere nelle vostre mani».

Fortunatamente, ci sono anche i messaggi pubblicitari "più sobri", che rinunciano a far leva sugli istinti primitivi dell' "animale automobilista", per farvi vedere semplicemente quant'è spazioso il bagagliaio.

LA CLASSE IV A

Lamento dell'alga rossa

L'alga rossa del lago Pozzillo è ormai più temuta del mostro di Loch Ness. Quest'ultimo è, in fondo, un simpaticone che di tanto in tanto fa un'apparizione (negata dai soliti miscredenti) per attirare i turisti e che, lungi dall'inquinare le acque, le purifica coi suoi colpi di coda. La povera alga no: è antipatica a tutti. Si dice che avvelena le acque e i pesci, che è un pericolo per l'uomo, che rischia di affossare il Parco tematico e le flotte sperate dei visitatori.

Ma lei si ribella e la butta in filosofia, facendo due ipotesi. Sono anch'io un prodotto della natura? E allora ho diritto al mio spazio, come tutti gli altri essere viventi. Se invece non mi considerate come figlia della natura, ma delle attività umane che imprigionano il libero scorrere delle acque e che turbano l'equilibrio ecologico, allora tanto meglio: ho mille ragioni per esistere e per non essere condannata da voi che mi avete creato.

DEMENTIUS

“Margherita dolce vita”

Margherita è la protagonista del libro di Stefano Benni “Margherita Dolcevita”.

Margherita vive felice la dimensione magica della fanciullezza: ha una casa a misura d'uomo, un giardino pullulante di vita animale e vegetale, dei genitori semplici e amabili. Ma l'idillio è presto rotto dall'insediamento di nuovi vicini che, in un batter d'occhio, costruiscono un allucinante cubo di vetro e di acciaio (una casa moderna), che diventa subito il centro direzionale di mille misfatti.

La filosofia dei nuovi vicini è improntata alla “pulizia”, alla “tolleranza zero” nei confronti di tutto ciò che possa turbare lo stile di vita alto-borghese. A farne le spese è, per primo, un pioppo che viene inesorabilmente abbattuto, colpevole di non si sa che cosa.

Subito dopo segue la “strage degli innocenti”, perpetrata con un veleno potente che elimina dal prato ogni forma di vita animale. *L'after day* è terribile: grilli agonizzanti, formiche morte, farfalle mutilate. E infine tocca a un barbone, che misteriosamente scompare dai paraggi che era solito frequentare.

Margherita vive traumaticamente questi cambiamenti e guarda con apprensione all'amicizia che i suoi genitori allacciano coi nuovi vicini: un'amicizia che li educa a falsi stili di vita, all'egoismo, all'intolleranza, all'odio per i “diversi”.

È così che, nel romanzo di Stefano Benni, l'ecologia diventa non solo difesa dell'ambiente naturale ma anche di quello sociale.

MARIACONCETTA VINCIGUERRA

Nuovo attentato contro gli ITC

Ma alle aziende servono ragionieri e analisti di bilancio

L'allarme è apparso sulle pagine dei quotidiani nel mese di gennaio: alle aziende italiane serve un numero di ragionieri cinque volte maggiore di quello che si riesce a diplomare, ed è sempre più difficile trovare figure professionali come operatori di progetto, analisti di bilancio, esperti commerciali. Questa situazione, veramente paradossale per un Paese che ha visto la nascita della Partita doppia, è la conseguenza disastrosa di politiche scolastiche che hanno incoraggiato una corsa forsennata verso i licei, demolendo l'istruzione tecnica.

Il nuovo liceo economico, previsto dalla Riforma Moratti, è un esempio eloquente di tali politiche scolastiche. Esso è articolato in due indirizzi: quello economico-aziendale, in cui le discipline aziendalistiche conservano tutta la loro importanza, e quello istituzionale, che al contrario prevede un netto ridimensionamento di quelle discipline. Ebbene, la gravità non sta solo nel fatto che viene contemplato un indirizzo che può "sforare" ragionieri senza competenze tecniche specifiche; ma sta soprattutto nel fatto che si prevede un incanalamento automatico in tale indirizzo degli Istituti che oggi adottano l'ordinamento IGEA, con la conseguenza che una Scuola come la nostra - se vuole sottrarsi a questo destino - deve umiliarsi a chiedere come sperimentazione gli insegnamenti fondamentali che da decenni impartisce in via ordinaria.

FIBONAX

Telefonini: la nuova dipendenza

In un decennio il telefonino si è diffuso a macchia d'olio.

I vecchi sistemi di telefonia mobile sono stati sostituiti dall'Umts che, trasformando il cellulare in una postazione Internet, ci consente di ricevere informazioni, immagini, musica, video, film.

Per strada, c'è chi sfoggia un sorriso, parla ad alta voce, esprime sensazioni piacevoli, forse anche di libertà, e comunica ... comunica...

Il cellulare sembra offrire un dono di ubiquità e, come dicono sociologi e psichiatri, riduce le angosce esistenziali. I ragazzi considerano il cellulare come un compagno di avventura: lo tengono acceso anche la notte e hanno creato un nuovo codice di scrittura giovanile.

Il telefonino è diventato uno *status symbol*: si parla già di psicologia del cellulare. L'orecchio del giovane è "incandescente".

Fare, ricevere telefonate, scrivere o leggere sms, è un bel gioco, per alcuni un'ossessione. Alla tentazione del "gioco" si può cedere.

Ma è questo il giusto modo di relazionarsi? O non è meglio spegnere il nostro "caro telefonino" per riscoprire la gioia di incontrarsi e stare insieme?

JESSICA MESSINA, ALESSIA GATTO, MARTINA LO MAGNO III B