



americani, o malati nel desiderio o nell'immaginazione, in un gergo più consono all'al di qua dell'oceano.

Rispecchiano una società in crisi, dove la fretta, la fuga dal reale, sono lo specchio deformato che noi offriamo ai bambini. Dove stare nella calma senza avere paura del silenzio, permettersi una sosta, sembrano un lusso, un comportamento inutile se non dannoso e dove anche la scuola - coincidendo appieno con questi diktat culturali - stenta ormai a assolvere alle proprie peculiarità educative. Una scuola, dunque, che non c'è, come si legge nella bella introduzione di Gianfranco Staccioli al libro *Slow Shool* di Penny Ritscher (pagine 143, euro 10, Giunti). Un libro utile, intelligente, che ribalta luoghi comuni, che racconta con dire semplice (ma non semplicificante!) i tempi, gli spazi, i disagi e le risorse della scuola dell'infanzia contemporanea, alla ricerca della valoriz-

**Per approfondire
Come salvare i figli
dall'attacco del marketing**

«L'ingresso a scuola materna ed elementare» di R. Sefcick e F. Cattarossi (Vallardi, pp.77, euro 7,90). Un libro maneggevole, fatto di domande e risposte nelle quale molti genitori non potranno che riconoscersi. Una mappa divertente fra ansie e dubbi sui più piccini e le inevitabile ambascie dei genitori.

«Nati per comprare. Salviamo i nostri figli ostaggi della pubblicità» di J.B. Schor (Apogeo, pp.291, euro 18). Libro da non perdere, in quanto l'autrice - docente di Sociologia al Boston College - analizza come un impegno di marketing enorme abbia creato una generazione di «bambini commercializzati». Un invito a reagire a un «attacco» spietato e privo di scrupoli.

zazione di una serie di risorse educative sommerse, colte proprio, dall'autrice, attraverso contrappunti provenienti dalla vita quotidiana, dalle soste feconde, da quei nonnulla fatti di chiacchiere sull'altalena, progetti di tane, rifugi e panchine in giardino, che richiedono più un investimento mentale che non economico!

Perché la preoccupazione dell'autrice, peraltro condivisibile, è come si possa contrastare, oggi, quella che è diventata una «fast school» all'interno della quale si è infiltrato il pensiero implicito di una cultura dell'infanzia tesa alla «produttività» che rischia di attivare sempre nuova adrenalina, inserendo nella programmazione eventi o iniziative scintillanti, o riproponendo e amplificando il pane quotidiano dei bambini fatto di personaggi gonfiati dai mass media.

Difficile ma doveroso, distaccarsi dai cliché del consumismo, tuona la Ritscher, contrastan-

do due solgan, l'uno «Corri e compra», l'altro «impara le discipline» che poggia sull'idea di una conoscenza statica, poco problematica e tutta da dimostrare agli altri! Quindi, se velocità e smodatezza quantitativa ci accerchiano, la scuola deve decelerare e selettiva. Deve fermarsi, sostare a guardare le impronte di quel che si è fatto, piuttosto che stordirsi in un eterno «e dopo?». Con un cammino, certo, controvento, che risponda alla cultura della fretta e del consumo con la cultura della calma e della comunità solidale.

È con un ritmo *slow*, che si possono riaprire gli spazi dell'immaginazione e di quel meraviglioso giocare che quotidianamente si avvale de Il giocattolo più grande (Lucio Lombardo Radice), e cioè del pensiero, della curiosità, sfida e cooperazione; «giocattoli» che bambini e adulti possono sempre avere a disposizione. ●