

Un premio giornalistico per la comunicazione sociale vs il virus dell'indifferenza



Donatella Pacelli
Professore Ordinario
Sociologia generale
LUMSA - Roma

Entrare nel grande tema della "Comunicazione sociale" comporta una riflessione sulle strategie di pensiero, azione e comunicazione da valorizzare al fine di cogliere e sollevare problemi socialmente rilevanti, trasformarli in buone cause e ottenere ascolto e comprensione da parte delle diverse componenti della società civile.

L'obiettivo è ambizioso e non facile da perseguire a fronte di processi culturali che hanno assecondato lo stato di crisi che stiamo vivendo sotto il profilo etico, relazionale, sociale. La cultura della diffidenza e del disimpegno ha progressivamente soppiantato la cultura inclusiva della partecipazione e della solidarietà e reso dilagante il virus dell'indifferenza.

In questo scenario di crisi è a rischio la centralità della persona e l'impegno a rispettarla in questioni di valenza sociale che ne ledono diritti e dignità. L'impoverimento della sfera comunitaria chiama in causa fatti e valori che hanno depotenziato le responsabilità tanto delle singole soggettività quanto degli agenti culturali, i quali faticano a rimuovere il disagio avvertito e valorizzare i potenziali di azione e pensiero che possono produrre un'inversione di tendenza.

Sono in molti a ritenere che per provocare una rimozione della crisi in atto, occorra investire nel bene comune, come status (condizione di tutti e

di ciascuno) e come telos (progetto di convivenza basato sul riconoscimento e sul rispetto reciproco), ovvero nei termini espressi dal Concilio Vaticano II, laddove individua nel bene comune la condizione di vita in cui i singoli e la collettività non si contrappongono e nessuno vanta pretese esclusive (Gaudium et spes, n.26).

Tuttavia per ritrovare il senso e la passione del "vivere rettamente" occorre valorizzare e divulgare gli esempi di tensione verso l'altro che costruiscono coesione e producono capitale sociale, anche nella nostra contraddittoria società.

Se il problema non è ancorato in maniera esclusiva alla realtà effettuale ma si lega anche alla rappresentazione culturale di questa, fra i soggetti investiti di nuove responsabilità si collocano gli operatori della formazione e dell'informazione. Su questi ultimi, in particolare, si riversa oggi una grande attenzione al fine del recupero e/o rafforzamento di quegli esempi di buon giornalismo, che testimoniano il giusto equilibrio tra il dover informare e la responsabilità delle scelte, non solo nel rispetto della deontologia professionale ma anche attingendo all'eticità personale che fa la differenza nello stile comunicativo.

In una società sulla quale impatta un sistema di relazione e comunicazione che influenza negativamente il modo in cui le persone pensano se stesse e gli altri, i meccanismi della fiducia si incrinano. Nel dibattito pubblico la cultura della gratuità e della solidarietà rimane in ombra, mentre rimbomba ciò che fa leva sulle paure della gente e innesca strategie di sospetto che indeboliscono la nostra democrazia. È un dibattito inquinato da sensazionalismo, fake news e hate speech, tutti fattori che sfidano la mission dei professionisti dell'informazione e impongono

valutazioni di merito e di metodo.

Come è noto, non è facile inserire nel dibattito pubblico le narrazioni dei costruttori di comunità e cercare di fare attrito su un'opinione pubblica sfuggente e bizzarra, quando l'attenzione catturata dai discorsi pubblici si ferma a dimensioni contingenti che servono a rafforzare pregiudizi o inclinazioni rispetto agli scenari politici. Non è un fatto nuovo che l'impegno per il bene comune incontri difficoltà nell'accedere alle arene pubbliche e sostenere una riflessione comune e pubblica sui fondamenti della convivenza, che possa creare opinione. Ed è questo un fenomeno che per un verso richiama la debolezza di idee e obiettivi in grado di contrastare l'indifferenza che insiste sul rapporto fra noi e gli altri, per l'altro riconduce alle contraddizioni di una società che soffre del vuoto lasciato dagli istituti intermedi. Ovvero una società cresciuta attraverso il rafforzamento congiunto dell'individualismo e dei fenomeni di massa, che oggi mostra l'esigenza di ricreare l'intermediazione fra le persone e di ritrovare spazi di confronto pubblico fra le idee.

Certo è che la promozione di un nuovo ethos e il tentativo di farlo attecchire comportano rendere visibili le strade percorribili o già percorse non solo con le campagne di comunicazione di grande respiro ma anche portando attenzione costante a ciò che avviene nei nostri territori e favorisce la conoscenza di situazioni e persone che l'immaginario collettivo rende diverse e distanti. Lo spazio elettivo per sostanziare le istanze formative e informative che vanno in questa direzione è offerto dalla comunicazione sociale, un panorama complesso e multiforme, notevolmente sfaccettato nelle sue caratteristiche e declinazioni. Pur in mancanza di una definizione univoca di cosa si intenda con



questa espressione, studiosi e operatori convergono nel sottolineare come essa trovi il suo elemento distintivo nella specificità dell'obiettivo. L'intento di qualsiasi comunicazione sociale è infatti quello di sensibilizzare l'opinione pubblica rispetto a un determinato problema o situazione e promuovere il cambiamento di atteggiamenti e comportamenti di individui e gruppi sociali verso ciò che mina il bene comune.

In tal senso la comunicazione sociale fa narrazione e contronarrazione, intercetta i problemi espressi dalla negazione del "diritto di avere diritti" e fa luce su buone pratiche, ovvero su attività di promozione e prevenzione volte alla diffusione di valori e orientamenti che tutelano la persona. Tali attività possono essere svolte da enti, istituzioni, associazioni no profit ma anche imprese private che attuano iniziative di carattere sociale non direttamente orientate al profitto. Se per un lungo periodo le modalità assunte sono state in maniera quasi esclusiva quelle della campagna sociale, oggi si rileva l'efficacia di una eterogeneità di strumenti (film educativi, convegni scientifici, eventi culturali, iniziative formative, notizie) che valorizzano il dialogo fra coloro che credono nella cultura dell'incontro e hanno la forza di testimoniare. È questa infatti l'unica cultura capace di arginare il clima di diffidenza e di paura che incrina la coesione sociale.

Per promuovere un giornalismo che sappia informare, divulgare e formare i suoi lettori, testimoniando storie alternative che fanno luce tanto sui disagi avvertiti da chi vive la vulnerabilità della malattia, quanto su esperienze di vita comunitaria, la Fondazione Alessandra Bisceglia ha istituito un Premio giornalistico per la comunicazione sociale, oggi giunto alla sua quarta edizione.

Se la comunicazione sociale è la comunicazione dei diritti umani e ha come protagonista la società civile, parla a noi tutti e abbraccia le istanze umanitarie via via emerse dall'evoluzione dei sistemi democratici, al fine di costruire una società più solidale.

In funzione di ciò, il Premio che porta il nome di

Alessandra costituisce un tassello importante del progetto che la Fondazione Viva Ale porta avanti da dieci anni, allargando sempre più i suoi orizzonti di ricerca sulle malattie rare, facendosi carico dei problemi anche psicologici di chi ne è affetto e aiutando le famiglie nel cercare una strada da percorrere.

Il Premio è rivolto a giovani giornalisti e vuole dare seguito a quell'esempio di coraggio, tenacia, profonda motivazione che Alessandra ha testimoniato nella vita, nello studio, sicuramente nella professione giornalistica. È questo un modo per rafforzare la convinzione che il giornalismo può sempre più distinguersi come vettore di innovazione culturale, capace di incidere anche sul modo di vivere la condizione generata dalla malattia e di ridurre il disagio legato alle sue ricadute sociali.

In questa prospettiva, il Premio – promosso dalla Fondazione assieme all'Università LUMSA e all'ordine dei Giornalisti, con il sostegno di importanti enti e istituti – vuole essere un invito a risvegliare in noi tutti, professionisti e lettori, l'attenzione per temi, linguaggi, parole che entrano con competenza in temi delicati, procedono in modo discreto, portano luce su problemi di persone troppo spesso lasciate fuori dai riflettori dei media.

Attraverso notizie che denunciano le difficoltà vissute, testimoniano il coraggio e raccontano la forza della solidarietà, è possibile recuperare uno sguardo diverso sulla contemporaneità e non rimanere prigionieri del senso di impotenza verso il virus dell'indifferenza.