

## UNA FINESTRA SUL SOCIALE

*a cura di Ivano Maiorella  
Direttore Responsabile Giornale Radio Sociale*

### COME SVILUPPARE L'INFORMAZIONE SOCIALE



Come sviluppare l'informazione sociale in un momento di crisi politica, economica e di valori come questo? Crisi di lavoro per il mercato editoriale, ma anche crisi di ruolo per la professione giornalistica, crisi dei media tradizionali e della intermediazione come categoria sociale e dei saperi. In sintesi: sono in crisi i corpi intermedi e i mediatori, tra cui i giornalisti, che hanno perso l'esclusiva per parlare da uno a tanti, dal momento che le nuove tecnologie consentono a chiunque una possibilità del genere. Quindi, si è determinata una polverizzazione dell'offerta editoriale. Il che ha provocato una crisi nel settore e nei suoi protagonisti, di cui l'aspetto più evidente è il crollo di vendita dei giornali, la progressiva chiusura o fusione di molte testate e una sofferenza di tutti i prodotti su carta, come riviste e libri. Pre-

carietà, pochi contratti regolari, stipendi bassi e scarsa professionalità stanno affossando gli operatori del settore.

Ma è proprio questa la situazione? La realtà è quella di una veloce trasformazione tecnologica che sta mutando consumi, mercato, gusti, esigenze. Il pubblico è sempre più frammentato: generi, età, tendenze. I professionisti dell'informazione stanno cambiando pelle e, guardando al futuro, sarebbe più corretto chiamarli professionisti della comunicazione. L'avvento e la popolarizzazione dei social network rimescola le carte e le caratteristiche. Di sicuro il giornalista sta vivendo una crisi che Carlo Verna, presidente nazionale dell'Ordine professionale, ha recentemente sintetizzato così: "Ci sono due tipologie di giornalisti disperati: da una parte ci sono coloro che non hanno più lavoro e dal-

l'altro c'è chi il lavoro ce l'ha, ma non ha più tempo per sé proprio perché assorbito dal lavoro stesso a causa della drastica riduzione del personale nelle redazioni giornalistiche".

Insomma, per il settore è necessaria una riforma profonda e un diverso atteggiamento da parte delle istituzioni, a partire da una corretta e concreta interpretazione dell'articolo 21 della Costituzione, sulla libertà di espressione e di stampa, per tutti. Allo stesso tempo la consapevolezza, da parte del mondo giornalistico, che nulla tornerà come prima. Occorre quindi sapersi mettere in discussione, trovare nuove strade, adattarsi ai cambiamenti tecnologici. Senza perdere la caratteristica che fa del giornalista un unicum a minaccia estinzione, preso tra più fuochi: la ricerca della verità, la capacità di andare in fondo nelle inchieste, di smascherare i grumi di potere malato e di criminalità, la tutela dei diritti.

In questo senso l'informazione e la comunicazione sociale possono contribuire a rilanciare il buon giornalismo e a rappresentare un mercato in crescita.

Il terzo settore è l'unico comparto economico che aumenta occupati, ed è a tutti gli effetti un "settore produttivo": vale oggi 143,4 miliardi (+6,9% rispetto al 2017), un valore equivalente all'8,3% del Pil. Si tratta di fatto di una delle industrie maggiori del Paese. Il suo volume è superiore a quello dell'industria assicurativa (139,5 miliardi di raccolta tra rami danni e vita) e del settore alimen-

tare (137 miliardi di fatturato), e vale circa una volta e mezzo quello della moda (95,7 miliardi) e tre volte e mezzo quello del mobile, con 41,5 miliardi (fonte: Rapporto 2018 sul Bilancio di welfare delle famiglie italiane curato da Mbs).

L'Istat registra oltre 336 mila (336.275) istituzioni non profit a fine 2015 (+10% rispetto al 2011), 789 mila dipendenti e 5,5 milioni di volontari (rispettivamente +15% e +16% rispetto al 2011). Quasi l'80% agisce grazie all'apporto di volontari, mentre le organizzazioni che impiegano dipendenti sono oltre 55 mila, oltre il 16% di tutte le realtà non profit. E più della metà risiedono nell'Italia settentrionale.

Le potenzialità ci sono, e allora? Come ripartire dal racconto del Paese reale, fare in modo che diventi il baricentro di storie e di inchieste da raccontare con "metodo" giornalistico anche se il mestiere del giornalista, come abbiamo detto, è in crisi e in trasformazione? La globalizzazione sta rendendo superfluo il contesto, ha reso tutti i contesti uguali, rende più difficile esercitare la critica, cercare un'etica di riferimento. Forse il globale sta azzerando l'immaginazione e la critica sociale, il giornalismo e l'inchiesta, la ricerca di fonti dirette ed esclusive, il loro incrocio e la loro verifica. Quante volte, navigando in rete, ci sembra che la realtà superi la fantasia? Ma attenzione, è soltanto un'invenzione, una trovata pubblicitaria, un'arma di dissuasione di massa. Tra intrattenimento e critica sociale che preferite?

Per questo l'informazione e la comunicazione sociale vanno immaginati come grandi serbatoi, foreste sommerse capaci di produrre innumerevoli fatti, che hanno difficoltà a diventare notizie. Il senso della sfida è proprio questo: inventare nuovi codici narrativi, tenere insieme rigore giornalistico

e attualità, fatti e nuovi criteri di notiziabilità. Servono nuovi linguaggi capaci di intercettare nuovi pubblici: un linguaggio non è solo un foglio di carta da riempire con caratteri alfabetici. È una relazione, una fotografia, un video, un'emozione. Come ci insegna il cinema.

Il metodo giornalistico da applicare a questa realtà (senza pigrizia, andando incontro al nuovo) è il metodo del racconto sociale, immergersi nel mondo che si racconta, attraversare il territorio palmo a palmo, abbandonare l'approssimazione. Un'immersione da palombari non prigionieri, che sanno che la retorica troppo insistita perde peso e consistenza. Quindi palombari autocritici più che autoreferenziali, capaci di guidare la comunicazione sociale verso l'antiretorica dello "spietatamente giornalistico".

Cercando di partire da questi presupposti, la redazione del Giornale Radio Sociale ha realizzato nel 2016 il progetto "Che lingua parli", con il Forum del Terzo settore nazionale e il sostegno della [Fondazione con il sud](#): sei corsi in collaborazione con l'Ordine dei giornalisti nazionale e i sei Odg regionali del Sud. Perché per noi giornalisti, in questa fase che stiamo attraversando, il linguaggio è uno strumento di conoscenza e di possibile cambiamento. Nella crisi dei linguaggi e delle forme di comunicazione, il racconto, il reportage, l'inchiesta e la cronaca sono oggetto di continua ricerca della verità e del rispetto dei fatti. Il linguaggio ha bisogno di adeguarsi alla rapidità e alla sintesi che richiedono i tempi, senza banalizzare, né svilire, il significato della professione giornalistica. Il linguaggio è uno strumento in continua ricerca e trasformazione, capace di dare significato ai fatti e andare oltre gli stereotipi. Il linguaggio deve essere aggiornato,

preciso e rispettoso dei cambiamenti sociali e dei diritti di chi ne è soggetto/oggetto (pensare ad esempio, a parole che vanno modificandosi quando si parla di persone con disabilità, migranti o Lgbt).

Dal prossimo mese prenderà il via il nuovo progetto di formazione e comunicazione sociale promosso dalla redazione del Giornale Radio sociale, dal titolo "Intervista col territorio". Lo schema di funzionamento è analogo al precedente progetto (con l'aggiunta di un nuovo compagno di viaggio, il Redattore Sociale). Il territorio e le persone che lo abitano sono risorse preziose per la comunicazione sociale. Fatti di vita quotidiana, piccole grandi storie di dignità e di rifiuto del conformismo, di educazione alla vita sociale e di ribellione alla marginalità. Storie che affiorano attraverso il racconto del sociale, attraverso la cittadinanza attiva, lo sport sociale, le relazioni, le attività del terzo settore. Occasioni per "abitare" il territorio e strapparli al degrado e alla solitudine. Curzio Maltese in una sua rubrica del Venerdì di Repubblica del 2017, chiude così: "ho incontrato centinaia di insegnanti ... che non fanno pettegolezzi sui propri studenti e da una cattedra scrostata o anche per strada lottano contro le mafie vere, la povertà e l'ignoranza, la violenza sulle donne e il razzismo, ma perché questi non fanno mai notizia?". Già, perché?

Il primo appuntamento sarà a Matera il 15 novembre su comunicazione sociale e cultura. Subito dopo si farà tappa a Bari, il 4 dicembre, con comunicazione sociale e sport. Con il nuovo anno si proseguirà con altri corsi in collaborazione con gli Ordini dei Giornalisti delle altre regionali del Sud e due appuntamenti finali a Roma e a Milano, con l'Odg del Lazio e quello della Lombardia. ■