

Imparare ora a comunicare per il mondo del futuro

di **Luca Rolandi**

Nella società contemporanea sta avanzando un bisogno profondo di ascolto competente da parte di persone capaci di riconoscere le proprie e le altrui potenzialità, per immaginare insieme un cambiamento di rotta sempre più necessario e utile per entrambi. Le relazioni sociali, infatti, hanno un profondo significato psicologico personale: così come il singolo influenza il mondo esterno in cui vive, l'ambiente influenza il nostro mondo interiore attraverso un profondo scambio, dove la relazione diventa un valore inestimabile. Questa competenza è indispensabile per affrontare i nuovi contesti caratterizzati da sempre maggiori sfide e insicurezze sociali.

Guardare ai media in chiave nuova e sostenibile significa due cose. In primo luogo, ispirandosi all'ecologia come scienza, vuol dire descrivere i media nel loro complesso, osservare la loro evoluzione e mettere in questione le loro conseguenze sulla vita dell'uomo. In questo senso le domande che si pongono sono: come si configura oggi l'ecosistema dei media? Quali sono le sue caratteristiche distintive rispetto ai suoi stadi precedenti? Quale ruolo i media esercitano nel plasmare le norme e le consuetudini oggi, e quali forme comunicative tendono a prevalere attraverso essi?

In secondo luogo, in un'accezione meno scientifica, ma ormai sdoganata nel linguaggio comune, significa adottare una prospettiva di cura dell'ambiente: se le conseguenze di un ecosistema vanno in una direzione minacciosa o almeno pericolosa per la vita dell'uomo, la preoccupazione ecologica si concretizza in strategie e comportamenti che possano invertire la tendenza, e salvare la vita della nostra specie. Per quanto concerne i media e la loro recente evoluzione, si tratta di chiedersi: possiamo immaginare di guidarli in una direzione più proficua, che non si limiti a seguire le impronte del progresso tecnologico o delle leggi del mercato? E per quanto concerne la comunicazione umana: possiamo salvarne la funzione originaria? Quali consapevolezze dobbiamo riattivare per giungere a questo obiettivo? E quale approccio di fondo possiamo utilizzare?

A queste domande prova a dare alcune risposte un tirocinio curriculare di formazione e pratica della comunicazione economico sociale che parte a novembre (in modalità a distanza fino a nuove disposizioni). Un corso per l'anno accademico 2020-2021 della Fondazione Carlo Donat-Cattin grazie alla convenzione con l'Università degli Studi di Torino in collaborazione con lo IUSE (Istituto Universitario di Studi Europei) e il Polo Teologico Interfacoltà di Torino. Il tirocinio allarga i contenuti su uno dei settori cruciali della comunicazione contemporanea, quello economico e sociale. Le 150 ore, che assicureranno 6 crediti formativi a studenti universitari dei corsi triennali e magistrali, forniscono elementi fondamentali attraverso la conoscenza delle pratiche dell'informazione digitale. Questa proposta formativa presenta corsi che bilanciano tutte

le modalità con le quali si determina l'attività di un professionista della comunicazione, offrendo uno sguardo globale sul tema. Una opportunità tra le molte in essere, ma che punta alla formazione dei giovani tra i 20 e 26 anni, i comunicatori del futuro molto più prossimo di quello che pensiamo.