

Stereotipi e falsità avvelenano la società

Inviato da Eva Panitteri

domenica 23 dicembre 2007

Ultimo aggiornamento domenica 23 dicembre 2007

Occorre riconoscere gli stereotipi che affliggono la nostra società e reimparare a comunicare; per informare correttamente si deve prevenire il diffondersi di messaggi disorientanti e lontani dalla realtà quotidiana.

Un esempio? La Repubblica del 13/12/2007 da notizia di un fatto avvenuto a Catania: «Un imprenditore, un commerciante e un impiegato: persone insospettabili i tre arrestati in un'operazione contro la pedopornografia via Internet. Uno dei fermati è sposato ed ha figli.». Il giorno precedente (12/12/2007) sul quotidiano Metro si leggeva la dichiarazione di Papa Benedetto XVI: «Indebolire la famiglia fondata sul matrimonio rende fragile la pace nell'intera comunità perché indebolisce la principale "agenzia" di pace». L'11 dicembre una dichiarazione di Linda Laura Sabbadini, Direttore Centrale dell'Istat, che riportava il risultato di una indagine Nazionale «In Italia il 69% degli stupri sono opera di partner, mariti, fidanzati e solo il 6% di estranei.».

Un insieme, quello che precede, che evidenzia l'abuso dello stereotipo "famiglia = bene" contro l'evidenza dei numeri.

Secondo Ilvo Diamanti, docente e ricercatore, che scrive su "La Repubblica", gli italiani sono in preda ad una sfiducia che si proietta come "eclissi del futuro", pericoloso black-out di un paese che smette di credere in sé stesso, e nelle possibilità di un futuro e di uno sviluppo. Senza cercare scuse o tentare di chiamarsene fuori, alcune risposte a questo stato delle cose si trovano tanto nelle situazioni di instabilità come il lavoro precario, quanto nella opacità dell'informazione che genera convinzioni sbagliate, come quella che il lavoro sia solo computer, scrivanie e pause caffè come ai giovani viene prospettato, o che la violenza sia fuori dalle nostre case e dalle nostre realtà.

I fatti dimostrano altro, realtà di lavoro certo più vicine a quella di stabilimenti come le acciaierie torinesi ThyssenKrupp, che a quelle che vengono propinate in tv per l'intera giornata. Sono più significativi i numeri delle morti giornaliere sul lavoro, oltre mille morti nel 2007 o gli indici di ascolto dei programmi tv? Quelli delle donne ammazzate nelle proprie case, o gli share di gradimento di programmi tutti veline e lustrini? Nonostante l'ovvietà della risposta, riaffermiamo la responsabilità, in molti campi, dell'informazione, e della macchina per la comunicazione. Cosa fare di quegli scambi -scritti e verbali- di quei pigri stereotipi fuorvianti che riducono la realtà vissuta ad affermazioni e dichiarazioni ipocrite e fuorvianti, quando non menzognere?

Se la realtà sotto i nostri occhi non è quella delle sit-com televisive, se tutti sappiamo che la vita non è un presepe, dovremmo smetterla di comunicare attraverso stereotipi, buonismi ed ipocrisie, per cominciare a "comunicare" la realtà e la vita vera a partire dai problemi principali degli italiani: di certo un buon regalo di natale che il paese Italia aspetta da tempo.