

Gli studenti più brillanti affrontano le sfide del digitale

All'Opificio Golinelli i potenziali Alfieri del Lavoro 2019

di LORENZO PEDRINI

UN MANUALE di bordo per comunicare nell'era digitale, tra opportunità un tempo impensabili, rischi in agguato e inedite responsabilità. Alcuni tra i liceali più brillanti di tre regioni italiane, ieri all'Opificio Golinelli, sono stati i destinatari di una giornata di formazione diversa dal solito, organizzata dalla sezione regionale della Federazione Nazionale Cavalieri del Lavoro a beneficio dei giovani studenti emiliano-romagnoli, liguri e toscani segnalati per il Premio Alfieri del Lavoro 2019. Al centro del dibattito, sotto gli occhi attenti di chi potrebbe figurare, a fine anno, tra i 25 meritevoli che saranno premiati al Quirinale, le tematiche attuali e complesse dell'etica e delle estetiche digitali, sezionate con competenza dagli esperti del ramo.

A FARE DA ANFITRIONE è stato il padrone di casa Marino Golinelli, che, da imprenditore prima e filantropo poi, ha parlato di quanto «fare sia importante» e di come «comunicare in modo etico lo sia altrettanto, perché lo studio e il lavoro di domani siano migliori di quelli di oggi, a beneficio dei giovani e dello sviluppo del Paese». In una parola, per quel futuro che, secondo il presidente del Gruppo Emiliano Romagnolo della Federazione, Lorenzo Sassoli de Bianchi, «ci chiama a essere ogni giorno più responsabili, davanti a un linguaggio

che perde di rilevanza e a parole usate per nascondere più che per rivelare». E a mancare in quest'epoca, per di più, nelle considerazioni del presidente del Gruppo Toscano Piero Neri, «sono le regole, i codici deontologici e la definizione chiara di violazioni e sanzioni, con la facilità di innescare bombardamenti di false notizie che la situazione comporta».

Questo soprattutto a causa dell'accelerazione dell'evoluzione tecnica e mentale della specie, che ha impiegato millenni per giungere dall'oralità alla parola scritta e poi alla stampa e solo pochi anni per condensare tutto in uno smartphone. Da questa considerazione, evidente ma a volte trascurata, è partita la breve lezione del presidente della Fondazione Pubblicità Progresso Alberto Contri, per il quale «il punto sta nel rapporto tra la moltiplicazione repentina dei canali di comunicazione e il tempo, lo stesso di prima, che gli umani hanno a disposizione».

Attraverso una carrellata di esempi di spot pubblicitari che coniugato al meglio business e messaggi di valenza sociale, gli studenti hanno potuto scoprire come già esistano oasi di buona comunicazione, frutto di quello che Sebastiano Maffettone, ordinario di Filosofia politica della Luiss, ha definito «un matrimonio ben riuscito». Per un'etica sana della comunicazione, è infatti «necessario che cultura digitale e cultura d'impresa trovino presto una sintesi equilibrata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





DIBATTITO Lorenzo Sassoli de Bianchi e Marino Golinelli all'Opificio



INCONTRO L'Opificio Golinelli gremito per gli interventi degli esperti sull'era digitale

