

## «Parole Ostili», le parole che scelgo raccontano la persona che sono (e combattono ogni virus)

LINK: [https://www.corriere.it/tecnologia/20\\_aprile\\_27/parole-ostili-parole-che-scelgo-raccontano-persona-che-sono-combattono-ogni-virus-32938a92-8...](https://www.corriere.it/tecnologia/20_aprile_27/parole-ostili-parole-che-scelgo-raccontano-persona-che-sono-combattono-ogni-virus-32938a92-8...)



Si è ciò che si comunica. È questo il filo rosso della quarta edizione di **Parole O\_stili**, quest'anno in forma digitale a causa del coronavirus. Appuntamento l'8 e il 9 maggio con l'evento - nato nel 2017 a Trieste - che porterà online dieci momenti di approfondimento legati a parole chiave come responsabilità, cura e inclusione. Al centro della kermesse ci saranno, quindi, la scuola e l'atteso ritorno tra i banchi; le difficoltà comunicative dei politici con i propri cittadini durante la pandemia; il ruolo delle community nate attorno all'hashtag #iorestoacasa, e anche le scelte comunicative di Papa Francesco. L'idea è quella di ripartire proprio dal web per leggere e analizzare queste nuove pagine di storia, insieme a tanti ospiti: dalla ministra dell'Istruzione Lucia Azzolina ad Alex Zanardi, da don Luigi Ciotti a Malika Ayane, da Alessandro Baricco a Federico Ferrazza. «In

questa edizione 2020 vogliamo celebrare una Rete che ha accompagnato e continua ad accompagnare le fatiche e le paure di questo momento, e che ha dato prova, grazie alla responsabilità e alla cura di chi la abita, di saper fare la differenza», spiega **Rosy Russo**, fondatrice di «**Parole O\_Stili**». Una narrazione diversa In una situazione «così incomprensibile, così enorme e inaspettata ci stiamo accorgendo che virtuale è reale. Scorrendo post e leggendo chat, le fatiche reali trovano spazio in una dimensione virtuale», racconta Russo al Corriere della Sera. «Ci manca la libertà, ma non quella di parola; così gli insulti sono il modo più facile per dire che non ce la facciamo più... Come uscirne? Oggi sembra ancora più valida la regola del silenzio (che ben comunica): consapevoli che sfogare rabbia e frustrazione sui social non ci rende persone migliori e

soprattutto non ci fa stare meglio. **Parole O\_stili** si è adattata al cambiamento». Non più Trieste quindi, ma online. Per raggiungere ancora più persone. «Sarà sempre il nostro stile ma diversa la narrazione; non ci sarà il racconto di un anno ma l'esperienza - enorme e incomprensibile - di due mesi di emergenza coronavirus. Non avremo le risposte ai problemi, ma proveremo a delineare orizzonti entro cui cercarle. Saremo persone alla ricerca di un confine reale tra la rete e le nostre vite», conclude. Incertezza e sfiducia In questi ultimi due mesi - segnati dall'emergenza Covid-19 - la tecnologia ha sicuramente svolto un ruolo importante tanto che, da rilevazioni SWG, il 17% degli intervistati ha dichiarato di aver migliorato le proprie abilità nel comunicare con altre persone (68%), nel fare acquisti on line (38%) e nel lavorare (33%), anche se l'Italia prende appena la

sufficienza nella dotazione tecnologica globale. Banda larga più diffusa (65%), maggiori servizi on line per operazioni bancarie, postali, ospedaliere (30%) e più famiglie dotate di computer (23%) sono le principali richieste degli italiani. Che, è importante sottolineare, per i 47 per cento dichiarano di vivere emozioni di incertezza e solo per il 36 per cento immaginano un «futuro» migliore alla fine del lockdown. Il ruolo delle fake news Cosa è cambiato? Lo scorso anno la paura di trovarsi di fronte a fake news era in crescita del 13%, mentre oggi secondo l'83% degli intervistati il web e i media hanno contribuito a diffondere notizie false e contraddittorie sul coronavirus, aumentando, per il 92% delle persone, la diffusione del panico. Inoltre, il 91% ha affermato che esiste un vero problema di violenza verbale nella politica e che le fake news derivanti dalla politica confondo un cittadino su tre, tanto ormai essere considerate la normalità della comunicazione tra partiti nell'83% dei casi. Leggi anche