



Diffondere il bene

«L'immaginazione è più importante della conoscenza». (A. Einstein)

Nell'ultima puntata di questa rubrica (*Città Nuova* n. 17) abbiamo visto perché ogni sistema umano necessiti di un modello di riferimento, di una *religio* per influenzare e muovere i comportamenti di grandi masse di popolazione verso obiettivi pre-definiti. L'obiettivo della crescita economica ad ogni costo, agognata dalla Borsa e dalla società neoliberista, si può ottenere proponen-

Attraverso ogni media per una svolta culturale

do una *religio* acritica; i "sacerdoti" più efficaci per diffondere questa *religio* sono i grandi comunicatori dei media, ormai diffusi capillarmente su tutto il globo.

Questa *religio*-per-l'economia, anziché per l'esere umano, sta causando una progressiva e paradossale infelicità anche e soprattutto nei Paesi dove

il reddito pro-capite è più elevato. La causa di questa infelicità diffusa è il disorientamento provocato dalla perdita di solidi riferimenti sociali – uomo-donna, educatore-alunno, Bene-Male, genitore-figlio – che non sono stati sostituiti, ma soltanto messi in discussione. Infatti, per diffondere un crescente benessere economico

ad una parte del pianeta, questa *religio* consumista necessita di una condizione essenziale: che l'"altra parte" – quella più debole economicamente o militarmente – consenta (con le buone) o subisca (con le cattive) lo sfruttamento delle proprie risorse materiali e umane.

Come è possibile trasmettere una svolta culturale, trasmettendo una *religio* tesa al Bene Comune, anziché al Benissimo di pochi? Soltanto in un modo, a mio avviso: diffondendo attraverso i media, in particolare i social media, i film, le iniziative, le comunicazioni coerenti con la nostra *religio*. Nell'aprile del 2010, Felix Kjellberg, un giovane svedese di 21 anni, aprì un proprio canale su YouTube, dal quale commentava i videogiochi più popolari con lo pseudonimo di "Pewdiepie" (dal nome di un noto videogioco svedese). Nel 2013 Pewdiepie divenne il canale più sottoscritto su YouTube, con 19 milioni di abbonati e 1,3 miliardi di visualizzazioni video. Le iniziative come Slot Mob sono fiammelle che potranno trasformarsi in un incendio benefico quando il comunicatore che si nasconde in ciascuno di noi, navigando nel web, saprà diffonderle al proprio pubblico. Italia, popolo di santi, poeti e (sempre più) navigatori...

cardarelli.raffaele@gmail.com