

Una critica alla "tv del dolore" nel nuovo saggio del sociologo Fabio Ferrucci

Comunicazione

di Pasquale Rotunno

Prima di materializzarsi in barriere architettoniche o digitali, "i confini che decretano

I diritti delle persone disabili vengono gradualmente riconosciuti. Le norme legislative dovrebbero favorire sempre più la fruizione dei servizi sociali, l'integrazione scolastica e lavorativa, l'accesso alle nuove tecnologie. Eppure accade ancora che persone disabili siano invitate ad allontanarsi da alberghi e ristoranti per non turbare i sentimenti estetici degli altri clienti. A "disturbare" sembra essere la presenza stessa del disabile. Il sociologo Fabio Ferrucci, presidente del corso di laurea in scienze della comunicazione all'Università del Molise, sostiene che la disabilità va analizzata e compresa come "relazione sociale". "È infatti solo nelle relazioni sociali che si generano nuove forme di adattamento, nuove pratiche, nuove routine che ricreano una realtà di vita quotidiana 'ordinata' perché dotata di senso", argomenta Ferrucci nel saggio "La disabilità come relazione sociale. Gli approcci sociologici tra natura e cultura" (edito da Rubbettino).

Prima di materializzarsi in barriere architettoniche o digitali, "i confini che decretano l'inclusione o l'esclusione delle persone disabili sono iscritti nelle relazioni sociali". Ma occorre anche considerare una dimensione della socialità talvolta trascurata. Vale a dire "il riferimento agli orientamenti

valoriali e all'intenzionalità dei soggetti agenti coinvolti nella relazione". La condizione di svantaggio sociale - rimarca Ferrucci -

bilità potrebbe favorire la scomparsa di comportamenti sociali basati su stereotipi che associano alla disabilità significati negativi.

confronti di un possibile inserimento lavorativo. In passato il lavoro era una prospettiva inesistente o remota. Ora è una prospettiva praticabile per un numero crescente di persone disabili. Ma il loro inserimento può essere ostacolato dalla presenza di

codici simbolici che rappresentano la disabilità come uno status dominante al di là delle effettive capacità delle persone. Simili atteggiamenti vanificano spesso gli incentivi previsti per i datori di lavoro. I quali preferiscono talvolta evitare o eludere gli obblighi di assunzione. Le politiche di inserimento lavorativo per essere efficaci non devono ignorare il sistema di relazioni delle persone disabili. Puntare tutto sul codice simbolico del diritto

(obbligo di assunzione) e del denaro (incentivi economici) favorisce una visione della disabilità in termini assistenzialistici. Le relazioni con i disabili sono in tal modo sottoposte a vincoli monetari: "comportano una sorta di costo sociale del quale chi se ne fa carico deve essere risarcito".

Riconoscere le capacità della persona disabile significa invece concepire la disabilità come risorsa. Ciò consente di attuare forme di scambio con l'ambiente produttivo "da regolare in base alla norma della reciprocità".

"non è determinata né dalla menomazione in sé, né dalle strutture sociali". Lo svantaggio "è piuttosto un effetto emergente dal relazionarsi delle sue varie componenti che includono anche gli aspetti motivazionali e simbolici". Un numero crescente di persone disabili conseguono obiettivi che la società non riteneva alla loro portata. Ciò dimostra che non erano i limiti funzionali a impedire loro di raggiungere certi risultati. Quanto gli stereotipi presenti nel senso comune. La trasformazione delle rappresentazioni sociali della disa-

Differenti livelli di funzionamento dell'organismo comportano, certo, differenti mete perseguibili dalle persone disabili. E diverse culture della disabilità. L'efficacia dei processi di integrazione scolastica ha accresciuto, ad esempio, il numero di persone disabili che conseguono un titolo di studio. Modificandone le aspettative nei



L'Universo

CULTURA

Una più precisa consapevolezza della disabilità è la necessaria premessa nel cammino verso l'integrazione

sociale e disabilità

"l'inclusione o l'esclusione delle persone disabili sono iscritti nelle relazioni sociali"

Ferrucci, impegnato in un progetto europeo di sviluppo di metodologie innovative per l'inserimento delle persone disabili, giudica cruciale il modo con cui il fenomeno della disabilità è rappresentato.

Quale ruolo giocano i mass media nella rappresentazione sociale delle persone definite un tempo "handicappate"? Il Segretariato sociale della Rai, diretto da Carlo Romeo, ha varato un Codice etico-linguistico per favorire una corretta comunicazione in quest'ambito. Non bastano, infatti, risposte di tipo tecnologico (sottotitoli, commento radio di programmi televisivi, televideo, finestre in lingua dei segni). I linguaggi - avverte Carlo Romeo - "sono fondamentali e determinanti, per quanto concerne la natura della comunicazione sociale". E' un luogo comune, purtroppo diffuso tra i cosiddetti "creativi televisivi", che la comunicazione sociale sia di per sé noiosa e priva di "appeal" mediatico. E' vero invece, aggiunge Romeo, che tematiche e linguaggi della comunicazione sociale "risultano inadeguatamente affrontati mentre richiedono piuttosto grande professionalità, sensibilità, metodo e una forte intelligenza creativa". Accade troppo spesso che "sociale" sia sinonimo di dilettantismo o superficialità, "confondendo volontarismi e volontariati". Gli spot realizzati dalla Rai sulla disabilità, affidati a Giorgio Albertazzi, riportavano una frase di Marguerite Yourcenar. La scrittrice fa dire all'imperatore Adriano: "l'errore più grande che si possa fare è cercare negli altri quello che non si possono dare, devi identificare e valorizzare quello che invece loro

hanno". Le immagini erano di Giorgio Albertazzi a Villa Adriana. Era un modo diverso per raccontare l'handicap, lontano da quello

zione sociale sono necessari nuovi linguaggi, nuove professionalità, nuovi soggetti. Non possono essere considerati programmi di servizio

della tv, oggi occorre inoltre utilizzare tutti i canali mediatici di cui un servizio pubblico può disporre.

Televisioni, radio, giornali continuano a proporre un'immagine stereotipata della condizione di disabilità. Le rappresentazioni mediatiche - rileva Ferrucci - diventano esse stesse una sorgente di disabilitazione. Contribuiscono a produrla e a rafforzarla negli stessi disabili; e in coloro che entrano in relazione con essi. Ricerche internazionali mostrano che i disabili sono sottorappresentati nei programmi televisivi, in particolare nei programmi di fiction. Le situazioni in cui sono coinvolti riguardano cure e trattamenti medici. Spesso i disabili sono rappresentati come criminali o come soggetti patetici. Non sono assunti come membri a tutti gli effetti della società; ma utilizzati per evocare emozioni di paura o pietà; oppure atmosfere di minaccia e mistero. Anche la stampa d'informazione non si distacca da questo modello. Prevalgono temi come la salute, la raccolta di fondi e le storie commoventi. Recentemente si registra una maggiore attenzione all'uso di una terminologia appropriata, meno stigmatizzante. Va emergendo anche il tema dell'educazione. La pubblicità commerciale è invece il settore in cui le resistenze sono maggiori. Ad eccezione delle campagne di comunicazione sociale a favore dell'integrazione o quelle che supportano l'industria della carità, nelle pubblicità commerciali - osserva Ferrucci - "la condizione del disabile appare mal conciliarsi con la promessa di felicità attraverso il consumo". Solo da

poco alcune pubblicità presentano disabili inseriti in contesti sereni e nello svolgimento di normali attività.

La stagione della "tv del dolore" e della "tv-verità" ha esasperato la ricerca dell'effetto a tutti i costi ed esaltato gli aspetti più morbosi e drammatici. Nelle fiction di produzione italiana, anche le persone disabili assurgono al ruolo di protagonisti o co-protagonisti; sebbene all'interno di storie tristi e lacrimevoli di "vittime innocenti", cioè di "gente comune" su cui si abbattano ingiustizie, malattie, violenze fisiche e simboliche di ogni tipo. Con una particolare predilezione per l'infanzia infelice e maltrattata. Non mancano gli approfondimenti giornalistici, in particolare sulle reti Rai. Lo stile è quello del giornalismo d'inchiesta e di denuncia, impegnato nella difesa e nella promozione dei diritti dei cittadini più deboli. Ci sono poi programmi di "documentazione", volti a fornire informazioni e conoscenze sulla legislazione, le politiche sociali, le innovazioni tecnologiche, utilizzabili per aumentare l'autonomia e l'effettivo esercizio dei diritti.

Nel complesso, "si assiste a una presenza sempre più diffusa della disabilità come tema narrativo e di trattazione giornalistica". L'impegno della Rai è notevole, "anche se talora discontinuo e non sempre qualitativamente adeguato". Prevale la tendenza a rappresentare più il "tema" della disabilità che i "soggetti", cioè le persone con le loro concrete esperienze ed esigenze. Quando viene data la parola ai disabili, permangono ambivalenze e inadeguatezze culturali. Sopravvivono rappresentazioni stereotipate. Ad esempio le notizie sui disabili che riescono a compiere imprese "eccezionali". Ferrucci intravede, comunque, "progressi significativi nel superamento di incertezze e imbarazzi terminologici, nella crescita dell'informazione di servizio e sulle opportunità". Come pure nella "capacità di assumere il ruolo del disabile", nei programmi che ne documentano la vita quotidiana e le difficoltà. Una più precisa consapevolezza della disabilità è la necessaria premessa nel cammino verso l'integrazione.



pietistico solitamente usato per descrivere l'handicap. Il linguaggio scelto - spiega il direttore del Segretariato sociale Rai - tendeva "più correttamente all'integrazione che alla tolleranza delle diversità". In conformità con quanto previsto dal contratto di servizio tra Ministero delle comunicazioni e Rai.

Nell'ambito della comunica-

pubblico - nota Romeo - "programmi che, pur corretti nei contenuti, però non raggiungano ascolti competitivi". Per collocazione errata nei palinsesti che li rendono programmi di nicchia pressoché clandestini; oppure perché affidati a linguaggi e professionalità non adeguati, che compromettano eventuali anche buone collocazioni in palinsesto. Esaurita la centralità

blicità commerciale è invece il settore in cui le resistenze sono maggiori. Ad eccezione delle campagne di comunicazione sociale a favore dell'integrazione o quelle che supportano l'industria della carità, nelle pubblicità commerciali - osserva Ferrucci - "la condizione del disabile appare mal conciliarsi con la promessa di felicità attraverso il consumo". Solo da