

Manutentori del saper fare

Nuove professionalità dovranno andare a scuola di verità

Nell'affrontare il nuovo mondo che verrà, i due concetti che stanno emergendo con forza corrispondono ai valori di educazione e integrità. In entrambe queste dimensioni emerge una necessità: la manutenzione del sapere e della sua autenticità. Le nuove professionalità legate alla parola, all'informazione, alla comunicazione, dovranno andare a scuola di verità: come suggeriscono il *New York Times* e l'Agenzia Reuters con le due campagne By (l'importanza della firma) e The Source (l'importanza della fonte). Avremo bisogno di giovani giornalisti, comunicatori, creativi con una capacità di racconto fondato sulla veridicità e non sulla verosimiglianza. Bisognerà comprendere che **si verrà giudicati sulla base della propria capacità di "raccontare i fatti" e di "dare la parola", più che di stupire o provocare.** Avendo compreso i limiti della nostra fragilità, desideriamo rigenerarci rieducando noi stessi, i nostri figli, i nostri cari ai valori della

veridicità, orientando le nostre attese alla trasparenza e all'integrità psichica e morale. Una nuova attitudine: **ricaricare la mente con nuove energie e prospettive**, ridefinendo il *Senso della vita*, come suggerisce Vito Mancuso nel suo ultimo libro. Sarà il tempo di chi coltiva nuovi percorsi esistenziali, progetta nuovi protocolli collaborativi, cura se stesso e gli altri nella direzione di una nuova educazione all'integrità personale e collettiva. In questo senso vediamo affermarsi gli UltraWitness, SuperTestimoni che contribuiscono a battaglie civili su valori condivisi da milioni di persone "normali" che sposano gli stessi valori. Neanche la credibilità sarà più sufficiente, poiché si è ridotto il divario tra immagine percepita, che fino a oggi era sufficiente per convincere il mercato, e sostanza verificata in virtù di consumatori sempre più attrezzati e diffidenti che in futuro saranno ancora più capaci di approfondire e operare controlli. Le aziende e le agenzie dovranno così attrezzarsi per **dimostrare l'autenticità delle**

proprie affermazioni, mettendo in campo nuove tecniche e strumenti di verifica, aperti al controllo diretto dei consumatori e dell'opinione pubblica. Un nuovo mestiere? Manutentori della verità che sappiano raccontarla in modo attrattivo: non più storyteller ma *storydoer*.



©Massimo Sestini (3)



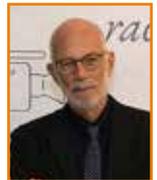
IL CASO

L'Italia a Expo Dubai 2020: la bellezza unisce le persone

L'Italia si presenta a Expo Dubai 2020 con il claim "La bellezza unisce le persone", che dall'1 ottobre 2021 è al centro del percorso espositivo del Padiglione Italia.

Le bellezze del territorio e dell'arte delle 15 Regioni partecipanti all'Expo di Dubai (il più alto numero che l'Italia abbia mai portato a un'Esposizione universale all'estero) e le eccellenze del saper fare degli artigiani e delle aziende manifatturiere

che il mondo identifica con il Made in Italy, vengono celebrate dal regista Gabriele Salvatore con un progetto nato da un'idea del direttore artistico del Padiglione Italia Davide Rampello: vengono raccontate con dovizia di particolari e in modo dettagliato quelle tante attività manuali che hanno reso l'Italia il regno del saper fare eccellente.



©italyexpo2020



*** IL NOSTRO ESPERTO.**
UN GRANDE SOCIOLOGO FIRMA MILLIONAIRE Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab, è docente alla Domus Academy, al Politecnico di Milano. I suoi ultimi libri si intitolano *Il bello del mondo*, *Un futuro + umano* e *La rinascita dell'Italia* (Egea). È l'ideatore del Festival della Crescita, un tour in 10 città sulla crescita felice. INFO: www.futureconceptlab.com