

"Social Exclusion": a Bologna una campagna sull'esclusione sociale

A partire dallo scorso ottobre cinque tavoli di confronto hanno affrontato il tema dell'esclusione sociale da diversi punti di vista (economia, comunicazione, linguaggio dei giovani, costruzione di reti e buone pratiche di inclusione), con l'obiettivo di definire insieme i contenuti della campagna ed esprimere idee da integrare nel piano di comunicazione sociale.

Il dibattito creatosi tra le associazioni, i gruppi informali e le istituzioni che hanno preso parte agli incontri, ha stimolato la creatività di un gruppo di laureandi in Scienze della comunicazione che avevano il compito di realizzare spot e manifesti. Alcuni studenti dell'ateneo bolognese, infatti, hanno seguito il progetto fin dal suo inizio e hanno poi concretizzato le idee condivise che sono emerse in tre prodotti comunicativi (manifesti, spot radio e spot video). La presentazione ufficiale della campagna pubblicitaria è avvenuta il 30 gennaio 2006 allo Stabat Mater ed ora ha preso avvio la sua distribuzione capillare nell'area metropolitana di Bologna.

"Social Exclusion" propone di riflettere su temi spinosi come quelli dell'emarginazione, della povertà e dell'integrazione senza proporre soluzioni pronte per l'uso. Piuttosto, invita con ironia a cambiare il modo di porsi davanti a questi problemi e individua in questo il punto di partenza per una società che vada verso l'inclusione, che deve dunque aprirsi alle diversità, cercare il confronto e il dialogo, promuovere azioni solidali, perché alimentare la tensione e lo scontro, non occuparsi delle diverse questioni sociali porta al loro aggravarsi e alla lunga causa altissimi costi sociali (oltre che economici) che riguardano tutti.