

COMUNICATO STAMPA

“OLTRE LA CRISI: COMUNICARE LA SPERANZA”

Giornata di studi nell’ambito della Settimana delle comunicazioni sociali

**Università degli Studi Roma Tre, Sala del Rettorato, via Ostiense 159, Roma,
giovedì 9 maggio. Ore 10.00-13.00**

La parola “speranza” è una delle più ricorrenti nei discorsi di **Papa Francesco**. E proprio per riflettere sul tema “**Oltre la crisi: comunicare la speranza**” si riuniscono presso il Rettorato dell’Università degli Studi Roma Tre il 9 maggio alle ore 10.00 docenti di sociologia, di linguistica, di psicologia e di altre discipline di scienze della comunicazione per andare oltre l’analisi meramente economica delle difficoltà attuali. La giornata di studi, coordinata da **Gianpiero Gamaleri**, professore ordinario di sociologia della comunicazione, si svolge nell’ambito della Settimana delle comunicazioni sociali promossa dal Vicariato di Roma ed è introdotta dai vescovi **Claudio Maria Celli**, presidente del Pontificio Collegio per le comunicazioni sociali e **Lorenzo Leuzzi**, direttore dell’Ufficio per la pastorale universitaria.

Come utile base di discussione dell’incontro viene presentata la **Ricerca condotta da Roberto Baldassari dell’Istituto Piepoli**. Attraverso un sondaggio campionario essa rileva che il 93 per cento dei cittadini di ogni età, condizione sociale e appartenenza territoriale esprime l’esplicita domanda che le istituzioni sappiano alimentare la speranza. Nel contempo rileva che in un solo anno la speranza dei cittadini in un futuro migliore si è abbassata del 40 per cento. Mentre l’86 per cento giudica la comunicazione come una chiave strategica per la ripresa dalla crisi, l’89 per cento auspica una pubblica amministrazione più trasparente nel presentare i suoi servizi ai cittadini. In sintesi c’è una fortissima domanda di comunicazione della speranza, che si traduca però in annunci cui facciano seguito provvedimenti concreti. Le **parole chiave** per alimentare un’ autentica comunicazione della speranza risultano, in ordine: **lavoro (48%), innovazione (27%), tecnologia (20%), investimenti (14%)**.