

## **Living in Emergency: Riflessioni e(ste)tiche sulle immagini umanitarie**

Dalla crisi del Biafra in poi le immagini hanno giocato un ruolo chiave nella sensibilizzazione dell'opinione pubblica alle disgrazie altrui. La fotografia e il video, amplificati dai mass media e dai mezzi di comunicazione digitali hanno contribuito molto alla creazione di una coscienza dei diritti umani, favorendo l'empatia e la solidarietà tra lo spettatore e la vittima. E' d'altronde impossibile immaginare Amnesty International o Medici Senza Frontiere nell'era pre-fotografica. Ed è impossibile comprendere la crescita della cooperazione internazionale e dell'aiuto umanitario se non si tiene conto della *narrativa umanitaria*, ovvero della rappresentazione visuale delle sofferenze sopportate da coloro sui quali i membri delle organizzazioni umanitarie cercano di attirare l'attenzione del pubblico.

Le membra stecchite e lo sguardo vuoto dei bambini africani, i corpi dilaniati delle vittime dello tsunami in Asia, il grido di dolore e la disperazione tra le macerie del terremoto di Haiti: immagini ed emozioni di cui spesso si abusa, che mirano a scuotere le coscienze (e il portafoglio) degli spettatori occidentali.

Una rappresentazione che ci fornisce un'immagine del continente africano come un continente "nero" e indifferenziato, un immenso villaggio dove esistono solo povertà e genocidi, una sorta di succursale dell'inferno. Un immaginario che alimenta una comprensione distorta dell'altro: non una persona in un paese, ma *una vittima in un non luogo*. Al punto che le stesse persone provenienti dai paesi poveri hanno interiorizzato questa idea, finendo per mettere in atto comportamenti da vittima anche quando hanno la fortuna di raggiungere i nostri paesi.

Si tratta di scelte strategiche efficaci dal punto di vista mediatico, perchè hanno presa sull'opinione pubblica: le emozioni pagano, perché la rappresentazione mediatica dell'umanitario offre la possibilità di coltivare il proprio sé commuovendosi della propria pietà dinanzi allo spettacolo della sofferenza altrui.

Ma quali sono gli effetti a lungo termine di queste strategie mediatiche? Il beneficio di redditività a breve termine, oltre a non far riflettere sulle cause che hanno portato l'attuale disparità tra lo "spettatore" e l'"infelice", non finisce per aumentare la distanza tra "noi" e "loro"? Perchè non andare oltre questo magma indistinto di stereotipi e pregiudizi?

Pierluigi Musarò, Ricercatore, Dipartimento di Sociologia, Università di Bologna, Italia.

Tel: 0039 348 7438202 / 051 2092882. Mail: pierluigi.musaro@unibo.it