

# OPINION LEADER 4 FUTURE

## NEWSLETTER DELL'INFORMAZIONE CONSAPEVOLE

contenuti a cura di ALMED, Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica di Milano

### COS'È OPINION LEADER 4 FUTURE? PERCHÈ UNA NEWSLETTER?

Il progetto Opinion Leader 4 Future è nato come una collaborazione tra le Media Relation del Gruppo Credem e l'Università Cattolica (Almed) con il fine di esaminare le dinamiche di **costruzione dell'opinione** che si sviluppano all'interno del **contesto sociale**, ricostruendo i diversi modelli di diffusione dell'informazione, di costruzione della reputazione e di attivazione della fiducia.

[Leggi di più](#) →

### I NUMERI DEL PROGETTO

-  10 filoni di ricerca
-  5000 intervistati
-  20 tesi
-  45 esperti coinvolti
-  100 milioni di persone raggiunte
-  15 workshop

**SEGUICI O CONTATTACI**



### FAMILY DECISION MAKING: INFORMARSI PER DECIDERE

A partire dalla ricerca A Matter of Trust condotta nell'ambito del progetto Opinion Leader 4 Future dal nostro team di ricerca su un campione di 450 soggetti tra i 25 e i 75 anni abbiamo indagato come le famiglie si orientano all'interno dell'attuale scenario informativo al fine di prendere decisioni rispetto a diversi campi di azione: economico, educativo, sanitario e culturale. Un primo dato che risulta evidente è la perdita di fiducia nelle istituzioni, elemento che comporta la ricerca di punti di riferimento alternativi.

[Leggi di più](#) →

### Educazione e coscienza informativa: una risorsa per il futuro

Sempre più spesso risulta evidente l'importanza già in età giovanile di venire a contatto e di apprendere all'interno del proprio nucleo familiare e dei propri network di vicinanza stili informativi corretti, funzionali ed etici, sia per comprendere i grandi fatti di cronaca (es. Covid e guerra Ucraina), sia rispetto all'orientamento verso le piccole scelte quotidiane.

[Leggi l'approfondimento di Sara Sampietro](#) →



**Sara Sampietro**

Coordinatore del progetto Opinion Leader 4 Future, Università Cattolica del Sacro Cuore



**Chiara Giaccardi**

Professore ordinario in Sociologia e Antropologia dei Media, Università Cattolica del Sacro Cuore

### Supersocietà: dove ci condurranno sostenibilità e digitalizzazione?

Dove ci condurranno sostenibilità e digitalizzazione, i due grandi protagonisti della nostra quotidianità? A questa domanda risponde l'ultima pubblicazione di Chiara Giaccardi e Mauro Magatti, "Supersocietà. Ha ancora senso scommettere sulla libertà?".

[Ascolta la presentazione di Chiara Giaccardi](#) →



## ALPHA DOCET

### La sostenibilità raccontata dai bambini

Daniela Fujani e Tecla Maffioli, *Tips Ricerche*

La sostenibilità rappresenta un tema fondamentale per i giovani e in particolare per i più piccoli, la cosiddetta generazione alpha, che associano ad essa un'idea di cura e rispetto del proprio pianeta.

Daniela Fujani e Tecla Maffioli, ricercatrici dell'Istituto Tips Ricerche, intervistando un campione di bambini hanno scoperto che l'87% dei membri di questa generazione pensa che il nostro pianeta si trovi in uno stato di salute emergenziale, mentre il 47% di loro ritiene che i comportamenti messi in atto fino ad ora dagli adulti si siano rivelati profondamente deludenti. Emerge anche una particolare vocazione dei più piccoli all'azione: il 78% dei bambini racconta di essere la fonte e la spinta verso un cambiamento virtuoso e sostenibile all'interno delle propria famiglia. La pandemia, inoltre, ha contribuito a sviluppare nei più piccoli un senso critico, che li spinge a riflettere su ciò che succede intorno a loro e a scegliere come fonti di informazione principali gli activers, personaggi capaci di supportare il cambiamento e motivare all'azione.

[Guarda il video](#) →

## COMUNICAZIONE, FAMIGLIA E SALUTE: LE SFIDE DEL CONTESTO MEDIALE CONTEMPORANEO

Come è stato ampiamente dimostrato, la diminuzione di nascite è legata alla fragilità delle politiche a sostegno e tutela della maternità e della paternità, alla non piena efficacia delle azioni volte a rendere sostenibile e a migliorare la conciliazione lavoro/famiglia, e alla perdurante mancanza di servizi per la prima infanzia, ma anche a un esiguo congedo parentale paterno obbligatorio (attualmente in Italia sono 10 giorni a cui si aggiunge 1 giorno facoltativo). Questa congiuntura è aggravata da un immaginario mediale che tende a raccontare la maternità e la paternità in modo parziale e polarizzato: fra idealizzazione, che genera senso di frustrazione e inadeguatezza, e drammatizzazione, che carica maternità e paternità (a partire dal momento della gestazione e della nascita) di ansia.

A partire dall'intervento dei ricercatori Almed, durante gli Stati Generali della Natalità che si sono svolti a Roma il 12-13 maggio, la ricercatrice Elisabetta Locatelli racconta i nuovi scenari della comunicazione sulla salute, ed in particolare sul tema della natalità.



**Elisabetta Locatelli**

Docente e ricercatrice dell'Università Cattolica e coordinatrice didattica del Master in Digital Communications Specialist

[Ascolta l'intervento di  
Elisabetta Locatelli](#) →

[Scarica la  
presentazione  
dell'intervento](#) →

Per la redazione di questo numero si ringrazia in ordine alfabetico:

Federica Basilio, Alberto Paolo Bechis, Maria Francesca Cortese, Melissa Dello Monaco, Alvaro Diez Valle, Chiara Giaccardi, Lucio Dionisi, Giorgia Lacerenza, Elisabetta Locatelli, Laura Polenghi, Andrea Setti, Tips Ricerche, 2b Research, Bilendi