



L'E-BOOK  
SUL LINGUAGGIO  
DEI MEDIA SI POTRÀ  
SCARICARE  
DA LUNEDÌ SUI SITI  
DEL DIPARTIMENTO  
DI COMUNICAZIONE  
DELLA SAPIENZA  
E DELLA FONDAZIONE  
DI VITTORIO

## LE CRISI VISTE DAI MEDIA: IL RACCONTO È DA PAURA

di **Marco Bracconi**

Dall'uso di parole come **terremoto** e **tsunami** alle metafore militari.

Un e-book analizza la comunicazione e gli effetti sui comportamenti sociali

**C**ome ti racconto la crisi. State attenti, però. Non è il solito rimbrotto sugli intenti manipolatori dei media, magari a sostegno di una tesi o l'altra. Ma non è meno inquietante. C'è una ricerca, da oggi su internet, che ci mostra quanto sia immenso il potere dei media. Soprattutto, ci fa vedere quanto questo potere sia sottile e indiretto. *Ce lo chiede l'Europa?* è un e-book (Edizioni Ediesse pp.117: prefazione di Mario Morcellini; introduzione Fulvio Fammoni) che da lunedì prossimo si può scaricare gratuitamente sui siti della Fondazione Di Vittorio e del dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale della Sapienza di Roma.

Sono centodieci pagine appena, ma frutto di un lavoro complesso che ha incrociato i dati statistici relativi al discorso dei grandi giornali con le teorie della rappresentazione sociale e le dinamiche cognitive. Non contengono particolari giudizi, pure se è evidente la

contrarietà al neoliberalismo che informa la cultura degli autori. Ma disegnano un quadro nettissimo: il sistema della comunicazione, durante la fase di approvazione del fiscal compact nella Costituzione, non ha saputo costruire una consapevolezza collettiva adeguata a sostenere scelte e comportamenti politici e sociali razionali. Come detto, *Ce lo dice l'Europa?* non offre risposte ma indica una prospettiva. Per comprendere il senso delle metafore militari, così insistite nel racconto che la stampa ha fatto della crisi: la guerra alla recessione, la battaglia dello spread, l'attacco dei mercati. Oppure per leggere il vocabolario che attinge all'universo simbolico delle calamità naturali, narrando di "Titoli travolti dallo tsunami" o di "Terremoto in Borsa".

Non solo. La ricerca scava nel profondo di altri schemi narrativi, analizzando gli effetti di una storytelling ricca di "entrate" e "uscite" dalla crisi, di azioni che vanno in "alto" oppure in "basso". Fino alla presa in esame del linguaggio organico: non si "sopravvive" alla crisi, forse? L'analisi statistica di parole e contesti rivela come la comunicazione abbia costruito, su un tema tanto complesso, un senso comune ricco di significati simbolici orientati sostanzialmente ad un sentimento di ansia, minaccia, pericolo. Con i conseguenti effetti sui comportamenti sociali. *Ce lo chiede l'Europa?* non è una lettura facile, ma dovrebbe essere obbligatoria per chiunque abbia un ruolo nel giornalismo, per chi vuole essere un cittadino consapevole e per chi crede, con Roosevelt, che la sola cosa di cui dobbiamo aver paura è la nostra paura.

