

Intervista a Giancarlo Giansante

«Il prossimo segretario del Pd? Un ventenne, linguisticamente parlando»

Con il massmediologo analizziamo il linguaggio della politica e dei politici: «I più efficaci nella comunicazione? Chi ha mosso i primi passi nella cosa pubblica dopo i cambiamenti seguiti a Tangentopoli»

ROBERTO CARNERO

robbicar@libero.it

Come comunicano i politici italiani? Sono in grado di farsi capire dalla gente oppure no? Qual è il grado di efficacia dei loro messaggi? A queste e ad altre domande prova a rispondere Gianluca Giansante nel volume *Le parole sono importanti. I politici italiani alla prova della comunicazione* (Carocci, pagine 174, euro 15,00). L'autore è un giovane studioso che svolge attività di ricerca presso l'Istituto della Enciclopedia Italiana e il Dipartimento di Comunicazione e ricerca sociale dell'Università La Sapienza di Roma. Il testo è ricco di stimoli e conduce il lettore alla scoperta del funzionamento di una serie di strumenti che consentono di aumentare l'efficacia dei propri discorsi, cioè di rendere i messaggi politici più facili da comprendere e da ricordare e, soprattutto, più convincenti.

Uno di questi è la metafora, come scrive Giansante «un'arma potentissima e, come tutti gli strumenti del genere, a doppio taglio: non sapendola maneggiare, ci si può far male». Un caso eloquente è quello dell'espressione scudo fiscale. «Con questa etichetta si designa un provvedimento che, per gli esponenti del centrosinistra, non è altro che un ordinario condono. L'espressione scudo fiscale, tuttavia non viene scelta a caso. Lo scudo è un elemento positivo, un oggetto che ci protegge dal nemico, una parola che evoca battaglie mi-

tiche di eroi sul cavallo bianco contro draghi, orchi, mostri di ogni sorta. In questo caso il nemico, è evidente, sono le tasse. La misura della maggioranza non è uno scudo in senso letterale, si tratta evidentemente di una metafora, con un effetto ben preciso», quello di ammantare la misura di un alone positivo, occultando la sua natura reale. È quindi un'espressione che i politici di centrosinistra farebbero bene a non usare.

Dottor Giansante, nel complesso i politici italiani sanno comunicare?

«In generale direi di sì, tuttavia biso-

Bersani

«Benissimo usare le metafore, ma non deve esagerare»

Parola proibita al Pd

«Scudo fiscale: un trucco semantico, l'ha inventata il governo»

gna fare una distinzione. Non esiste una capacità di comunicare in assoluto, ma una corrispondenza con il contesto comunicativo. In altre parole, alcuni politici sono più adatti al contesto attuale di competizione elettorale, in cui bisogna persuadere l'elettorato. Altri invece mostrano uno stile di comunicazione più legato al contesto "ideologico", quando essere bravi significava venire apprezzati da persone che già dividevano le loro idee, cioè, dagli elettori tradizionali del loro partito».

Quali sono i più bravi? Quelli del cen-

trodestra o quelli del centro-sinistra?

«Non c'è una differenza fra centrodestra e centrosinistra, ma fra quelli nati politicamente prima del crollo del Muro e quelli che invece hanno mosso i primi passi dopo i primi anni '90, quando una serie di cambiamenti aveva rivoluzionato lo scenario politico. Questi ultimi sono più capaci di costruire consenso nel contesto attuale: penso a Di Pietro, agli esponenti della Lega, a Grillo e, ovviamente, a Berlusconi».

Quali consigli darebbe ai politici del centrosinistra per quanto riguarda la comunicazione?

«Alcuni esponenti del centrosinistra parlano in maniera a tratti ostica. Credo quindi che innanzitutto bisognerebbe tornare a parlare un linguaggio più semplice, comprensibile anche da chi non abbia avuto la fortuna di poter studiare. Solo quando si fa capire da tutti un partito può dirsi veramente "democratico". La semplicità tuttavia non è facile: c'è bisogno di studio e attenzione per rendere comprensibili concetti complessi senza banalizzarli. In questo senso può essere importante inserire il linguaggio fra gli argomenti di cui si parla nelle scuole di politica».

Che cosa pensa del linguaggio immaginifico e metaforico di

Dalla copertina di «Division Bell» dei Pink Floyd

