

La conoscenza trae origine dal sentimento (Leonardo Da Vinci)

L 28 aprile 2009 sul quotidiano *La Stampa*, a pag. 11, campeggia un titolo a cinque colonne: “Basta usare il corpo delle donne!”. La giornalista Sofia Ventura stigmatizza le candidature nelle liste dei partiti di ragazze molto avvenenti (veline): «Le donne non sono gingilli da usare come specchietti per allodole».

Anche il *Corriere della Sera*, a pag. 13, pubblica un articolo sullo stesso argomento, citando libri e documentari che hanno denunciato questa strumentalizzazione inaccettabile. «Perché ci facciamo trattare così?» è la domanda ricorrente delle autrici/registe di queste opere. Una domanda importante e legittima che resta, purtroppo, senza risposta.

Questo è un esempio di linguaggio razionale.

Nello stesso giorno, i due giornali commentano la visita di Stato del presidente francese Sarkozy e della moglie Carla Bruni alla famiglia reale di Spagna (Juan Carlos I e la principessa Letizia Ortiz). A pag. 23, *La Stampa*, con tanto di foto e riferimenti tecnici, confronta il look della principessa Letizia con quello della signora Bruni-Sarkozy. Si parte dal taglio dei capelli (il voto migliore va alla Bruni), passando ai forti colori degli abiti e concludendo con le scar-

I linguaggi della comunicazione

Che cosa succede quando linguaggio razionale e linguaggio emotivo si confrontano su una tematica importante?



IL POTERE DELLA PUBBLICITÀ

pe. Titolo: “Letizia&Carlà. Una sfida a colpi di tacco. Vince la principessa: l’abito cade meglio”.

Il *Corriere della Sera*, in prima pagina, mostra un’immagine delle due signore, mentre risalgono una scalinata. La foto è presa da dietro (avete mai visto una foto di Obama o di Sarkozy, fotografati da dietro?). Titolo: “Letizia Ortiz, Carla Bruni e il vertice dell’eleganza. A Madrid gara dell’eleganza tra due prime donne europee”.

Ecco un esempio di linguaggio emotivo. Per un lettore, quale linguaggio risulterà più memorabile? Il giorno dopo ho cercato sui due quotidiani osservazioni o interviste su questo “confronto di linguaggi”. Nulla. Infatti il linguaggio più efficace è anche il più difficile da individuare.

Il linguaggio razionale può rafforzare le convinzioni di chi ha già aderito a certe posizioni, sensibilizzare interlocutori indecisi, ma difficilmente potrà modificare i comportamenti di chi ha opinioni diverse. Il linguaggio emotivo, utilizzando codici universali, arriva direttamente al cuore e, quando comunica contenuti coerenti con la sfera valoriale dell’interlocutore, è più efficace nell’influenzarne i comportamenti.

Individuare e comprendere entrambi i linguaggi ci aiuta ad essere più consapevoli di fronte ai numerosi messaggi (pubblicitari e no) che riceviamo quotidianamente. ■