

## IL LIBRO

Dalla semantica alla linguistica, dalle radici ai nuovi linguaggi, nato come ausilio agli studenti ma lettura obbligatoria per i colti

# Un must per chi vuol comunicare

di Carlo Bassi e Alessandro Caruso

**ROMA** - Dobbiamo riconoscere di averci messo un po': il ponderoso volume di cui ci occupiamo è stato presentato alla fine dell'anno, ma ci ha colpito immediatamente, già dopo una rapida scorsa, un fatto evidente. E cioè che questa titanica impresa guidata da Monsignor Dario Edoardo Viganò - cattedre alla Lumsa e alla Pontificia Università lateranense di Roma, un "omnivoro" del sapere (per inciso un luminare del cinema) - il risultato dello sforzo di ben 106 autori, meritasse un'analisi vera, non la solita frettolosa recensione.

È stata un'idea premiante soprattutto per noi, confessiamo con grande egoismo, sul piano personale: abbiamo imparato di più, persino nell'interpretazione delle ultime elezioni regionali, da quest'opera monumentale che da qualsiasi altra fonte negli anni. Si chiama *Dizionario della Comunicazione*, editore Carocci, 1276 pagine, più utilissimi indici, e non è certo a buon mercato: 115 euro. Ma giuriamo che li vale tutti. Chiaramente inteso a sussidio degli studenti universitari è in realtà questo *Dizionario della Comunicazione* un'opera fondamentale per capire non solo la comunicazione politica, quella economica, il modo di interagire a livello personale e sociale, insomma ogni forma di comunicazione. E persino i nuovi linguaggi richiesti nelle omelie e nelle dinamiche aziendali, fino alle più moderne forme espressive originarie dai nuovi sistemi, rete inclusa.

La presentazione è stato anche un modo

**«Idee verdi senza colore dormono furiosamente» una costruzione verbale priva di senso per il semantico, accettabile per un linguista alla Chomsky**

per ricordare il professor Massimo Baldini ordinario di Semiotica, preside di Scienze Politiche alla Luiss Guido Carli di Roma, a un anno dalla sua scomparsa: a lui, membro del comitato scientifico, si devono anche numerose voci dell'opera. Abbiamo trovato di grande aiuto la struttura stessa divisa in dieci Approcci, che definiscono i vari settori disciplinari: storia, media, economia, semiotica, sociologia, psicologia, educazione, teologia, etica, politica. All'inizio di ognuno di essi un saggio introduttivo fornisce un inquadramento generale e sistematico dell'argomento con i paradigmi teorici critici, le procedure metodologiche di riferimento, l'evoluzione cronologica e le personalità di spicco della disciplina.

Facile dunque dagli Approcci passare agli Ambiti che sono saggi più spiccatamente informativi sugli argomenti specifici, i percorsi, le novità, e così via. Infine ad ogni Approccio segue il Focus, sorta di

**Un risultato senza pari, di puro godimento intellettuale, ausilio culturale, impagabile strumento: se scopo della comunicazione è far capire, questa è l'acme**

scheda informativa, che illustra movimenti, invenzioni, opere, eventi a chiosa dell'Ambito.

Quello che colpisce di più ad una lettura veramente attenta, come quella che ci siamo regalati, è il rigore scientifico e metodologico coniugato ad una immediatezza che - chiediamo venia - oseremo definire di incisività giornalistica e ci sembra ora di passare agli esempi e all'accenno non velato alla comprensione persino dei risultati elettorali che quest'opera ci ha permesso. Scrive nell'Approccio politico Michele Sorice, in una descrizione dell'argomento per molti misterioso dell'Agenda Setting che, secondo questa teoria della nascita degli argomenti dei media, sono i media stessi a dettare ai lettori e agli ascoltatori e di conseguenza agli elettori gli argomenti di cui "devono" interessarsi. L'ultima campagna lo ha dimostrato ampiamente. Ma una cosa ci ha colpito molto, sempre in relazione alle ultime elezioni: una citazione a pag. 1229 nell'Ambito 6 (Informazione politica) di Monica Di Sisto, non a caso una giornalista specializzata in solidarietà, economia solidale e politici che sociale, cooptata fra i 106 autori. L'autrice piega l'attacco di Daniele Luttazzi (proprio lui, il comico provocatore) ad un altro comico che più provocatore non si può, Beppe Grillo: «Il marketing di Grillo - scrive Luttazzi - ha successo perché individua un bisogno profondo: quello dell'agire collettivo. Senza la dimensione collettiva, negata oggi dallo Stato e



Mons. Dario Edoardo Viganò

dal mercato, l'individuo resta indifeso, perde i suoi diritti, non può più essere rappresentato, viene manipolato. È questo il grido disperato che nessuno ascolta. La soluzione ai problemi sociali, economici e culturali del nostro Paese può essere solo collettiva». Questa dichiarazione che ci sembra un'istanza efficace più di 10mila parole, come recita l'adagio cinese. Spiegherebbe il gap di comunicazione fra gli individui e la politica del quale tutti parlano ma che nessuno sa in realtà descrivere così bene.

È persino possibile immaginare che questa frase di Luttazzi ci permetta di mettere insieme tutti gli astensionisti, tutti coloro che hanno votato ma annullato la scheda scrivendoci sopra "vergogna" e "fate schifo", tutti i grillini, e persino i seguaci di altri tribuni del popolo che fanno leva sul malcontento e sullo schifo qualunquistico di certe masse.

Sono del resto altamente godibili tutti gli altri Ambiti: chi volesse andare a rinfrescare con approfondimenti seri le sue nozioni di argomenti per i più ostici come semiotica, semiologia o linguaggio, troverà pane per i suoi denti. Ad esempio a pag. 721 a cura di Alessandro Amadori dedicato al linguaggio e con ampie citazioni di Noam Chomsky e una incisi-

va guida alla comprensione delle differenze con la Semiologia e la stessa Semantica, con dissertazione su Umberto Eco e la sua essenziale *Enciclopedia* con la quale lo scrittore è arrivato ad una "fision" che concilia lo strutturalismo e Charles Sanders Peirce.

Illuminante anche la parte dell'opera dedicata alle Grandi Cerimonie, gli eventi intorno al quale si coagula l'interesse delle masse con la collaborazione vitale dei media. Gli studiosi israeliani Dayan e Kaz per grandi eventi cerimoniali intendono naturalmente le celebrazioni nelle quali il potere celebra se stesso, ma che in alcuni casi possono essere anche incontrollabili se non dal Fato. Il male mortale in diretta di Enrico Berlinguer ne è la testimonianza più eloquente così come l'emozione cerimoniale funebre, momento



**Ben 106 autori professori di più di 20 università italiane e straniere tra cui la Sapienza di Roma, la Luiss Guido Carli la Pontificia Lateranense, la Cattolica di Milano...**



Massimo Baldini

ocumenico laico.

Come afferma Viganò: «Dopo un lungo, e spesso non facile, lavoro durato quasi due anni, vede finalmente la luce il Dizionario. Un'impresa titanica, che ha coinvolto ben 106 autori, professori provenienti da più di 20 università italiane e straniere (tra cui la Sapienza di Roma, la Pontificia Università Lateranense, la Luiss Guido Carli, l'Università Cattolica di Milano, l'Università di Pisa, l'Università della Svizzera italiana di Lugano, l'Università di Stirling in Inghilterra, la Pontificia Università Cattolica di Buenos Aires), nonché professionisti del mondo della comunicazione». Possiamo rassicurarci che lo sforzo ha ottenuto un risultato senza pari, di puro godimento intellettuale, un grande ausilio all'arricchimento culturale, un impagabile strumento per comprendere anche le più articolate e complesse. Se scopo della comunicazione è far capire, questa è l'acme.