Fraintendimenti

Emanuela Cerutti 14-02-2006

Capita spesso, e soprattutto nei dibattiti accesi, che i fraintendimenti stiano dietro l'angolo.
Certe volte l'impressione è che siano voluti, come quando uno ti dice "sei assolutamente in torto" e però contemporaneamente afferma di essere aperto alle più diverse opinioni e al dialogo democratico, per cui non coglie il lato contraddittorio della propria modalità comunicativa ed anzi se ne stupisce.
E' così che le violenze verbali si fanno più brutali delle battaglie a ferro e fuoco, nonostante la loro apparente sottigliezza. E che la comunicazione diventa ambigua, o subliminale, per usare un termine inquietante. Abituata alle immagini di cavalieri ed eroi degli album Panini su cui scorreva come in film la storia del Risorgimento, quel tipo di violenza mi pare persino meno nobile e coraggiosa e mi dà fastidio.

E' questo che penso mentre, dopo aver letto il dispaccio di agenzia Adnkronos del 13 febbraio mattina:

«*Capisco che ci vuole pazienza, noi ne sappiamo qualcosa". Berlusconi "avra' voluto dire qualcosa del genere. Pur nell'enormita' del riferimento lo capisco". Cosi' il ministro del Welfare Roberto Maroni, commenta le parole con cui il premier ha paragonato la sua esperienza al calvario di Gesu' Cristo*»

mi imbatto nel titolo che lo precede:

«*Cdl: Maroni. Capisco Premier. Ma riferimento a Cristo e' enorme*»

Se uno si fermasse lì, al titolo, capirebbe qualcosa di diverso dal pensiero di Maroni, posto che le sue parole, tra virgolette, siano autentiche. Una sottigliezza, certo. Un problema di equilibrio tra il prima ed il poi, che modifica forse di poco le conclusioni finali. O forse no? O forse se Maroni si scandalizzasse veramente delle enormità potrebbe far appello ad una coscienza e cambiare idea? Perché le enormità non sono bazzecole. In nessun caso.
Questo pensavano i redattori della notizia, riportata sulla pagina web, ingrandendo i caratteri, sostituendo una concessiva con un'avversativa e spostando l'ordine dei fattori? Questo l'auspicio di cambiamento?
O, più semplicemente, visto che neppure in matematica il prodotto cambia, a certe condizioni, volevano giocare ad *Audience*?