

# L'Espresso



Un anno con oltre il 60% di sconto

la Repubblica

► Network  
Gruppo Editoriale L'Espresso

ATTUALITÀ • NOI E VOI • MULTIMEDIA • OPINIONISTI • OPENPOLITIX • STYLE&DESIGN • FOOD&WINE • SERVIZI

Politica • Cronaca • Esteri • Cultura • Economia • Tecnologia • Scienze • Società • Speciali • Satira

Vai ►

## Bocconi

## LAUREE MAGISTRALI



Home / Attualità / Renzi è semplice, Bersani è denso...

A | A | A

### Curiosità **Renzi è semplice, Bersani è denso** di Francesca Sironi

La psicolinguistica è quella scienza che esamina l'impatto emotivo delle parole. Due studiosi hanno provato ad applicarla ai due sfidanti del Pd, studiando i termini con cui vengono descritti in Rete. Ecco i risultati (13 novembre 2012)

Matteo Renzi è senza dubbio il politico del momento più presente in Rete. Lo dicono i numeri: 48 mila citazioni sui social network solo nel mese di settembre. Lo staff di Reputation Manager ha analizzato per un mese pagine e gruppi Facebook, account twitter e hashtag. Il risultato è un Renzi monopolista dell'attenzione, seguito da Berlusconi (45mila presenze), Bersani (43.500) e solo a distanza da Nichi Vendola (21mila).

Sarà contento il sindaco di Firenze nel sapere che anche i sentimenti, verso di lui, sono dei migliori: la metà dei contenuti che lo riguardano si riferisce al rottamatore in termini positivi, al contrario del suo avversario, il segretario del partito Pier Luigi Bersani, che subisce per il 57 per cento dei casi commenti negativi.

Verità della Rete, ricavate tramite uno strumento come un altro di web analytics: una macchina che passa al setaccio tutto ciò che diciamo e scriviamo per capire che reputazione hanno certe persone, o aziende, fra i 14 milioni di italiani che si connettono ogni giorno.

Ma questa volta Andrea Barchiesi e Felix Sagrillo sono andati più a fondo. Da tre anni sperimentano un nuovo approccio, che all'analisi semantica dei discorsi sul web ne associa una più profonda sul piano della psicolinguistica.

Parola difficile, come il suo contenuto. Si tratta di una disciplina che studia come i suoni delle parole condizionano la nostra percezione. «Solo il 20 per cento della comunicazione è razionale», spiega Sagrillo: «Il restante 80 è legato all'emotività, al vissuto, ai ricordi. Un messaggio efficace non parla solo alla nostra parte razionale, ma richiama anche il livello emotivo».

Per capire che emozioni ci suscitano certe parole, o messaggi, la psicolinguistica studia l'effetto che hanno su di noi i suoni che sentiamo. «E' stato dimostrato da tempo», continua Sagrillo, «che in un qualsiasi testo di 200 parole c'è una distribuzione omogenea e costante di suoni. L'equilibrio però si rompe se prendiamo una sola frase. Così la consistenza fonetica di quell'espressione, la sua "musica", può avere un significato diverso per chi l'ascolta».

Secondo la psicolinguistica, ad esempio, un «Ah!» e un «Eh!» sono esclamazioni che trasmettono attacco, mentre dire «Oh!» o farsi scappare un «Ih!» sarebbe un segnale che siamo sulla difensiva. Ogni parola, insomma, avrebbe una propria portata emotiva, che non c'entra niente col suo significato, ma con il suo suono. Le parole quindi possono essere divise in gruppi di assonanza, che trasmettono più o meno la stessa emozione.



► Commenta

Retrosce

• La guerra dei sondaggi

REPLAY

Das Auto.

SCOPRI DI PIÙ

00:14

### Altan

► Le altre vignette



MIGLIAIA DI VIDEOGIOCHI IN PROMOZIONE

Games

LE OFFERTE DI OGGI

powered by ibS

Leggi l'Espresso sul tuo iPad

Scarica gratis l'applicazione

Disponibile su App Store

### Pantheon

#### Candidarsi o no, questo il dilemma

Da Monti a Montezemolo, dalla Carfagna a Passera, alla domanda se si presenteranno o no alle elezioni è tutto un rispondere: boh, non so, vedremo. Insomma, in questa fase confusa va di moda la strategia del prendere tempo

Usando gli strumenti di questa disciplina, Barchiesi e Sagrillo hanno provato a saggiare che cosa proviamo quando parliamo di Renzi o Bersani. Un'idea raccapricciante, forse, ma che restituisce risultati sorprendenti. I suoni delle frasi che si riferiscono a Renzi sul web infatti, sarebbero molto simili alle espressioni che circondano il concetto di "semplicità". Quando sentiamo parlare il sindaco di Firenze, insomma, ascoltiamo la stessa musica che ci fa venire in mente la "semplicità". Seguendo questo ragionamento, si può dedurre che se Renzi parlasse di semplicità la cosa ci suonerebbe estremamente credibile. I suoni infatti sono gli stessi, e ne proveremmo piacere. Se parlasse invece del concetto opposto, difficoltà ad esempio, alle nostre orecchie arriverebbe come un accordo stonato.

Gli psicolinguisti infatti hanno verificato l'effetto che centinaia di parole hanno nel nostro cervello, anche con delle prove strumentali come l'elettroencefalogramma, somministrato a persone in ritmo alfa, ovvero molto rilassate. Se si davano loro stimoli coerenti, pronunciando una via l'altra delle parole foneticamente simili, le persone rimanevano tranquille nel loro mood positivo. Appena si enunciava una parola di un altro gruppo però, il partecipante all'esperimento si agitava.

La stessa cosa ci succede quando sentiamo parlare i candidati alle primarie. Se essi sono coerenti e continuano a snocciolare parole che hanno a che fare con i mondi fonetici in cui siamo abituati a collocarli, li ascoltiamo volentieri. Se invece interrompono la nostra trance con delle parole "sbagliate" ci infastidiscono, o almeno, danno fastidio a quell'80 per cento di noi che non ascolta con la ragione ma con le orecchie.

Finita la teoria, insomma, fidandoci degli assunti di questa disciplina, ci troviamo a scoprire, per esempio, che le parole di Bersani sono molto più vicine al concetto di "nuovo" che non quelle di Renzi. E che lo stesso segretario del partito sarebbe foneticamente associato dagli utenti del web a parole come "lavare", "denso" e "accusare", mentre Renzi avrebbe come vicini musicali "semplicità", "impossibile" e "campagna militare".

Già proprio così, "campagna militare".

Non chiedeteci come hanno scelto queste parole fra le migliaia di lemmi correlabili: gli autori dello studio non l'hanno spiegato nel dettaglio. Ma quello che hanno dimostrato è che, ad esempio, fra una serie di valori generalmente di sinistra, quello più vicino al vocabolario bersaniano è "solidarietà", mentre la parola più renziana di tutte resta, come sopra, "semplicità".

Sulla base di questi assunti Barchiesi e Sagrillo hanno analizzato anche il dibattito televisivo di lunedì sera. Il più efficace, secondo loro, sarebbe stato Pierluigi Bersani, che per il 7 per cento del tempo argomentativo ha parlato di "solidarietà", come ben gli si addice. Renzi invece non avrebbe giocato così bene la sua carta fonetica migliore, "semplicità", sfruttata solo per il 4 per cento del tempo. Ora che lo sa, chissà se al prossimo intervento televisivo non lo sentiremo attaccare con un «Vorrei un'Italia semplice». Allora, ascolteremo preparati.