



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA**

Dipartimento di Studi Linguistici e Letterari

Dipartimento di Scienze Politiche, Giuridiche e Studi Internazionali

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN  
STRATEGIE DI COMUNICAZIONE  
CLASSE LM-92

Tesi di Laurea

***CRISI GRECA: STEREOTIPI E  
INFLUENZA DEI MEDIA NELLA CRISI  
DEL DEBITO***

Relatore  
Prof. Fabrizio Tonello

Laureando  
Silvia Uderzo  
n° matr.1087072 / LMSGC

Anno Accademico 2015 / 2016



# INDICE

<b>1</b>	<b>INTRODUZIONE</b> .....	<b>4</b>
1.1	GLI STEREOTIPI NEI RAPPORTI TRA GRECIA E GERMANIA .....	4
1.2	STEREOTIPI E COMUNICAZIONE MEDIATICA.....	6
1.3	CRONISTORIA DI UNA CRISI.....	7
1.4	LA CRISI GRECA COME EMBLEMA DELLA CRISI EUROPEA .....	12
<b>2</b>	<b>STEREOTIPO E PREGIUDIZIO</b> .....	<b>14</b>
2.1	LO STEREOTIPO .....	14
2.2	IL PREGIUDIZIO.....	17
2.3	IL “CARATTERE NAZIONALE” .....	19
2.4	LA MAPPA DEI LUOGHI COMUNI.....	20
<b>3</b>	<b>LA GRECIA TRA MITO CLASSICO E “DEGENERAZIONE” MODERNA</b> .....	<b>24</b>
3.1	LA NOSTALGIA DELLA CLASSICITÀ.....	24
3.2	LA FRATTURA STORICA TRA GRECIA ANTICA E MODERNA.....	26
3.3	IL CARATTERE LEVANTINO DEI GRECI MODERNI.....	27
<b>4</b>	<b>I LUOGHI COMUNI SUI POPOLI DEL “MERIDIONE” D’EUROPA</b> .....	<b>28</b>
4.1	LA RIFLESSIONE TRA SETTECENTO E OTTOCENTO .....	28
4.2	IL PERMANERE DEGLI STEREOTIPI SUI GRECI, POPOLO MERIDIONALE .....	31
4.3	LA DIVISIONE NORD - SUD E LE ACCUSE AI “PIGS” .....	35
4.4	DEBITO E COLPA: LA “RELIGIONE” DEL CAPITALISMO .....	42
<b>5</b>	<b>IL MITO DELLA GERMANIA TRA DESIDERIO DI SUPERIORITÀ ED EFFICIENZA</b> .....	<b>46</b>
5.1	UN POPOLO DI DOMINATORI.....	47
5.2	TUTTO SOTTO CONTROLLO .....	50

5.3 L'INNATO CONFORMISMO E IL RISPETTO PER L'AUTORITÀ.....	52
5.4 L'ANGST: L'ANSIA COLLETTIVA.....	54
5.5 LA <i>SCHADENFREUDE</i> E LA MANIPOLAZIONE DEI MEDIA.....	56
5.6 PRECISI, PUNTUALI, AFFIDABILI, CORRETTI: MA IL MODELLO TEDESCO ESISTE DAVVERO?.....	58
5.7 LA SCHWÄBISCHE HAUSFRAU, LA CASALINGA SVEVA.....	64
5.8 IL "FATTORE M": L'ARCHETIPO DELLA DONNA DI POTERE.....	67
<b>6 INDAGINE SUL "CARATTERE" NAZIONALE TRA PASSATO E PRESENTE.....</b>	<b>73</b>
6.1 LA FORMAZIONE DI STEREOTIPI "FORTI": ALCUNE TESTIMONIANZE DAL PASSATO.....	73
6.2 GRECI E TEDESCHI: DUE POPOLI A CONFRONTO IN UN'INCHIESTA DEL PEW RESEARCH CENTER.....	76
<b>7 CRISI GRECA E INFLUENZA DEI MEDIA NELLA DIFFUSIONE DEGLI STEREOTIPI.....</b>	<b>86</b>
7.1 IL RUOLO DEI MEDIA.....	86
7.2 L'OPPOSIZIONE INGROUP - OUTGROUP.....	97
7.3 IL LINGUAGGIO.....	109
7.4 LE IMMAGINI.....	111
<b>8 CONCLUSIONE.....</b>	<b>125</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>127</b>
<b>SITOGRAFIA.....</b>	<b>129</b>

# INTRODUZIONE



## 1.1 GLI STEREOTIPI NEI RAPPORTI TRA GRECIA E GERMANIA

L'Unione Europea sta vivendo in questi ultimi anni un momento di profonda crisi. Le difficoltà economiche hanno contribuito ad acuire i contrasti tra i diversi stati che ne fanno parte, mettendo in luce le differenze storiche, culturali e sociali dei vari paesi e creando schieramenti opposti. L'Europa è infatti un insieme di popoli diversi, ognuno con le proprie caratteristiche. Tuttavia la visione che i singoli popoli hanno di se stessi non coincide con quella che gli altri hanno di loro. A volte l'immagine che essi ricavano di sé e degli altri viene condizionata da stereotipi e pregiudizi che non sempre corrispondono alla realtà dei fatti. Per valutare gli altri, infatti, spesso

---

<sup>1</sup> [in rete] <http://www.vita.it/it/article/2015/06/18/europa-o-scegli-la-democrazia-o-arriva-il-populismo-intervista-con-il-/135542/>.

ricorriamo a “scorciatoie” mentali che, se pure presentano un nucleo di verità, spesso si rivelano rigide e fuorvianti. Attraverso questi schemi mentali, noi valutiamo in termini generali gli appartenenti a un gruppo e ne prevediamo il comportamento in base ad aspettative condivise.

Molti stereotipi sono poi profondamente ancorati nella nostra cultura e veicolano in maniera implicita sistemi di valore. Nel momento in cui poi la realtà si articola per gruppi contrapposti si attivano meccanismi di favoritismo del proprio gruppo e, viceversa, valutazioni negative nei confronti dell’altro, con una percezione di superiorità del “noi” rispetto al “loro”.

L’attuale contesto europeo, caratterizzato da una profonda crisi economica e dal vacillare dell’idea di una identità condivisa, fa emergere i luoghi comuni che i vari popoli attribuiscono agli altri talora per giustificare fenomeni di natura sicuramente più complessa.

In primo luogo, quindi, nella mia tesi, analizzerò i concetti di stereotipo e pregiudizio, proponendo un excursus del loro sviluppo attraverso l’analisi degli studi che li riguardano. Mi soffermerò in seguito sull’analisi dei luoghi comuni riferiti a due dei paesi protagonisti del periodo di crisi che stiamo vivendo, la Grecia e la Germania e sul riflesso che essi hanno avuto nelle relazioni tra i due Stati.

Tale contrapposizione si è configurata anche come contrasto tra nazioni appartenenti ad aree socio-culturali molto diverse, la mediterranea e la nordica. Ciò ha alimentato i luoghi comuni sul tipo “mediterraneo” e su quello “nordico”: a un nord produttivo, efficiente si contrappone un sud pigro, disorganizzato, incline alla corruzione.

La crisi economica, segnando in profondità la storia recente di molti paesi europei, ha poi generato altri stereotipi, che si mescolano con quelli del passato: così può accadere che anche un acronimo come PIGS, nato per memorizzare più facilmente un gruppo di Stati, assuma un’accezione negativa.

Se, nel passato, il richiamo ai vari caratteri nazionali veniva fatto attraverso semplici elenchi di vizi e virtù, mancanti di distanza critica, la definizione degli stereotipi che li individuano si basa oggi su strumenti decisamente diversi, così come diverso è lo scopo cui si vuole pervenire.

Dopo aver riflettuto quindi sull'uso di stereotipi "forti" riferiti ai caratteri nazionali come elemento costante nella cultura europea, ho dedicato spazio ai risultati di un'analisi d'opinione effettuata dal Pew Research Center, un importante *think tank* statunitense, su una serie di luoghi comuni che caratterizzano la visione che alcuni popoli europei hanno di se stessi e degli altri mettendo in evidenza caratteristiche contrapposte: affidabilità, arroganza e compassione / laboriosità e corruzione. L'analisi dei risultati, rafforzati anche da altri strumenti d'indagine come l'Eurobarometro, offre interessanti spunti di riflessione sull'immagine che i popoli europei hanno di se stessi e degli altri.

## **1.2 STEREOTIPI E COMUNICAZIONE MEDIATICA**

Ho infine voluto sottolineare l'importanza della comunicazione mediatica nella trasmissione di stereotipi sulla crisi greca.

I media infatti rappresentano una fonte di definizioni e immagini della realtà sociale e si rivelano punti di riferimento che utilizziamo per giudicare gli avvenimenti e per stabilire quali siano i più rilevanti da trattare, su quali discutere e riflettere.

Ho quindi introdotto alcuni spunti teorici sul modo in cui un fatto diviene "notizia" e sulle logiche che determinano la scelta delle stesse, mettendo in evidenza anche i limiti della copertura giornalistica della crisi. La marginalità della Grecia fino allo scoppio della crisi, l'isolamento del sistema greco di informazione, l'insufficiente copertura giornalistica diretta hanno favorito infatti il diffondersi di un'informazione non sempre corretta, ma ancora una volta condizionata da stereotipi e luoghi comuni.

La mia analisi si è focalizzata su tre punti. In primo luogo ho voluto considerare la "narrazione" della crisi sui media come momento di scontro tra gruppi opposti. La contrapposizione ingroup - outgroup, "noi" e "loro" favorisce infatti l'acuirsi delle divisioni e dei conflitti.

Così le difficoltà economiche che hanno condotto la Grecia ad un passo dall'uscita dall'Unione Europea l'hanno portata a contrapporsi in particolare alla Germania, la nazione che nell'UE vanta invece il ruolo di guida economica.

In secondo luogo ho preso in considerazione alcuni aspetti del linguaggio usato dai media, in quanto la scelta di particolari espressioni linguistiche, quando si parla di una categoria o di un gruppo sociale, influenza in modo rilevante la percezione sociale di quel gruppo.

Infine ho voluto riflettere sul ruolo che hanno le immagini nell'enfatizzare i fatti e nel dare voce ai pregiudizi. In particolare si può notare come testate giornalistiche che per la loro grande diffusione sono in grado di condizionare l'opinione pubblica (si veda il caso della tedesca *Bild*), abbiano favorito, attraverso un linguaggio e immagini provocatorie, l'affermarsi di uno scontro tra popolazioni e mentalità diverse.

Se, come diceva Einstein, "è più facile spezzare un atomo che un pregiudizio", il mio lavoro mira a evidenziare quali caratteristiche pregiudiziali dei due popoli siano state messe in campo e analizzarle, al fine di cercare di capire se esse corrispondano ad una situazione reale.

Sicuramente un approccio basato sugli stereotipi è fuorviante, perché dà dell'altro un'immagine spesso sbagliata. E tale "immagine mentale" è alimentata proprio dalla mancata conoscenza del "diverso" che genera la paura dell'altro. In tal senso, a livello europeo, l'identità comune si può costruire tramite l'avvicinamento e la conoscenza.

## **1.3 CRONISTORIA DI UNA CRISI**

Se fino al 2009 la Grecia si era ritrovata sotto i riflettori della stampa e dei media internazionali solo in alcune particolari occasioni, come i Giochi olimpici di Atene del 2004, da quel momento assume il ruolo negativo di catalizzatore di una crisi economica che coinvolge l'intera Unione Europea.

Alla fine di quell'anno, infatti, subito dopo le elezioni politiche, il neoeletto primo ministro socialista George Papandreou dichiara che i precedenti governi greci avevano falsificato i dati di bilancio dei conti pubblici per consentire alla Grecia di entrare nell'Euro; denuncia il rischio di una bancarotta, visto il deficit al 12,7% del PIL e un debito pubblico che sfiora i 300 miliardi di euro.



Il governo non ha alternative nel prendere decisioni difficili e impensabili in precedenza; appresta quindi un piano basato su privatizzazioni, congelamento di stipendi pubblici, riforme strutturali e lotta all'evasione. In questo contesto, la sfida principale del PASOK, il partito al potere, è proprio quella di allontanare il paese da "patologie" come l'eccessiva burocrazia, il clientelismo, la corruzione e la mancanza di trasparenza<sup>2</sup>.

La difficile situazione economica della Grecia provoca drammatiche conseguenze a livello nazionale; in seguito alla politica di austerità molti greci sperimentano le conseguenze della disoccupazione e della povertà.

All'inizio del 2010, con un debito pubblico salito a 350 miliardi, la Grecia è costretta a chiedere l'aiuto internazionale<sup>3</sup>.

Lo stesso premier Papandreou definisce la Grecia "una nave che affonda". Allo stesso tempo, il problema supera i limiti nazionali, tanto che la Repubblica Ellenica diventa il catalizzatore dei problemi dell'Eurozona. La Grecia diviene così il campo di battaglia di una guerra economica combattuta non solo all'interno dell'Eurozona, ma anche del sistema finanziario globale.

L'Europa deve affrontare una crisi di straordinaria portata e il sistema europeo si deve attrezzare: interviene con un prestito da 80 miliardi ai quali si aggiungono 30 miliardi dal Fondo Monetario Internazionale, ponendo in questo modo le basi per la creazione di un fondo salva stati. Del resto, la Grecia non è l'unico paese dell'Eurozona a rischio e perciò si rende necessario uno strumento finanziario in grado di supportare gli Stati membri in difficoltà. La Grecia, da parte sua, si impegna a varare una serie di riforme su fisco e competitività e un programma di privatizzazioni<sup>4</sup>.

La situazione non migliora nel 2011, quando le agenzie di rating S&P, Moody's e Fitch declassano i titoli greci a livello di spazzatura.

Viene dunque elaborato un nuovo piano, che prevede altri prestiti e una parziale ristrutturazione del debito detenuto da banche private. Nel settembre 2011

---

<sup>2</sup> TZOGOPoulos, George, *The Greek crisis in the media: Stereotyping in the international press*, Farnham, Ashgate Publishing Limited, 2013, p. 2.

<sup>3</sup> *Grecia, le tappe della crisi del debito*, [in rete] <http://it.euronews.com/2015/06/17/grecia-le-tappe-della-crisi-del-debito/>, www.euronews.com, 17 giugno 2015.

<sup>4</sup> BALDUCCI, Silvia, *Crisi greca, le tappe di una trattativa lunga cinque anni*, [in rete] <http://www.rainews.it/dl/rainews/articoli/Crisi-greca-le-tappe-di-una-trattativa-lunga-cinque-anni-31608332-0908-499c-8a84-76b4e52a343d.html>, www.rainews.it, 15 luglio 2015.

George Papandreou, in un discorso presso la Federazione dell'industria tedesca, afferma che è stato fatto uno sforzo sovrumano per raggiungere gli obiettivi stringenti e che i cittadini stanno facendo enormi sacrifici per sostenere il paese<sup>5</sup>.

A novembre Papandreou si dimette e sale al potere un governo di unità nazionale guidato da Lucas Papademos, che vara una finanziaria lacrime e sangue. A Papademos, che è stato membro del comitato esecutivo della Banca centrale europea dal 2002 al 2010, spetta il compito ingrato di far accettare ai suoi concittadini la dura medicina del rigore. In questo momento di emergenza è importante che il focolaio della crisi non si espanda da uno Stato all'altro, che passi la linea di una cultura di governo europea, basata sulle regole tedesche della stabilità e del rigore.

Nonostante le misure varate, tuttavia, permane una situazione di grave difficoltà, che porta, nel maggio 2012, a nuove elezioni politiche con la vittoria del leader di Nuova Democrazia Samaras. BCE, Commissione europea e FMI siglano un nuovo programma di aiuti per un totale di 240 miliardi di euro, mentre viene varata una nuova finanziaria con tagli per 10 miliardi. Le nuove misure di austerità imposte dal governo Samaras lo rendono impopolare nel paese. I tagli, infatti, se attenuano alcune anomalie dell'economia greca, accelerano la "spirale recessiva", facendo diminuire la domanda interna e portando a grandi sofferenze per la popolazione. Simbolo delle restrizioni nel settore pubblico e delle resistenze dei cittadini greci è la chiusura di ERT, la televisione di Stato, nel giugno 2013. La disoccupazione giovanile al sessanta per cento, i tagli dei salari minimi, la riduzione di 150mila dipendenti pubblici provocano manifestazioni di protesta e scontri di piazza tra manifestanti e forze dell'ordine durante i quali vengono incendiati negozi e banche. Un commando di uomini armati spara raffiche di mitra contro l'abitazione dell'ambasciatore tedesco<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> TZOGOPoulos, p. 4.

<sup>6</sup> *Grecia, le tappe della crisi del debito*, [in rete] <http://it.euronews.com/2015/06/17/grecia-le-tappe-della-crisi-del-debito/>, www.euronews.com, 17 giugno 2015.



In generale, il clima è di sfiducia per le sorti europee; la difficile situazione economica fa emergere infatti l'inquietante sensazione che l'Europa stia inabissandosi sotto il peso della crisi economica e delle divisioni tra i popoli.

Nel 2014 si va alle elezioni anticipate che determinano, nel gennaio 2015, la vittoria di Syriza e del suo premier Alexis Tsipras. Tsipras vince promettendo di opporsi a nuovi tagli e misure di austerità imposte dall'Europa, di introdurre un reddito minimo e di riassumere i lavoratori licenziati nel settore pubblico; nel suo primo discorso dopo l'elezione sostiene che la sua è stata "la vittoria di tutti i popoli europei che lottano contro l'austerità<sup>8</sup>".

Egli ribadisce il concetto all'indomani delle elezioni del 25 gennaio 2015 che sanciscono la vittoria di Syriza. "Ha vinto la speranza" è il primo messaggio su Twitter dello staff. "Oggi il popolo greco ha fatto la storia, oggi chiudiamo il circolo vizioso dell'austerità"; nel discorso della vittoria Tsipras ribadisce le linee guida del suo partito: "Ciò che ci ha chiesto il popolo della Grecia è qualcosa che non si può discutere: dobbiamo mettere fine all'austerità. Lavoreremo insieme per ricostruire il nostro paese sull'onestà e sull'amicizia. Collaboreremo con i nostri amici europei per trovare una nuova soluzione e per far tornare l'Europa verso la crescita e verso la stabilità e per far risorgere i valori europei come la democrazia e la solidarietà".

Nel febbraio 2015, dopo difficili trattative, Atene e l'eurogruppo siglano un prolungamento di quattro mesi del programma di aiuti internazionali. Le parti

---

<sup>7</sup> [in rete] <https://imperialglobalexeter.com/tag/top-10-of-2015/>.

<sup>8</sup> *Come si è arrivati a questo punto in Grecia*, [in rete] <http://www.ilpost.it/2015/06/30/come-siamo-arrivati-a-questo-punto-grecia/>, www.ilpost.it, 30 giugno 2015.

concordano di sottoporre ai tecnici di BCE, UE e FMI un programma di riforme strutturali, in cambio di 7,2 miliardi di fondi. La soluzione deve essere trovata entro il 30 giugno.

Il 26 giugno il governo greco decide a sorpresa di convocare per il 5 luglio un referendum sulla proposta presentata dalle istituzioni creditrici: la Grecia in questa occasione dice No a larga maggioranza (61%) al piano dei creditori, già peraltro superato da ulteriori proposte UE. Alexis Tsipras parla di “scelta coraggiosa” e torna a muovere un passo verso l'Europa chiedendo la “ristrutturazione del debito”. Per favorire il negoziato il ministro greco delle finanze Yanis Varoufakis a sorpresa si dimette.

Nell'estate del 2015, dopo 17 ore durissime di negoziato, si trova l'accordo per salvare la Grecia dal tracollo: riforme e misure più dure in cambio di un piano da 86 miliardi. Vince la linea rigorosa di Wolfgang Schäuble.

La crisi economica, tuttavia, non è finita. Per la Repubblica Ellenica la situazione del debito rimane grave. Nel maggio 2016, viene approvata dall'eurogruppo una nuova tranche di aiuti. L'insolvenza della Grecia resta una spina nel fianco per la stabilità della Comunità Europea e continua a rappresentare un emblema dei problemi che affliggono l'UE e, più in generale, il suo modello di sviluppo<sup>9</sup>.

Secondo Adriana Cerretelli, de *Il sole 24ore*, infatti, l'accordo sul debito c'è, ma appare ancora vago e incompleto (sarà operativo solo dal 2018). La definizione dei numerosi dettagli cruciali dell'intesa, per esempio, è rimandata a dopo le elezioni tedesche del 2017, tanto che la giornalista parla di una resa alla tempistica imposta dalla Germania, in cui prevalgono le soluzioni che non devono disturbare “il grande manovratore tedesco né i creditori del Nord”. Così, prosegue, “la Grecia dei mezzi sudatissimi contentini in cambio di tagli e sacrifici veri è da anni il caso di scuola: da additare ai paesi che in qualche modo le assomigliano”. Le ragioni più profonde del fallimento della cura imposta sono riscontrabili, secondo l'autrice, in una sfiducia reciproca “tanto radicata da apparire strutturale”, in un'ottica in cui le crisi “non si

---

<sup>9</sup> LOCATELLI, Niccolò, *La Grecia è di nuovo salva, per ora*, [in rete] <http://www.limesonline.com/grecia-eurogruppo-aiuti-ristrutturazione-debito-fmi-mondo-notizie-oggi/91883>, www.limesonline.com, 25 maggio 2016.

risolvono ma si tamponano, nel segno di barriere culturali e psicologiche apparentemente invalicabili”<sup>10</sup>.

## **1.4 LA CRISI GRECA COME EMBLEMA DELLA CRISI EUROPEA**

L' Europa, basata sul motto “Uniti nella diversità”, sembra stare lentamente scivolando verso un'Unione divisa tra stati diseguali, dove alcuni sono condannati dalle proprie presunte colpe a una “sovranità a scartamento ridotto” e altri “legittimati dai propri presunti meriti a dettare la propria legge”.

Quando, alla fine della Seconda Guerra Mondiale, in una situazione devastante per i paesi europei, i padri fondatori dell'Europa decisero di mettere in comune gli interessi economici per impedire un nuovo conflitto, pensarono che ciò avrebbe contribuito ad innalzare i livelli di vita e sarebbe stato il primo passo verso un'Europa più unita, l'Europa della pace e dei popoli. Ritennero che nel futuro l'omogeneità avrebbe prevalso sulle differenze, che con il tempo un tedesco, ad esempio, avrebbe cominciato a pensare e ad agire prima da europeo che da tedesco.

A questa visione idealistica, tuttavia, facevano da contrappunto i “caratteri nazionali” spesso alimentati da reciproci pregiudizi tra i popoli. Nella convinzione che “l'Europa non potrà farsi in una sola volta” né “tutta insieme” la Dichiarazione Schuman<sup>11</sup> nel 1950 sosteneva come “le realizzazioni concrete” avrebbero creato “un'unità di fatto”.

Alle “tragedie barbare” della guerra si sostituiva una “sorta di negoziato necessario alla coesistenza”. Jean Monnet<sup>12</sup> era sicuro che le misure tecnocratiche

---

<sup>10</sup> CERRETELLI, Adriana, *Un rinvio dal sapore «made in Germany»*, [in rete] <http://www.ilsole24ore.com/art/commenti-e-idee/2016-05-25/un-rinvio-sapore-made-germany-231308.shtml?uuid=AD1DHeP>, www.ilsole24ore.com, 26 maggio 2016.

<sup>11</sup> Viene definito così il discorso pronunciato il 9 maggio 1950 dall'allora Ministro degli Esteri francese Robert Schuman. Esso prospettava il superamento delle rivalità tra Francia e Germania, legate alla produzione di carbone e acciaio, tramite un'Alta Autorità comune che ne assumesse il controllo (progetto che trovò realizzazione nella nascita della CECA). Ciò sarebbe servito per creare interessi comuni tra i paesi europei e portarli ad una graduale integrazione politica e ad una condizione di pace tra di essi.

<sup>12</sup> Politico francese (1888-1979), tra i padri fondatori d'Europa.

di integrazione economica avrebbero portato gradualmente all'unificazione politica e considerava gli stessi inevitabili momenti di crisi "grandi opportunità di unificazione"<sup>13</sup>.

Se proprio la necessità di prevenire crisi devastanti ha segnato i passi fondamentali sul cammino dell'Unione, l'attuale crisi della Grecia ne rappresenta un capitolo importante, soprattutto perché ha toccato un paese simbolo della civiltà europea e che ha dato origine alla democrazia.

Guido Rossi, in un suo articolo su *Il Sole 24 ore*, riflettendo sulla possibilità di un'uscita della Grecia dall'Europa, paragona l'attuale Unione Europea all'Olimpo degli dei greci. Cacciato Ares, il dio della guerra, l'Europa sembra caduta nel dominio di Hermes, il dio del commercio, delle comunicazioni, "predone, ladro e ispiratore di sogni" come lo definisce Omero. Lo dimostra lo squilibrio tra i paesi che, come la Germania, hanno saputo creare un'economia stabile e altri, come la Grecia, dove un'economia meno austera e controllata ha provocato debiti pubblici in concomitanza alla globalizzazione e ad un capitalismo liberista e privo di regole. In aperto contrasto con l'auspicio di Thomas Mann verso "Una Germania europea, non un'Europa tedesca".

---

<sup>13</sup> ROSSI, Guido, *Un Nobel all'Europa del «metodo Monnet»*, [In rete]  
<http://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2012-10-14/nobel-europa-metodo-monnet-155102.shtml?uuid=AbSKUwsG>, www.ilsole24ore.com, 14 ottobre 2012.

# STEREOTIPO E PREGIUDIZIO

## 2.1 LO STEREOTIPO

Stereotipo, in psicologia sociale, definisce le credenze riferibili ad una determinata categoria, fortemente resistenti ad ogni cambiamento e modificazione. Come in uno stampo tipografico, che dà origine a copie identiche di un giornale, le caratteristiche psicologiche degli stereotipi sono fisse e rigide, né tengono conto dei cambiamenti della realtà. Nel 1922 il giornalista americano Walter Lippmann<sup>14</sup>, nel suo saggio *Public Opinion*, evidenziò come le “piccole immagini che ci portiamo dentro la nostra mente” rivestissero un ruolo fondamentale nella nostra percezione degli eventi sociali e degli altri; in altre parole la nostra conoscenza, limitata e frammentaria, poggia su “generalizzazioni” sommarie, “rigide e illogiche”, poiché annullano ogni variabilità e specificità individuale. Tale rappresentazione per gruppi porta, secondo Lippmann, ad un’interpretazione errata anche quando si contattano direttamente gli individui, grazie al potere di distorsione delle aspettative legate allo stereotipo. Ad esempio, se ci aspettiamo che una persona appartenente al gruppo dei tedeschi sia “amante dell’ordine e delle regole”, saremo portati a riconoscere tali caratteristiche in ogni suo comportamento<sup>15</sup>.

Le iniziali intuizioni di Lippmann diedero il via a numerose ricerche; all’inizio degli anni ’30 gli psicologi Katz e Braly condussero esperimenti cercando di determinare empiricamente il contenuto degli stereotipi etnici e razziali. I risultati rivelarono che la maggior parte degli stereotipi relativi ai tratti di personalità dei

---

<sup>14</sup> Giornalista e politologo statunitense (1889-1974).

<sup>15</sup> ARCURI, Luciano – CADINU, Mara, *Gli stereotipi*, Bologna, il Mulino, 1998, p. 31.

gruppi nazionali ed etnici derivavano perlopiù dai condizionamenti dei mass media o dalla socializzazione piuttosto che dalle esperienze personali. Ne risultava che, ad esempio, i tedeschi erano visti come razionali e laboriosi, gli italiani artistici e impulsivi e così via. Ciò perché, secondo i due studiosi, la tendenza individuale è quella di “definire prima di osservare”. Lo stereotipo è quindi un tipo di “scorciatoia mentale” che influenza la percezione dell’individuo.

Secondo lo psicologo sociale Henry Tajfel (1969), esso è uno schema che guida l’elaborazione delle informazioni e viene utilizzato per ordinare e semplificare rapidamente le informazioni provenienti dall’ambiente circostante.

Non avendo né il tempo né la possibilità per una conoscenza approfondita ci limitiamo a notare un tratto che caratterizza un tipo ben conosciuto e riempiamo il resto dell’immagine grazie agli stereotipi che ci portiamo dietro. Per esempio, quando osserviamo che una persona è intelligente oppure che è laboriosa o altro ancora operiamo un confronto implicito, cioè collochiamo mentalmente la persona che è oggetto della nostra attenzione in rapporto ad un criterio valutativo da noi adottato. In altre parole, compiamo un’opera di “categorizzazione” comparando il soggetto da noi analizzato con altre persone o gruppi conosciuti in precedenza e che crediamo simili<sup>16</sup>.

Un altro fenomeno collegato con la categorizzazione è la divisione in due gruppi definiti “ingroup” e “outgroup”.

Vari esperimenti hanno dimostrato che l’uomo tende a operare una divisione tra il gruppo di appartenenza (ingroup), che viene favorito e un gruppo esterno (outgroup) che tende a essere discriminato.

Secondo Tajfel i fenomeni di pregiudizio e di conflitto intergruppi possono essere compresi solo se si considera il concetto di appartenenza a un gruppo. Proprio perché una parte del “concetto di sé” (identità) di ognuno deriva dalla consapevolezza di appartenere a un gruppo sociale siamo più propensi a vedere i gruppi di appartenenza sotto una luce più favorevole. Nel confronto con altri gruppi noi giudichiamo infatti il valore del nostro.

Per questo motivo si tende a distorcere il confronto, nel tentativo di differenziare in senso positivo il “noi” dagli “altri”.

---

<sup>16</sup> CALEGARI, Paolo, *Il muro del pregiudizio. Letture in tema di ecologia della mente*, Napoli, Liguori (collana Arcadia), 1994, p. 71.



Attraverso la categorizzazione, quindi, l'individuo definisce il suo posto, e quello altrui, nella realtà sociale, facendo necessariamente riferimento alle norme, ai valori e ai criteri del contesto di appartenenza.

Di conseguenza, per questo motivo, qualsiasi cambiamento nel valutare la realtà implica una ristrutturazione del proprio sistema di valori e un necessario approfondimento delle conoscenze.

Spesso, tuttavia, il processo risulta difficoltoso in situazioni complesse, per cui si preferisce ricorrere agli stereotipi sociali che, veicolati dal contesto di appartenenza, necessitano di poche informazioni per confermare giudizi già posseduti in precedenza<sup>17</sup>.

Anche la psicologa americana Susan Fiske osserva come lo stereotipo rappresenta un tipo di schema che facilita la comprensione della realtà e giustifica le nostre reazioni nei confronti di un gruppo sociale. L'idea di fondo è che nelle relazioni sociali vi sono due variabili, cui prestiamo maggiore attenzione per arrivare ad un giudizio in tempi rapidi:

- il calore (amichevolezza, sincerità, capacità di ispirare fiducia, moralità);
- la competenza (percezione di intelligenza, abilità, efficacia)<sup>18</sup>.

Dall'incrocio di tali fattori si possono ricavare gruppi molto competenti e poco calorosi (i tedeschi e gli inglesi per i gruppi nazionali) oppure molto calorosi ma poco competenti (italiani, spagnoli e greci)<sup>19</sup>.

In altre parole la Fiske suggerisce che la creazione di stereotipi risulta dalle interazioni interpersonali e intergruppo. Quando le persone incontrano altri individui o membri di gruppi differenti (outgroup) da quello di appartenenza (ingroup), desiderano capire quali saranno i loro obiettivi nei confronti dell'ingroup o di loro stessi. Vogliono cioè venire a conoscenza delle intenzioni del gruppo esterno (positive o negative) e della capacità che esso ha di realizzarle; queste caratteristiche corrispondono alle percezioni di calore e competenza, rispettivamente.

---

<sup>17</sup> PAGNOTTARO, Ramona, *Le rappresentazioni sociali dell'immigrazione nella stampa. Un confronto tra la realtà italiana e quella francese*, [in rete], [cestim.it/tesi/tesi\\_pagnottaro\\_rappresentazioni\\_sociali\\_immigrazione\\_stampa.pdf](http://cestim.it/tesi/tesi_pagnottaro_rappresentazioni_sociali_immigrazione_stampa.pdf).

<sup>18</sup> Un ingroup è un gruppo sociale col quale una persona si identifica psicologicamente e si sente parte di esso. Al contrario un outgroup rappresenta un gruppo sociale col quale un individuo non si identifica. Spesso ci si lega ad un gruppo in base a caratteristiche quali razza, cultura, genere, età o religione. L'identificazione col gruppo di appartenenza viene quindi facilitata dal ripudio dell'outgroup, ritenuto estraneo e nemico.

<sup>19</sup> VILLANO, Paola, *Pregiudizi e stereotipi*, Roma, Carocci (collana Bussole), 2013, p. 14.

Per quanto riguarda le percezioni dell'ingroup, un outgroup potrebbe essere visto come competente ma non caloroso (es. ebrei o popoli nordici) ed un altro come caloroso ma non competente (es. persone di colore o popoli del Sud). I sentimenti verso questi gruppi, sentiti in modo più forte negli anni passati, possono essere ripresi per gruppi più attuali, come quello delle donne nell'epoca contemporanea: donne dominanti, competenti, non tradizionali da un lato (es. donne in carriera, femministe, atlete) e donne dipendenti, incompetenti, tradizionali dall'altro (es. casalinghe). Si potrebbe quindi dire che la categorizzazione degli outgroup genera sensazioni di apprezzamento o di avversione e ci permette in questo modo di comportarci diversamente a seconda del gruppo che ci troviamo davanti e del suo potenziale impatto nei confronti di quello di appartenenza<sup>20</sup>.

Gli stereotipi rappresentano quindi un mezzo che favorisce il sorgere e il mantenersi dei pregiudizi, poiché alla loro base vi è un'interpretazione condivisa che aiuta la comunicazione tra i membri di uno stesso gruppo, ma nel contempo può favorire sentimenti di avversione nei confronti dell'altro.

## 2.2 IL PREGIUDIZIO

Etimologicamente il termine pre-giudizio si riferisce a un giudizio che precede l'esperienza, fornito cioè in assenza di dati sufficienti e quindi potenzialmente errato. Già Bacone, all'inizio del Seicento, sosteneva la necessità di guardare la realtà liberandosi dagli *idola mentis*, cioè dagli errori della mente, di partire come *tabula rasa* per arrivare alla vera conoscenza del mondo. Egli non fu il solo a interessarsi al tema. Molti pensatori, come Galileo, Vico e Spinoza, si occuparono del problema della conoscenza, tesa tra oggettività, dimensione soggettiva e dinamiche storico sociali. Del resto, tra le basi della scienza moderna, sta proprio l'affermazione della verità dei fatti contro ogni forma di visione preconcepita<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> FISKE, Susan T. – CUDDY, Amy J. C. – GLICK, Peter – XU, Jun, *A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition*, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, Vol. 82, No. 6, 878-902.

<sup>21</sup> MAZZARA, Bruno M., *Stereotipi e pregiudizi*, Bologna, il Mulino, 1997.

Nell'ambito delle scienze sociali se da un lato tale concetto viene sempre più utilizzato in riferimento a gruppi sociali minoritari, dall'altro viene identificato come un giudizio sfavorevole nei confronti del gruppo oggetto del pregiudizio stesso. Secondo questa definizione, quindi, esso rappresenterebbe una disposizione a percepire e giudicare in maniera sfavorevole gruppi diversi dal proprio. Caratteristica saliente è proprio il suo essere d'orientamento per l'agire concreto.

Si parla di pregiudizio in riferimento a uno stereotipo scarsamente fondato su dati verificabili e che viene applicato alla realtà sociale mediante atteggiamenti influenzati da fattori cognitivi, emotivi, di ordine socio-familiare, religioso, politico e ambientale che orientano i nostri comportamenti. Gordon W. Allport sostiene infatti che, per avere un quadro completo, bisogna "integrare il livello di analisi storico-economico, quello socio-culturale, quello situazionale e infine quello delle dinamiche psicologiche più generali attraverso le quali l'individuo percepisce il mondo esterno, organizza le sue conoscenze ed elabora le proprie risposte comportamentali a diversi stimoli"<sup>22</sup>.

Lo stereotipo viene così a costituire il nucleo cognitivo del pregiudizio, cioè l'insieme delle informazioni e delle credenze relative a una determinata categoria in grado di orientare la valutazione dei dati in direzione del pregiudizio stesso.

La tendenza quindi a pensare e ad agire sfavorevolmente verso un gruppo sociale (pregiudizio) poggia sulla convinzione che esso possieda in maniera omogenea caratteristiche considerate negative (stereotipo).

Il sociologo americano William Graham Sumner (1840-1910) vi accosta il concetto di etnocentrismo e sottolinea la tendenza a considerare il proprio gruppo al centro di ogni cosa e a classificare e valutare tutti gli altri in rapporto ad esso. Le altre culture, perciò, vengono interpretate in base ai criteri della propria. Questa attitudine, universalmente osservabile, si può esemplificare in atteggiamenti diversi:

- nella tendenza a valutare ogni cosa secondo i valori e le norme proprie del gruppo di appartenenza del soggetto;
- nella tendenza dei membri di ogni gruppo umano a credersi migliori di quelli degli altri gruppi;
- nella tendenza a manifestare atteggiamenti favorevoli nei confronti del gruppo di appartenenza combinati ad atteggiamenti sfavorevoli nei confronti

---

<sup>22</sup> ALLPORT, Gordon W., *The nature of prejudice*. Reading, MA, Addison-Wesley 1954; trad. it. *La natura del pregiudizio*, Firenze, La Nuova Italia, 1973.

di quanti non vi appartengono, spesso accompagnati da stereotipi e pregiudizi negativi<sup>23</sup>.

Infine, va ricordato come si tratti di fenomeni che vanno considerati sia dal punto di vista storico-sociale, sia sotto l'aspetto psicologico: vanno quindi spiegati sia come risultato di dinamiche sociali conflittuali sia come frutto di interazioni psico-sociali tra individui e gruppi, in una prospettiva complementare<sup>24</sup>.

## 2.3 IL “CARATTERE NAZIONALE”

Non si può certo negare che in Europa esistano profonde differenze culturali, frutto anche di precise esperienze storiche. La percezione di tali differenze diviene tuttavia discutibile quando il concetto di “identità nazionale” e di “cultura” viene confuso con quello di “carattere nazionale” e di conseguenza a tutti i membri di una nazione vengono attribuite poche caratteristiche fisse, ritenute connaturate a quel popolo. Uno tra i primi ad ironizzare sull'argomento fu proprio lo scrittore francese Gustave Flaubert (1821-1880), che nel suo *Dizionario dei luoghi comuni* evidenziava la banalità dei giudizi ricorrenti sui popoli. Gli inglesi: tutti ricchi. I tedeschi: grandi sognatori. Gli svizzeri: abili albergatori. Gli italiani: traditori e musicisti. E i francesi? Naturalmente il popolo più importante dell'universo<sup>25</sup>!

Se dunque il processo di generalizzazione e categorizzazione della realtà rappresenta un fenomeno naturale, che obbedisce all'esigenza umana di comprendere il mondo che ci circonda, esso può anche divenire un pericoloso ostacolo alla comprensione interculturale.

Allport (1954) sottolinea come spesso pregiudizi e stereotipi nascano dal fatto di non conoscere realmente l'altro e le sue caratteristiche: attraverso di essi, pertanto, crediamo di identificare delle qualità negative senza avere la certezza della loro veridicità. Il fine del giudizio è in effetti quello di porre il gruppo oggetto di considerazione in una posizione di svantaggio, indipendentemente da un oggettivo

---

<sup>23</sup> [In rete] [www.cestim.it/sezioni/materiali\\_didattici/cittadifferenze/stereotipi.pdf](http://www.cestim.it/sezioni/materiali_didattici/cittadifferenze/stereotipi.pdf).

<sup>24</sup> MAZZARA, p. 35.

<sup>25</sup> FLAUBERT, Gustave, *Dizionario dei luoghi comuni; Album della Marchesa; Catalogo delle idee chic*, Milano, Piccola Biblioteca Adelphi, ed. 1990.

accertamento della realtà. Per evitare di imbatteci in una situazione non chiara, tendiamo a dare una spiegazione a tutto, anche a quanto non conosciamo o non possiamo conoscere.

In sintesi, l'utilizzo di stereotipi e pregiudizi può essere considerato un processo di autodifesa, mediante il quale giustifichiamo e sosteniamo un nostro comportamento in relazione ad una specifica categoria. Siamo alla continua ricerca di capri espiatori, che facciamo scaturire dalle nostre categorie e rappresentazioni, le quali tuttavia possono anche non corrispondere minimamente alla realtà. Così, inventiamo falsi attributi senza identificare quelli essenziali. Poniamo poi sullo stesso piano attributi riconoscibili ed altri frutto di una nostra elaborazione mentale. Possiamo ad esempio pensare, come fanno molti antisemiti, che gli ebrei siano avari, avidi ecc. Quando, come in questo caso, associamo un'opinione o una valutazione esagerata ad una categoria di persone o di situazioni creiamo un cliché, uno stereotipo<sup>26</sup>. Di conseguenza, entrare in contatto con l'altro potrebbe permetterci di conoscerlo e di smentire gli stereotipi del gruppo che rappresenta.

## 2.4 LA MAPPA DEI LUOGHI COMUNI

La recente crisi greca e l'annunciata dissoluzione della casa comune europea hanno rimesso sul palcoscenico i luoghi comuni. L'immagine convenzionale che ciascuno di noi ha dell'altro.

“Clichés, stereotipi, pregiudizi: occhiali invisibili che colorano la realtà fino a deformarla, ai quali però ci si abitua facilmente”<sup>27</sup> : così li definisce Bausinger, autore del saggio *Tipico tedesco. Quanto tedeschi sono i tedeschi?*.

Dietro questi occhiali colorati tutti i popoli sono diventati la loro caricatura. L'interesse per l'argomento è testimoniato dall'oltre mezzo miliardo di utenti che hanno visitato sul sito web dell'artista bulgaro di stanza a Londra Yanko Tsvetkov la serie *Mapping Stereotypes*, beffarde mappe sugli stereotipi europei. Il designer con il progetto *Alphadesigner Identity Report* ha provato a raccontare con ironia come i

---

<sup>26</sup> CALEGARI, pp. 35-42.

<sup>27</sup> BAUSINGER, Hermann, *Tipico tedesco. Quanto tedeschi sono i tedeschi?*, Pisa, Edizioni ETS, 2007, p. 15.

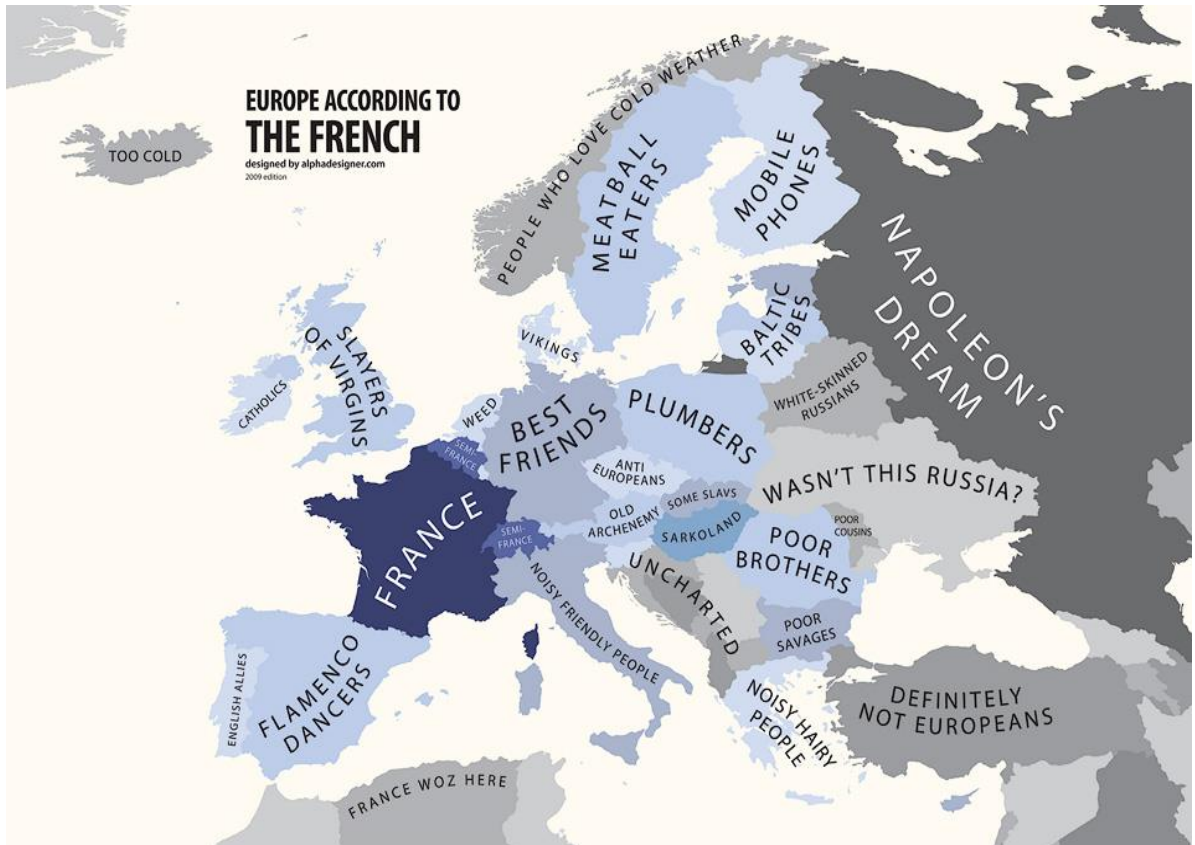
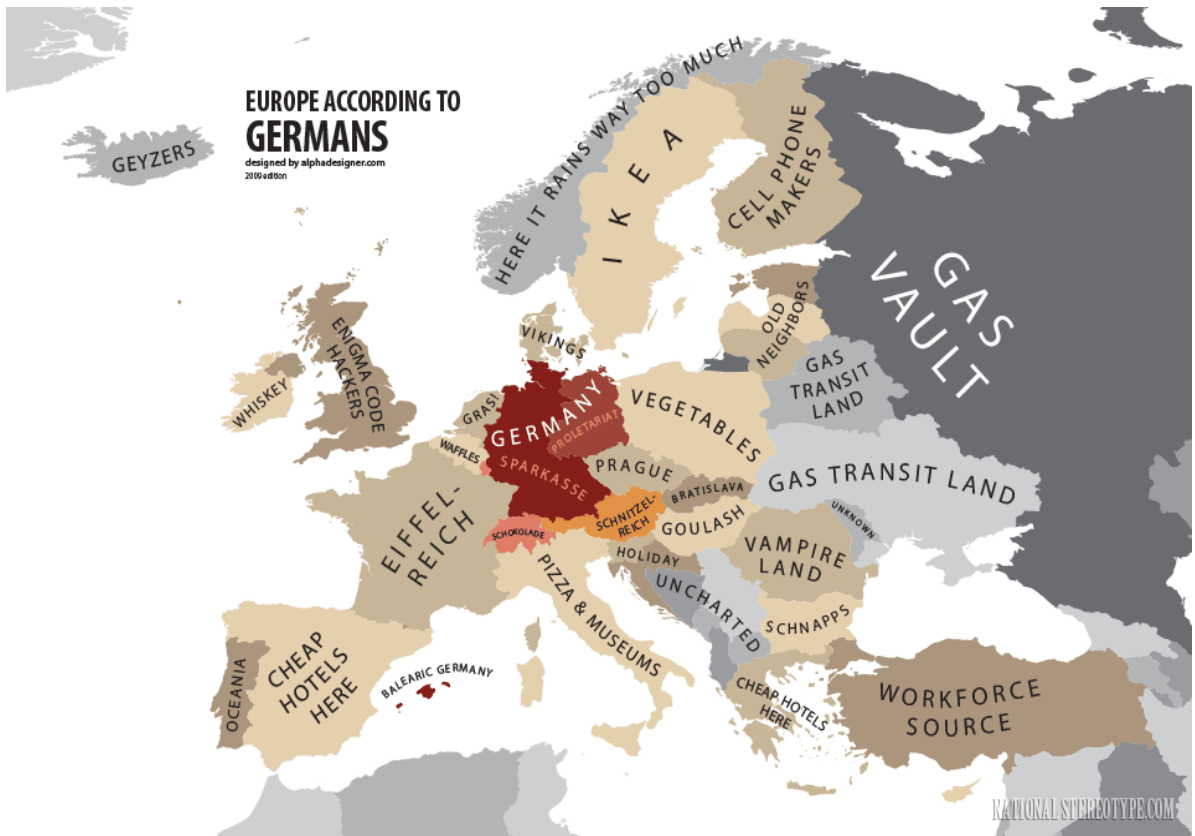
cittadini dei diversi stati dell'Unione Europea vedono i loro vicini, per esorcizzarne le differenze. Così per gli italiani i greci sono "bizantini", per gli svizzeri rappresentano la terra degli alberghi fallimentari, per i tedeschi quella degli hotel a basso prezzo, per i francesi sono "noisy hairy people", rumorose persone pelose. A loro volta, i greci vedono l'Europa come "l'unione dei turchi drogati da lavoro" ("stingy alcoholics"), mentre i tedeschi si dividono fra "freaks", ossia strani, e imperialisti<sup>28</sup>.

Ma fino a che punto gli stereotipi hanno un fondo di verità? Quali sono i principali stereotipi riferiti ai greci e ai tedeschi, i due popoli che si sono fronteggiati ai poli opposti della crisi?

---

<sup>28</sup> *Viva l'Europa dei luoghi comuni! Ecco gli stereotipi con cui la vedono gli abitanti di ciascun paese*, [in rete] <http://www.ilsole24ore.com/articlegallery/notizie/2013/europa-stereotipi/index.shtml?uuid=AbSNptqI>, [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com), 9 ottobre 2013.







# LA GRECIA TRA MITO CLASSICO E “DEGENERAZIONE” MODERNA

## 3.1 LA NOSTALGIA DELLA CLASSICITÀ

Dei greci si ama ripetere che sono i padri della nostra civiltà e che la stessa Europa deriva il suo nome da un mito greco. La Grecia appartiene all'immaginario collettivo dell'umanità. Non esistono persone al mondo che non siano a conoscenza del ruolo che i greci hanno giocato nella creazione della civiltà occidentale. È infatti la patria della democrazia, della filosofia, dei Giochi olimpici, della letteratura occidentale e della storiografia, nonché di importanti principi della matematica e della geometria, del teatro e della medicina occidentali.

Massimo Cacciari sottolinea come, nonostante le differenze di tradizione, costumi, lingue e confessioni religiose che costituiscono “l'arcipelago d'Europa”, “il logos greco ne è portante radice. Quel logos ci raccoglie insieme e ha informato di sé la storia, il destino d'Europa”<sup>29</sup>.

Nella storia della Grecia, il rapporto con l'antico si presenta come stimolo e base della lotta di liberazione. Nella lotta contro il nemico turco, l'Ellade antica si trasforma in un mito di fondazione, utilizzato per porre le basi del nuovo Stato moderno e per colmare la distanza tra il presente e il periodo più glorioso della storia greca. Dopo le lotte per l'indipendenza, anche i nomi dei luoghi vengono ricondotti forzatamente alla forma classica e la stessa lingua viene dirottata verso forme

---

<sup>29</sup> CACCIARI, Massimo, *Siamo tutti figli del logos. Ecco perché la Grecia resterà sempre la miglior patria d'Europa*, [in rete] <http://www.dirittiglobali.it/2015/07/siamo-tutti-figli-del-logos-ecco-perche-la-grecia-resterà-sempre-la-miglior-patria-deuropa/>, www.dirittiglobali.it, 1 luglio 2015.

antiche, ormai estranee. Nella Costituzione del 1844 vengono ricreati la *boulè*, l'*Areopago*, il *demos* (unità amministrativa) sia pure con funzioni diverse. Gli eroi del passato vengono evocati a livello iconografico come simboli di lotta, mentre nelle medaglie la dea Atena, puntando la lancia contro la mezzaluna, è accompagnata dalla civetta e dalla scritta "Libertà degli Ateniesi"<sup>30</sup>.

Tale mito, che alimenta la lotta contro il Turco, si rende necessario per creare i presupposti del nuovo Stato moderno e per colmare la distanza tra il presente e il periodo più glorioso della storia della Grecia.

Nei primi anni del nuovo regno greco moderno, viene pubblicata l'opera di Johann Gustav Droysen<sup>31</sup> che rilancia il concetto, già presente in Herder, di ellenismo. Viene riscoperta positivamente la storia del periodo alessandrino, quando la cultura greca superò i confini del Mediterraneo, e il ruolo della Macedonia. Con il padre della moderna storiografia greca, Konstantinos Paparrigopoulos<sup>32</sup>, il termine ellenismo assume un più ampio significato, venendo a definire la cultura greca in più fasi della sua storia: all'ellenismo antico segue l'ellenismo macedone e quello medievale o bizantino. Gli Elleni, gradualmente, non sono più, così, solo gli antichi eroi, eccezionali per statura e imprese, ma anche i nuovi eroi contemporanei e quindi tutti i greci<sup>33</sup>.

Negli anni trenta l'attività archeologica, soprattutto attraverso le missioni archeologiche tedesche, rinvigorisce il mito del classico. Hitler stesso contribuisce con fondi personali agli scavi di Olimpia e le Olimpiadi di Berlino del 1936 evidenziano l'attrazione della cultura tedesca per la "grecoità pura, atletica e guerriera"<sup>34</sup>.

---

<sup>30</sup> COPPOLA, Alessandra, *Una faccia una razza? Grecia antica e moderna nell'immaginario italiano di età fascista*, Roma, Carocci, 2013, p. 25.

<sup>31</sup> Storico e politico tedesco (1808-1884).

<sup>32</sup> Storico greco (1815-1891), considerato il fondatore della moderna storiografia greca; conosciuto per gli originali contributi dati alla storia greca, a quella bizantina e ad altri campi degli studi greci.

<sup>33</sup> *Ibidem*, p. 28.

<sup>34</sup> *Ibidem*, p. 29.

## 3.2 LA FRATTURA STORICA TRA GRECIA ANTICA E MODERNA

Non mancano tuttavia elementi di dibattito e di polemica. La scelta di Atene come nuova capitale, ad esempio, viene da taluni osteggiata perché, con i suoi monumenti, dà un'idea di Grecia irreale, che contrasta con il presente.

La Grecia moderna non può non fare i conti con la dominazione bizantina e soprattutto con gli Ottomani (dal 1453 al 1821) che hanno cancellato le tracce della civiltà classica.

Nel periodo fascista, non mancano voci che, a proposito dei greci, ruotano intorno a stereotipi di razza e accostano i greci a razze ritenute inferiori. Nel suo saggio *Una faccia una razza?* Alessandra Coppola fa riferimento ad alcuni articoli di epoca fascista nei quali si può comprendere come il confronto con l'antichità classica non possa non tener conto della "degenerazione" della Grecia attuale. Nel 1925 Ettore Pais<sup>35</sup>, in un'opera sull'Italia antica, pur ammirando la civiltà greca dell'Italia meridionale, ne evidenzia i caratteri di perfidia e malafede, che accomunano, a suo dire, greci e semiti. Astuzia greca, dunque, *versus bona fides romana*<sup>36</sup>.

In un articolo dal titolo significativo, *La tragedia della razza greca*, pubblicato sulla rivista *Difesa della razza*<sup>37</sup> il giornalista Gino Lupi, nel 1939, sottolinea come la nazione greca non poté mantenere i suoi autentici tratti razziali a causa delle continue invasioni concludendo che "la razza greca è quasi scomparsa"<sup>38</sup>.

Sempre sulla stessa rivista Giuseppe Pensabene (noto come Giuseppe dell'Isola), ricorda come si sia giunti a tal punto che "lo studio del greco, che fu lingua d'Omero, serve per presentarci, sotto veste estetica, la corruzione orientale o i veleni filosofici che, venutici dall'Asia, infettarono il mondo antico" e sottolinea anche che la Nike alata, simbolo trionfale di vittoria, "visse finché essi conservarono la loro razza. Quando, per la rapida mescolanza con i Levantini venne meno il loro carattere Ario, questa magnifica forma appassì."

---

<sup>35</sup> Storico dell'antichità italiano (1856-1939).

<sup>36</sup> *Ibidem*, p. 71.

<sup>37</sup> Rivista con cadenza quindicinale (1938-1943), nella quale si facevano dei resoconti statistico-scientifici per sostenere la superiorità della razza ariana alla quale gli italiani sarebbero appartenuti.

<sup>38</sup> *Ibidem*, p. 73.

In epoca fascista, le opinioni sulle riviste propagandistiche servivano a influenzare l'opinione pubblica creando un clima di odio e di disprezzo contro i greci, considerati inferiori ed esasperando la differenza tra la classicità esaltata e il banale presente.

### **3.3 IL CARATTERE LEVANTINO DEI GRECI MODERNI**

La “degenerazione” della razza greca viene comunque sempre accostata al carattere levantino dei greci moderni. La parola levantino è ricca di significato: con questo nome venivano chiamati gli abitanti delle regioni del Levante, cioè del Mediterraneo orientale, in particolare il ceto europeizzante delle città commerciali della Grecia, della Turchia (Costantinopoli e Smirne), della Siria, della Palestina e dell'Egitto. Rimanda all'immagine di un bacino mediterraneo solcato da mercanti abili, spregiudicati e insinceri. Ma non connota solo sterilmente il mercante imbrogliatore: ha una connotazione ampia e sfaccettata. Il levantino è istrionico, espansivo e accomodante, simpatico e affascinante, affarista esperto, serpentino e scaltro, fortemente interessato ma mai spietato.

# I LUOGHI COMUNI SUI POPOLI DEL “MERIDIONE” D’EUROPA

## 4.1 LA RIFLESSIONE TRA SETTECENTO E OTTOCENTO

Il termine levantino riconduce alla mescolanza di popoli che storicamente ha sempre caratterizzato l’ambiente del Mediterraneo, crocevia di culture, palcoscenico in cui sono venute a contatto civiltà, religioni, culture, sistemi economici e politici diversi e talora contrastanti, luogo ideale per i processi di interazione e di sviluppo delle civiltà, ma anche, nella tarda età moderna, agli occhi del Nord d’Europa, ridotto ad un Sud che ha perso l’antico primato economico e il dominio commerciale e appare da un lato come il luogo dell’arretratezza e dell’inerzia civile, dall’altro come luogo di bellezza decadente, con il fascino del “pittresco” che emana da un passato di grandezza di cui rimangono solo le rovine<sup>39</sup>. Destino, questo, che accomuna tutto il Sud europeo, dalla Grecia al Meridione d’Italia. Sin dalla fine del Settecento si combatte in Europa un “conflitto di rappresentazioni” per stabilire “le gerarchie di rilevanza e di valore” delle diverse nazioni. Questa “guerra culturale” si combatte anche, nota Piero Bevilacqua nella sua prefazione al saggio *Un paradiso abitato da diavoli* di Nelson Moe, attraverso una nuova geografia simbolica, che mette in evidenza i confini tra un Nord alla guida della supremazia economica d’Occidente e un Sud lontano, vicino a paesi che non contano nulla. Nello stesso tempo, tuttavia, nota ancora Bevilacqua, contemporaneamente all’avanzata del processo di

---

<sup>39</sup> MOE, Nelson, *Un paradiso abitato da diavoli. Identità nazionale e immagini del Mezzogiorno*, Napoli, L’Ancora del Mediterraneo, 2004, p. 6.

modernizzazione capitalistica nei paesi del Nord, questi ultimi sentono anche il bisogno di un Sud “estetico”, che appaghi il loro desiderio di evasione dal mondo borghese<sup>40</sup>.

Nascono tra la metà del diciottesimo e la metà del diciannovesimo secolo discussioni nell’ambito del pensiero sociale europeo che contribuiscono a rafforzare la differenza tra Settentrione e Meridione. Secondo Montesquieu (1689-1755), ad esempio (*Lo spirito delle leggi*<sup>41</sup>, 1748), il clima avrebbe un ruolo determinante nella società umana, influenzando i costumi sociali e le forme di governo. Nel capitolo intitolato “Come sono differenti gli uomini nei diversi climi” egli parte dalla tesi che l’aria fredda e l’aria calda hanno effetti diversi sui corpi. Così, prosegue Montesquieu “troverete nei paesi settentrionali popoli che hanno pochi vizi, parecchie virtù, molta sincerità e franchezza. Avvicinatevi ai paesi meridionali, e vi sembrerà addirittura di allontanarvi dalla morale: passioni più vive moltiplicheranno i delitti; ciascuno cercherà di prendersi sugli altri tutti i vantaggi che possono favorire quelle passioni medesime”. Nei capitoli seguenti contrapporrà poi con enfasi la laboriosità e l’amore per la libertà dei settentrionali alla pigrizia e alla tendenza alla sottomissione dei meridionali, mettendo in evidenza soprattutto la superiorità morale dei primi sui secondi. In quanto a “pigrizia dello spirito” egli assimila poi i meridionali ai popoli d’Oriente<sup>42</sup>.

Nei primi anni dell’Ottocento, lo scrittore svizzero Charles Victor de Bonstetten (1745-1832) distingue “l’homme du midi et l’homme du nord”, scegliendo le Alpi come confine di demarcazione:

“L’uomo del Meridione, installato come il re dell’universo sotto il sontuoso baldacchino di un cielo sempre puro e sereno, ritrova ogni giorno fiori e frutti. Per lui, abbacinato dallo splendore della vita presente, inebriato di piaceri non ideali ma sensuali, il lontano futuro e la fascinazione dei ricordi non esistono.

Circondato dai doni della natura, continuamente colpito da sensazioni vive, esposto a tutti i rischi di un’esistenza che non dipende mai dalla sua volontà, egli si vede

---

<sup>40</sup> *Ibidem*, p. 7.

<sup>41</sup> Scritto più importante del filosofo francese. Mediante l’analisi delle diverse forme del diritto civile e dei governi e delle loro relazioni con la natura fisica (il “clima”) e con la natura umana, l’autore si propone di identificare le leggi profonde che regolano il reciproco rapporto fra la politica e lo “spirito generale” di uno Stato.

<sup>42</sup> *Ibidem*, p. 35.

condannato a non vivere mai con se stesso; l'uomo del Nord, invece, dotato della più sublime delle facoltà, quella di dirigere, quando vuole, il proprio destino, c'insegna che la dignità umana, al pari della sua potenza e felicità, risiede nel pensiero ancor più che in qualsiasi altra causa."

Così Nelson Moe nel suo saggio sintetizza le contrapposizioni che ne emergono e che rimandano comunque a luoghi comuni su Settentrione e Meridione che circolavano in Europa da circa un secolo<sup>43</sup>:

<b>Uomo del Nord</b>	<b>Uomo del Sud</b>
Vive in un ambiente uniforme Ragione, riflessione Laboriosità	Vive in un ambiente ricco e variegato Immaginazione, sentimento Indolente, vive dei frutti che la terra gli elargisce gratuitamente
Vive in luoghi chiusi Vita abitudinaria Pianifica il futuro Banche Senso sociale Può essere educato/corretto	Vive all'aperto Vita non abitudinaria Non pensa affatto al futuro Assenza di banche Egoismo Non può essere educato/corretto

Lo stesso Giacomo Leopardi, nel *Discorso sopra lo stato presente de' costumi degli italiani*, passa in rassegna alcuni luoghi comuni che assimilano l'Italia ai paesi del Meridione d'Europa, concludendo:

"I popoli meridionali superarono tutti gli altri nella immaginazione e quindi in ogni cosa, a' tempi antichi; e i settentrionali per la stessa immaginazione superano i meridionali a' tempi moderni. La ragione si è che a' tempi antichi lo stato reale delle cose e delle opinioni ragionate favoriva tanto l'immaginazione quanto a' tempi moderni la sfavorisce. E però in pratica l'immaginazione de' popoli meridionali era tanto più attiva di quella de' settentrionali quanto è ora al contrario, perché la freddezza della realtà ha tanta più forza sulle immaginazioni e sui caratteri quanto essi sono più vivi e più caldi. E certo le nazioni settentrionali, e massime il popolo, sono molto più paragonabili e simili oggidì alle antiche che non sono le nazioni, e massime il popolo del mezzogiorno, laddove è pur certo che dovendo scegliere tra i climi e tra i caratteri

---

<sup>43</sup> N. MOE, p. 39.

naturali dei popoli una immagine dell'antichità niuno dubiterebbe di scegliere i meridionali, e i settentrionali viceversa per immagini del moderno<sup>44</sup>.”

Secondo Leopardi, quindi, i settentrionali dell'età moderna sono superiori perché più simili ai popoli meridionali dell'antichità, ma, nella storia del genere umano, per lui il momento di eccellenza è comunque l'antichità classica.

## **4.2 IL PERMANERE DEGLI STEREOTIPI SUI GRECI, POPOLO MERIDIONALE**

E ritorniamo dunque al punto di partenza. Orfani della classicità i popoli meridionali, e quindi i greci tra loro, vengono tuttora, soprattutto in questo momento di crisi, caratterizzati da stereotipi, che richiamano quelli del passato. Nell'Europa dei luoghi comuni l'abitante del Sud è ancora visto come espansivo, legato alla famiglia, ma caotico, inaffidabile, corrotto. E i media contribuiscono a diffondere una tale visione.

E' indubbio che nella società attuale i mezzi di comunicazione di massa rappresentino un potente veicolo di trasmissione di tali idee preconcepite. Per far sì infatti che contenuti culturali e conoscenze possano essere condivise c'è bisogno della mediazione linguistica.

I mezzi di comunicazione di massa tendono poi a generalizzare su concetti sintetici ciò che raccontano, costruendo a volte stereotipi ad arte per evitare di risolvere la situazione. Se viene diffusa l'idea che al popolo greco, ad esempio, sia associata un'innata tendenza alla corruzione e all'inganno, l'interpretazione dei fatti seguirà necessariamente questa chiave di lettura. Un'informazione più corretta e approfondita fornirebbe possibilità di soluzioni differenti.

Esempi di un'immagine stereotipata della Grecia vengono ad esempio forniti dai film americani. Nel film *Il mio grosso grasso matrimonio greco* di Joel Zwick (USA, 2002) si illustrano le differenze culturali fra la società americana e quella

---

<sup>44</sup> LEOPARDI, Giacomo, *Discorso sopra lo stato presente de' costumi degl'italiani*, Napoli, Liguori, ed. 2000, pp. 55-56.



mediterranea nell'organizzazione del matrimonio e nel concetto dell'istituzione stessa. Ricco di stereotipi sui greci, su quanto siano caotici e legati alla famiglia, il regista li usa per far ridere e per non rendere la storia piatta e pesante, ma anche per sottolineare come, nonostante le abissali differenze che mettono in contrapposizione la cultura tradizionale greca e la sofisticata mentalità newyorkese, attraverso la conoscenza anche i più consolidati preconcetti possono venir meno. Infatti, come afferma nel film *Gus Portokalos*, il tradizionalista padre greco della protagonista, durante il discorso per gli ospiti al matrimonio della figlia: "Siamo tutti diversi, come mele e arance. Ma alla fine siamo tutti frutta!".

Anche il musical *Mamma mia!* (USA, UK, Germania, 2008) , girato sulla splendida isola di Skopelos, rimanda ad una Grecia esotica, da cartolina, popolata da abitanti chiassosi e desiderosi di divertirsi.

Non mancano, tuttavia, caratteri più negativi attribuiti ai greci. La rivista *Limes* sottolinea come i tedeschi abbiano demonizzato gli abitanti dei paesi euro-mediterranei - greci in primo luogo e poi portoghesi, spagnoli e italiani – "ritraendoli come gente pigra, indisciplinata, corrotta"<sup>45</sup>. Anche l'autore Patrizio Nissirio nota come una certa "personalità" della Grecia abbia avuto un ruolo rilevante nell'evoluzione negativa dell'economia del paese. Egli afferma infatti che "chiunque viaggi ad Atene rimane sorpreso dalla vita da caffè che tanti abitanti sembrano vivere per molte ore del giorno... La domanda che sorge in qualsiasi europeo che vede per la prima volta questa realtà è: «Ma qui chi lavora, se questi sono tutti seduti per ore al bar, a metà mattina?»"<sup>46</sup>.

Ancora, il seguente dialogo, preso da uno sketch del programma televisivo satirico tedesco della ZDF *Neo Magazine Royal* riporta una surreale conversazione telefonica in cui due uomini d'affari tedeschi discutono del debito di Atene snocciolando luoghi comuni e pillole di qualunquismo. Il problema è che sono tutte citazioni ricavate dai titoli dei principali giornali tedeschi!

---

<sup>45</sup> BÔTZIOS, Christos, *Contro l'arroganza della Germania*, [in rete] <http://www.limesonline.com/control-arroganza-della-germania/38345>, www.limesonline.com, 24 settembre 2012.

<sup>46</sup> NISSIRIO, Patrizio, *Ouzo amaro. La tragedia greca dalle Olimpiadi al gol di Samaras*, Roma, Fazi, 2012, pp. 99-100.

*Estate 2015, da qualche parte nella più grande potenza economica d'Europa.*

...

J: Volevo dirti una cosa veloce su tutta questa cosa della Grecia. E' una cosa che non mi fa dormire la notte. Te lo dico onestamente: dovrebbero chiedere a noi tedeschi se vogliamo continuare a pagare!

K: Questi truffatori greci stanno distruggendo la moneta unica.

J: E la cosa peggiore è che i greci sono doppiamente ricchi dei tedeschi.

K: Conducenti di taxi non vedenti, vedovi sposati e persone morte che prendono la pensione...

J: Vendete le vostre isole greci spiantati! E anche l'Acropoli!

K: No! Basta con i finanziamenti per gli avidii greci. No! No! No!

J: Chi sono quelli veramente pericolosi? I russi o i greci?

K: Anche la Germania ha i suoi debiti, ma almeno noi possiamo ripagarli! Perché ci alziamo presto la mattina e lavoriamo tutto il giorno!

J: Smettetela di lamentarvi! Siete in bancarotta!

K: Io ho fiducia in quest'uomo sulla sedia a rotelle. Questi estremisti greci, questi supereroi nei loro stivali da combattimento... Avrebbero di certo del filo da torcere con quel ragazzino tedesco.

J: E la loro caotica amministrazione? Lo sapevi che il loro governo paga per avere indietro i prigionieri morti?

K: Che governo di ragazzini.

J: L'Euro non è certo un dono degli dei!

K: Già! La Germania dovrebbe ripagare i greci per la Seconda Guerra Mondiale? Certo! Come no!

J: E l'Iran dovrebbe chiedere un risarcimento alla Grecia per le distruzioni avvenute con Alessandro Magno. E sai chi dovrebbe pagare per questo? Noi, di certo!

K: Non possiamo nemmeno avere la Nostra moneta!

*Quest'estate i tedeschi hanno un'opportunità storica.*

K: Li vedi seduti a pensare: "Non ho soldi, cosa devo fare?" Beh, chiamiamo la Germania!

J: Se non vogliono ascoltare allora devono provare la via più difficile.

*L'opportunità di non comportarsi da str... per una volta.*

K: La terra delle idee è la Germania, mentre loro sono la terra dello star seduti! Ma nessuno all'estero ce ne dà credito.

J: Nessuno dà mai a noi tedeschi qualcosa in cambio di niente!

*Abbiamo degli ottimi motivi per aiutare la Grecia.*

K: Il denaro non piove dal cielo. Ora l'hanno capito anche loro!

*C'è in gioco qualcosa di cui ormai non si parla nemmeno...*

J: Quei soldi sono nostri! Sono soldi tedeschi!

*L'Europa*<sup>47</sup>.

Il dialogo mette in risalto come nei momenti critici i media riflettano e amplifichino stereotipi già esistenti, in un *feedback loop*.

Nella fase più acuta della crisi, quando la Grecia rischia di uscire dall'Euro, in un articolo del Sole 24ore si parla di “semplificazioni”, che presentano i greci come “cinici, bari, irrecuperabili”, mentre di contro i tedeschi (e i nordici) sono visti come “modelli di virtù, vittime innocenti ingiustamente condannate a pagare i debiti altrui”. La giornalista riflette su come tali ragionamenti costituiscano l'alibi morale che potrebbe fornire la giustificazione per la cacciata della Grecia dall'Eurozona<sup>48</sup>.

Così il premier Alexis Tsipras, in visita a Berlino da Angela Merkel nel marzo 2015, cerca di ammorbidire i rapporti tra i due Stati chiedendo di mettere fine agli “stereotipi sui greci pigri, o sui tedeschi che sarebbero colpevoli della situazione in cui ci troviamo”<sup>49</sup>.

---

<sup>47</sup> [in rete] <http://video.corriere.it/grecia-provocazione-uno-show-tedesco-abbiamo-occasione-storica-non-comportarci-str/088d1970-28ae-11e5-8e27-9292b85fb2a2>.

<sup>48</sup> A. CERRETELLI, *Grexit, il veleno dei luoghi comuni*, [in rete] <http://www.ilsole24ore.com/art/commenti-e-idee/2015-07-10/grexit-veleno-luoghi-comuni-071541.shtml?uuid=AChpSEP>, Il Sole 24 ore, 10 luglio 2015.

<sup>49</sup> T. MASTROBUONI, *Merkel: vogliamo una Grecia forte. Ma poi conferma la linea dura*, [in rete] <http://www.lastampa.it/2015/03/24/economia/merkel-vogliamo-una-grecia-forte-ma-poi-conferma-la-linea-dura-dy36sn5vAXo8lZy2pk2VGL/pagina.html>, La Stampa, 24 marzo 2015.

### 4.3 LA DIVISIONE NORD - SUD E LE ACCUSE AI “PIGS”



In tempi di oscura crisi economica, politica e morale la strategia diviene la ricerca di un capro espiatorio cui addossare tutte le colpe. La crisi accentua di fatto il vero problema dell'evidente crisi europea, fatta di paesi divisi e che non vogliono comprendersi, rimanendo ristretti negli interessi nazionali.

Torna alla ribalta sui giornali l'acronimo PIGS che in inglese significa, letteralmente, “maiali” e che invece indica Portogallo, Irlanda, Grecia e Spagna, quattro paesi europei con i conti particolarmente disastrosi.

L'acronimo ha subito modifiche nel tempo: inizialmente PIIGS includeva sia Italia che Irlanda, poi PIIGGS comprendeva anche la Gran Bretagna, infine si è giunti a GIPSI (Zingaro) per evitare l'accezione troppo negativa del termine; per questo sia il *Financial Times* che la Banca Barclays Capital hanno deciso infine di bandire il termine PIGS dai loro report<sup>50</sup>.

<sup>50</sup> RIZZINI, Renato, *Crisi finanziaria dei Paesi PIGS: cause, conseguenze e rimedi nella presente congiuntura economico-politica*, 2011, p. 4.



51

Si tratta in realtà di una sigla apparsa già negli anni '90 per indicare quell'area dell'Europa Mediterranea (cui appartengono i paesi indicati) che da sempre presenta problemi di deficit di bilancio. In effetti dai paesi anglofoni l'Europa è sempre stata vista come divisa in due: il Nord, con paesi come Germania, Francia, Gran Bretagna, Svezia, con una crescita stabile, conti pubblici regolari e forte competitività, il Sud all'opposto. L'acronimo rivela quindi una situazione di profonda inferiorità economica di alcuni stati nei confronti dell'Europa e del mondo, il che può anche essere letto inversamente come superiorità di quelli anglofoni rispetto al mondo latino. Già nel periodo pre-crisi gli stati dell'area mediterranea si sono caratterizzati per un forte aumento della spesa pubblica e per mancata realizzazione di riforme strutturali nel mondo del lavoro che avrebbero potuto favorire l'economia. Il termine PIGS, rispolverato dall'*Economist* nel 2008, ha chiaramente un significato dispregiativo e fa riferimento allo stereotipo del "flying pig" cioè del "maiale che vola" per indicare una situazione irrealistica e impossibile da realizzare.

<sup>51</sup> [in rete] <https://it.wikipedia.org/wiki/PIGS>.

Nel luglio 2008 esce su *Newsweek* un articolo intitolato *Why Pigs can't fly* nel quale si descrive la zona euro come spaccata in due tra paesi che presentano economie solide ed altre, invece, con evidenti problemi. E' proprio a causa della disastrosa situazione economica e dell'elevato debito pubblico dei "maiali" che le economie di questi paesi non riescono a volare.

Esso gioca anche sull'immagine tradizionale del maiale come archetipo di una serie di difetti morali, come la pigrizia, la dissolutezza, la sporcizia e la miopia; ciò per favorire la spiegazione morale del fatto che la crisi del debito colpisca tali paesi prima e più intensamente che il resto d'Europa.



52

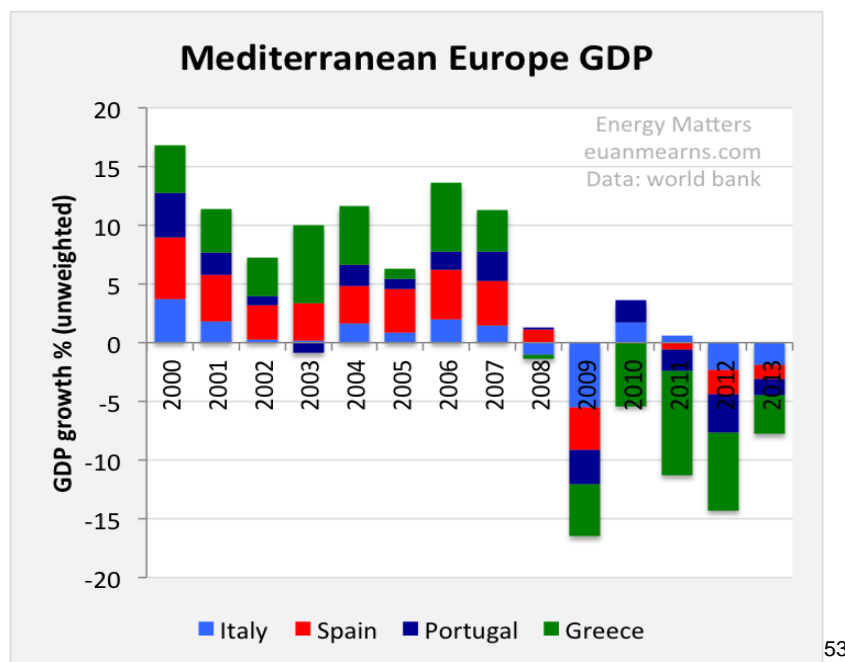
In linea con questo tipo di spiegazione, i PIGS non sarebbero in una difficile situazione economica a causa della crisi internazionale scoppiata nel 2008 o a questioni legate al modello di integrazione economica su cui si basa l'Eurozona, ma esclusivamente a causa delle loro colpe morali e politiche. I loro bassi livelli di produttività sarebbero da ascrivere alla presenza di lavoratori pigri e ultra protetti; la loro inferiorità deriverebbe da politiche sociali troppo generose; le loro difficoltà economiche, dopo decenni di aiuti da parte dell'Europa, dimostrerebbero chiaramente la loro incapacità di darsi delle regole.

Naturalmente, la realtà è raramente rilevante nello stereotipo. Non tiene conto, per esempio, delle profonde trasformazioni delle strutture sociali ed economiche

<sup>52</sup> [in rete] <http://eufrasioblog.blogspot.it/2011/11/gran-bretana-el-verdadero-pig-de-europa.html>; <http://wearethepigs.wordpress.com/>; <http://www.stateofmind.it/2015/01/tsipras-grecia-pigs/>.

avvenute nel Sud Europa, anche a seguito del processo di integrazione nell'Unione Europea. In primo luogo questa integrazione si doveva fare a livello economico, promuovendo la modernizzazione dei paesi membri. Questo obiettivo sembra venire raggiunto, dal momento che si assiste ad una crescita positiva, interrotta però dall'avvento della crisi.

Lo dimostra l'andamento del PIL:

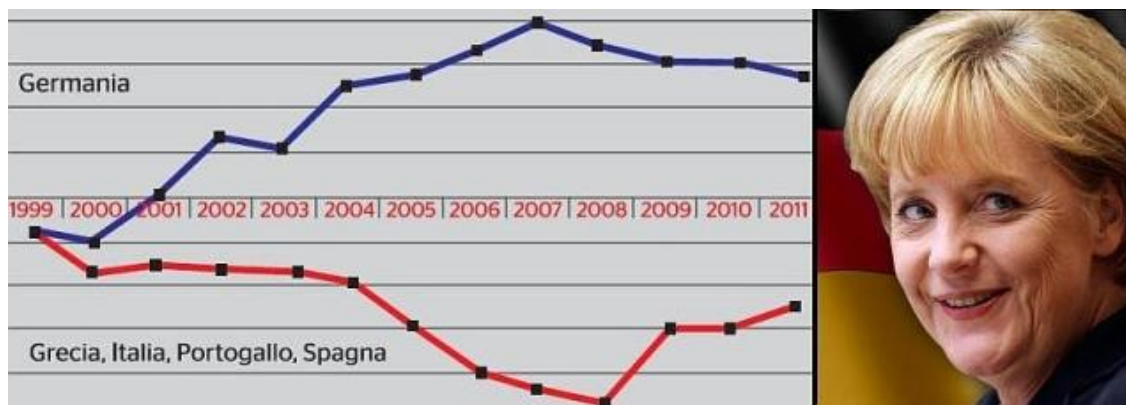


Nel 2010 il FMI evidenzia i tassi negativi delle economie dei PIGS, con Portogallo, Spagna, Irlanda e Grecia che rientrano tutti tra il 173° e 183° posto della classifica mondiale<sup>54</sup>. Con una nota polemica *L'Unità* del 7 febbraio 2012 riporta una tabella da cui risulta evidente come i dati relativi alla produttività dei PIGS contrastino fortemente con quelli della Germania; la faccia sorridente della Merkel, tuttavia, per il quotidiano è l'emblema della "strategia mercantilistica" della Germania, nella quale gli aumenti di produttività vengono usati per aumentare la competitività della propria economia e la potenza economica del paese<sup>55</sup>.

<sup>53</sup> [in rete] <http://euanmearns.com/market-mayhem/>.

<sup>54</sup> [in rete] <https://it.wikipedia.org/wiki/PIGS>.

<sup>55</sup> ANDRIANI, Silvano, *La Germania fa affari e i "pigs" vanno in crisi*, [in rete] <http://www.unita.it/mondo/ecco-come-la-germania-fa-affari-e-i-pigs-vanno-in-crisi-1.379396?page=1>, [www.unita.it](http://www.unita.it), 7 febbraio 2012.



E' anche vero, tuttavia, che tra i quattro paesi PIGS permangono notevoli differenze.

La realtà economica italiana, per esempio, ha punti di forza che la rendono più solida rispetto a Grecia, Spagna e Portogallo. Ha un settore manifatturiero forte e innovativo che esporta con successo e può vantare nicchie di eccellenza a livello internazionale e una cultura imprenditoriale<sup>56</sup>.

Le economie dell'area vanno tutte male, ma non tutte allo stesso modo. Ad esempio Italia e Grecia hanno un debito pubblico molto elevato, Grecia, Portogallo e Spagna presentano un forte disavanzo nella bilancia dei pagamenti, Spagna e Irlanda hanno una struttura produttiva sbilanciata dal peso dell'edilizia, mentre sull'Irlanda pesa la crisi finanziaria dovuta al fatto di essere diventata la base produttiva per le multinazionali americane in Europa, ora in rapida ritirata<sup>57</sup>.

Pur essendoci quindi ovvie similitudini, trascurare differenze fondamentali favorisce il contagio sul mercato del debito.

E' significativo ricordare come, parallelamente ai PIGS, un altro acronimo abbia seguito un analogo percorso da termine specifico a sigla utilizzata dai media fino a riversarsi nella letteratura scientifica: BRICS. Inventato nel 2001 da Jim O'Neill, analista presso Goldman Sachs, ha visto nel 2011, durante il G20 di Parigi, l'aggiunta della S di Sudafrica. L'acronimo indica alcuni paesi dalle economie emergenti: Brasile, Russia, India, Cina e Sudafrica. I BRICS sono i "mattoni" della

<sup>56</sup> ROSCINI, Dante – CASELLI, Stefano – CORBETTA, Guido, *Crisi, l'Italia e le differenze con gli altri Pigs. E allora... Why not Italy?*, [in rete] <http://archivio.panorama.it/economia/euro/Crisi-l-Italia-e-le-differenze-con-gli-altri-Pigs-E-allora-Why-not-Italy>, www.panorama.it.

<sup>57</sup> PANARA, Marco, *Sull'euro la bomba dei Pigs*, [in rete] <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2009/01/19/sulleuro-la-bomba-dei-pigs.html>, www.repubblica.it, 19 gennaio 2009.



nuova economia mondiale. Si tratta di paesi che stanno crescendo velocemente, destinati ad avere un ruolo egemone nel sistema economico mondiale. La loro crescita, tuttavia, è favorita anche dai bassi salari, dalla mancanza di politiche sociali e di diritti per i lavoratori, il che consente ai mercati di crescere liberi da oneri e costrizioni. L'ultimo vertice dei BRICS, inoltre, tenutosi a Durban, in Sudafrica, pur avendo fatto passi avanti in una direzione comune, ha anche fatto emergere interessi non convergenti e problemi difficilmente risolvibili, come ad esempio il ruolo egemone della Cina contrapposto al nanismo del Sudafrica<sup>58</sup>.

Questi aspetti, tuttavia, non vengono considerati nel momento in cui la sigla BRICS viene associata a valori morali, implicando simbolicamente un'idea di disciplina, affidabilità e solidità. Ci si allontana quindi dallo scopo iniziale per cui era stato creato l'acronimo. O'Neill, infatti, non si proponeva di lanciare un'organizzazione sovranazionale, ricorda Rogerio Wassermann su BBC Brasil<sup>59</sup> ma semplicemente di rendere appetibili quei mercati per i propri investitori. Le sigle facili da ricordare erano utili per questo scopo. Il *Wall Street Journal* lo conferma citando una ricerca dalla quale emerge che le azioni delle società con un acronimo azzeccato rendono l'otto e mezzo per cento in più rispetto alle altre<sup>60</sup>.

L'acronimo quindi semplifica, negando la complessità del reale. Ruth Walker, *chief copy editor* del *Christian Science Monitor*, invita ad essere cauti. Le sigle, sostiene, divertono, aiutano a cogliere una tendenza, spingono gli investimenti, ma costruire una previsione su un acronimo non è un capolavoro di ingegneria giornalistica<sup>61</sup>. Per questo, gli analisti di *Barklays Capital* e lo stesso *Financial Times* invitano a non usare l'acronimo PIGS, ma a indicare le singole nazioni. Ciò non impedisce che ne venga coniato un altro, altrettanto negativo, STUPID, per indicare

---

<sup>58</sup> VANNUCCI, Davide, *Acronimo-mania*, [in rete] <http://www.rivistastudio.com/standard/acronimo-mania/>, [www.rivistastudio.com](http://www.rivistastudio.com), 3 maggio 2013.

<sup>59</sup> WASSERMANN, Rogerio, *BRIC, PIGS, CIVETS... la sopa de letras de la economía*, [in rete] [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/12/111201\\_economia\\_siglas\\_brics\\_aa.shtml](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/12/111201_economia_siglas_brics_aa.shtml), [www.bbc.com](http://www.bbc.com), 1 dicembre 2011.

<sup>60</sup> LEVISOHN, Ben, *What's in a name?*, [in rete] <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203710704577054722530665042>, [www.wsj.com](http://www.wsj.com), 26 novembre 2011.

<sup>61</sup> VANNUCCI, Davide, *Acronimo-mania*, [in rete] <http://www.rivistastudio.com/standard/acronimo-mania/>, [Studio](http://www.rivistastudio.com), 3 maggio 2013.

paesi con un grande deficit: Spagna, Turchia, “United Kingdom”, Portogallo, Italia e Dubai<sup>62</sup>.

Grazie all’acronimo PIGS, allo stesso modo, il Sud dell’Europa diventa un “gruppo” di paesi da considerare nel suo insieme, senza una seria e analitica valutazione delle differenze storiche, economiche e culturali tra i suoi membri. Portogallo, Italia, Grecia e Spagna nella realtà presentano caratteristiche economiche, politiche e sociali molto diverse tra loro.

Significa riunire paesi omogenei per un verso, ma eterogenei per altri aspetti. Risulta così più facile indicare soluzioni di un unico tipo per un Sud Europa percepito come essenzialmente omogeneo. Le misure imposte sono notevolmente simili: una politica di austerità con tagli nei servizi pubblici, riduzione delle pensioni e dei benefici sociali, anche per gli strati sociali più poveri. Le conseguenze sono note: aumento della disoccupazione, brutale incremento delle imposte.

Ma la “morale” implicita nei PIGS-BRICS sembra avere uno scopo più ampio che “punire” soltanto paesi come il Portogallo, la Spagna, l’Italia e la Grecia per le loro supposte colpe morali. Si presenta anche come un avvertimento per tutti gli Europei. Il dibattito circa il futuro dell’Europa sociale può rappresentare la chiave per capire il tipo di anatema applicato al Sud d’Europa<sup>63</sup>.

L’“odioso” acronimo PIGS, in definitiva, come lo definisce il settimanale *Panorama* in un suo articolo<sup>64</sup>, fa emergere ancora una volta i pregiudizi di un’Europa divisa, nella quale “è necessario chiudere il recinto prima che i maiali scappino” e fa riaffiorare l’idea che senza una politica coordinata gli aiuti dei partner più ricchi e del FMI non saranno sufficienti a risolvere i problemi dell’Eurozona.

---

<sup>62</sup> ALLEN, Katie, *Acronym acrimony: The problem with Pigs*, [in rete]  
<http://www.theguardian.com/business/2010/feb/12/pigs-piigs-debted-eu-countries>,  
www.theguardian.com, 12 febbraio 2010.

<sup>63</sup> CAPUCHA, Luís, *The role of stereotyping in public legitimation: the case of the PIGS label*, in *Comparative Sociology* 13, pp. 482-502, 2014.

<sup>64</sup> MORICI, Massimo, *“Pigs”, l’odioso acronimo per il deficit dell’Europa del Sud (e non solo)*, [in rete]  
<http://archivio.panorama.it/economia/euro/Pigs-l-odioso-acronimo-per-il-deficit-dell-Europa-del-Sud-e-non-solo>, www.panorama.it, s.d..

## 4.4 DEBITO E COLPA: LA “RELIGIONE” DEL CAPITALISMO

Nel 1921 Walter Benjamin scriveva che il capitalismo è il primo caso di un culto che “non consente espiazione, ma produce debito e colpa”<sup>65</sup>.

Nel capitalismo contemporaneo le forme di consumo illimitato, basate sull'indebitamento privato, sono diventate, dopo essere partite dall'America, il motore principale dell'economia. La globalizzazione ha fatto sì che dal 2009, dall'America, l'aumento esponenziale del debito privato abbia coinvolto il debito pubblico dei paesi economicamente avanzati fino ad arrivare ai debiti sovrani. Si è creato un indebitamento generalizzato in cui ognuno, sia lavoratore che consumatore, è diventato prima di tutto debitore. “L'indebitamento” afferma Elettra Stimilli, autrice del saggio *Debito e colpa*, “non è semplicemente una condizione da emendare. E' uno stato che viene continuamente riprodotto e alimentato perché è ciò su cui è possibile investire unicamente oggi. Un debito infinito che proviene da forme ossessive di consumo”. La questione del debito diviene quindi di scottante attualità. L'indebitamento e il consumo sono le basi di una società che ha per sua suprema “Chiesa” la finanza. L'economia regola la nostra esistenza e destina all'infelicità la nostra specie: l'essere dell'uomo viene così trasformato in essere in debito<sup>66</sup>.

L'antropologo americano David Graeber sostiene che l'istituzione del debito è addirittura anteriore a quella della moneta e da sempre oggetto di ampi conflitti sociali. Il modo più efficace di rendere schiavi gli uomini, secondo Graeber, è proprio quello di renderli debitori. Chi vuole ottenere un prestito, deve impegnarsi a restituirlo con l'interesse. La ragione economica, quindi, per indebitare gli uomini e renderli schiavi sta nel metterli in condizione di non pagare più il debito, farli entrare in una spirale negativa che li porterà a non appartenere più a se stessi<sup>67</sup>. Il debito acquisisce quindi un potere simbolico, che legittima dichiarazioni come quelle del quotidiano *Bild*, che nel 2010 invita i greci “in bancarotta” a vendere le loro isole, e addirittura l'Acropoli, per pagare il debito. Espressioni come “redenzione del debito” presentano una connotazione religiosa strettamente legata all'idea di punizione e di

---

<sup>65</sup> BENJAMIN, Walter, *Capitalismo come religione*, [in rete]

<http://www.alfabeta2.it/2014/12/06/capitalismo-come-religione/>, www.alfabeta2.it, 6 dicembre 2014.

<sup>66</sup> [in rete] <http://www.quodlibet.it/schedap.php?id=1982#.VunFn5zhDIV>.

<sup>67</sup> SABATTINI, Gianfranco, *Il debito come “servitù” e “colpa”*, [in rete]

<http://www.democraziaoggi.it/?p=3962>, www.democraziaoggi.it, 15 luglio 2015.

colpa e favorisce l'accettazione mediatica di forme di dura austerità sulle popolazioni "colpevoli". Nel momento in cui la Grecia diviene epicentro di una crisi globale spiegazioni culturalmente orientate che presentano il popolo greco come la parte negativa dell'Eurozona possono farla diventare un capro espiatorio, in cui la frustrazione pubblica dei cittadini dell'Ue può essere incanalata.

La complessità della crisi economica fornisce l'opportunità di una ristrutturazione delle democrazie liberali, cominciando dalla parte più debole. Così nel 2011 Angela Merkel afferma: "Noi non possiamo mostrare solidarietà e dire a questi paesi ( i PIGS) di continuare come prima", sottolineando la necessità di una disciplina e di regole specifiche che rispondano ai bisogni dell'economia. La Grecia diviene così il capro espiatorio dell'Unione Europea, l'agente profanatore di un particolare ordine (basato su un duro lavoro)<sup>68</sup>.

La diffidenza marcata di alcuni paesi del Nord nei confronti di nazioni come la Grecia si nutre inconsciamente di stereotipi culturali e religiosi, che emergono in un momento in cui l'euro non evoca più stabilità e sicurezza, ma disoccupazione e povertà. In realtà, se si considera che dei PIGS fa parte anche l'Irlanda, che non è un paese del Sud, la contrapposizione può anche connotarsi come opposizione tra "rigorismo" del Nord protestante e "lassismo" del mondo cattolico<sup>69</sup>.

Nella cultura occidentale la parola debito è strettamente connessa all'ideologia protestante. Proprio la connessione fra debito e colpa fa sì che, sempre secondo Benjamin, il povero debitore insolvente sia portato a "fare di sé una moneta falsa, a carpire il credito con inganno, a mentire, così che il rapporto di credito diventi oggetto di abuso reciproco"<sup>70</sup>. Le sfumature semantiche possono riflettere differenze culturali profonde. Non a caso in tedesco il sostantivo femminile *Schuld* non significa solo debito ma anche colpa. Se in inglese esistono due parole *debt* e *guilt* per

---

<sup>68</sup> MYLONAS, Yiannis, *Media and the Economic Crisis of the EU, The 'Culturalization' of a Systemic Crisis and Bild-Zeitung's Framing of Greece*, [in rete]

<http://www.triplec.at/index.php/tripleC/article/view/380/406>, in Triple C. Journal for a Global Sustainable Information Society Vol. 10 n. 2, 2012.

<sup>69</sup> FRANCO, Massimo, *Protestanti «Rigorosi» del Nord contro Cattolici «Lassisti» del Sud*, [in rete] [http://www.corriere.it/cultura/12\\_settembre\\_05/franco-battaglia-culturale\\_71f9a522-f742-11e1-8ddf-edf80f6347cb.shtml?refresh\\_ce-cp](http://www.corriere.it/cultura/12_settembre_05/franco-battaglia-culturale_71f9a522-f742-11e1-8ddf-edf80f6347cb.shtml?refresh_ce-cp), www.corriere.it, 5 settembre 2012.

<sup>70</sup> RONCHEY, Silvia, *"Debito" uguale "colpa" quella parola unica che separa i tedeschi dal mondo greco*, [in rete] <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2015/07/08/debitouguale-colpa-quella-parola-unica-che-separa-i-greco11.html>, www.repubblica.it, 8 luglio 2015.

indicare debito e colpa, e così in francese *dette* e *faute* o in italiano debito e colpa, in tedesco il termine è unico, appunto *Schuld*.

Contrariamente al tedesco, nella lingua greca le parole debito e colpa sono nettamente distinte. Nel greco antico e in quello moderno debito si dice *chreos*, sostantivo derivante dal verbo *chraomai*, “usare” e dalla locuzione *chre*, “ciò che serve” ed è legato a *chreia* “mancanza”. Il vocabolo, già attestato nell’*Odissea* (canto VIII) e in altre fonti letterarie, assume spesso la sfumatura di significato di necessità ineludibile, debito che tutti devono pagare, con chiaro riferimento alla morte: il legame tra creditore e debitore, quindi, è dato dal destino comune e non da una posizione di colpa del primo nei confronti del secondo senza possibilità di espiazione, se non dopo aver pagato il debito. Anche nel *Nuovo Testamento* la *koinè* greca adotta due parole diverse per indicare debito e colpa e ciò sottolinea la distinzione dei due concetti nella psiche greca. Nel mondo greco lo squilibrio generato da un debito lungo e impossibile da ripagare ha un suo precedente storico nel debito contratto dall’impero di Bisanzio con la Repubblica di Venezia, che portò al crollo dell’Impero stesso e all’ingresso della civiltà bizantina nella sfera dell’Impero ottomano, da cui la Grecia è emersa solo nel XIX secolo. In quel momento Venezia incarnava quel capitalismo nascente di banchieri che i bizantini non riuscivano ad assimilare e a comprendere<sup>71</sup>.

Stephan Richter, direttore tedesco del *Globalist*, un sito che analizza i trend mondiali nell’era della globalizzazione, sostiene: “L’idea che si possano violare le regole e poi chiedere un’indulgenza è alla base della crisi attuale” e arriva alla conclusione che, se tra i criteri di convergenza dell’Unione monetaria fosse stata inserita anche la religione, la zona euro sarebbe risultata divisa in due, con da una parte l’unione dei paesi latini, dall’altra quella formata da protestanti tedeschi, calvinisti olandesi e luterani finlandesi. Richter spinge poi oltre la sua provocazione, immaginando che, se Lutero avesse partecipato ai negoziati per il trattato di Maastricht, avrebbe dichiarato: “Nessun paese che non ha vissuto la Riforma protestante deve entrare nell’Euro”. Proprio dalla maggiore indulgenza da parte del cattolicesimo rispetto al protestantesimo in materia fiscale deriverebbe una maggiore

---

<sup>71</sup> *Ibidem*.

propensione verso peccati quali l'evasione fiscale e la corruzione e ciò spiegherebbe perché i PIGS siano tutti a maggioranza cattolica<sup>72</sup>.

Del resto l'elemento religioso domina la discussione sui giornali tedeschi.

Massimo Franco, nel suo articolo sul *Corriere* in cui riprende le teorie di Richter, pone l'accento sul fatto che quest'ultimo sia tedesco. Per il tedesco medio, sostiene, il fondo salva stati rappresenta un cedimento alla "cultura del peccato" e del debito di un'Europa cattolica considerata incorreggibile. Del resto "austerità" è la parola d'ordine che ha prevalso nelle politiche economiche europee degli ultimi anni guidate da un "modello tedesco" che si è fatto promotore di una visione "colpevolizzante" dei paesi indebitati: l'idea è che i paesi mediterranei devono pagare per i loro peccati, in particolare la Grecia che ha truccato i conti ingannando i contribuenti tedeschi.

Franco ritiene questa una chiave interpretativa fondamentale per capire l'incomunicabilità apparente delle classi dirigenti europee e non manca di porre l'accento sul tentativo strumentale di alcuni circoli politici ed economici di sfruttarlo. Ricorda ad esempio come la BBC stessa abbia parlato di "una linea di frattura religiosa nell'Eurozona". La crisi dei mercati finanziari sembra evocare un conflitto tra cattolici e luterani, mettendo in fila una serie di stereotipi che rischiano di "risvegliare demoni destinati a ricacciare indietro l'Europa non di qualche anno, ma di decenni"<sup>73</sup>.

La replica viene da Paolo Naso il quale, su *Limes*, sottolinea che, se è vero che, dopo cinque secoli dalla pace di Augusta, il protestantesimo tende ancora a favorire la responsabilità personale, nel mondo attuale "è la politica, non la fede, a fare l'economia" e invita a non prendersela con Dio "se Cesare scappa con la cassa"<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> DE ROMANIS, Veronica, *Il caso della Germania. Così la Merkel salva l'Europa*, Venezia, Marsilio Editore, 2013.

<sup>73</sup> FRANCO, Massimo, *Protestanti «Rigorosi» del Nord contro Cattolici «Lassisti» del Sud*, [in rete] [http://www.corriere.it/cultura/12\\_settembre\\_05/franco-battaglia-culturale\\_71f9a522-f742-11e1-8ddf-edf80f6347cb.shtml?refresh\\_ce-cp](http://www.corriere.it/cultura/12_settembre_05/franco-battaglia-culturale_71f9a522-f742-11e1-8ddf-edf80f6347cb.shtml?refresh_ce-cp), www.corriere.it, 5 settembre 2012.

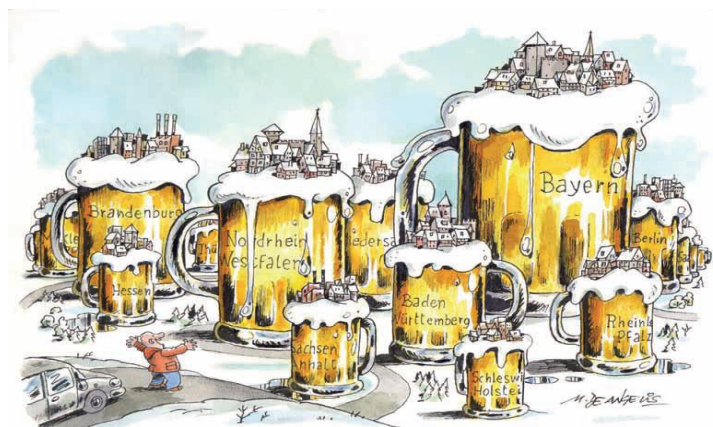
<sup>74</sup> NASO, Paolo, *Non prendetevela con Dio se Cesare scappa con la cassa*, [in rete] <http://www.limesonline.com/cartaceo/non-prendetevela-con-dio-se-cesare-scappa-con-la-cassa?prv=true>, www.limesonline.com, 9 ottobre 2012.

# IL MITO DELLA GERMANIA TRA DESIDERIO DI SUPERIORITÀ ED EFFICIENZA

Se ai greci viene affibbiata dunque l'immagine di popolo mediterraneo creativo, ma inaffidabile e pressapochista, dalla furbizia levantina, quali sono gli stereotipi che più frequentemente vengono associati ai tedeschi?

“Austerità, rigore, inflessibilità, i tedeschi sono davvero un concentrato di rigido grigiore oppure li disegnano solo così?”

Anna Mazzone<sup>75</sup>



(\*)<sup>76</sup>

<sup>75</sup> MAZZONE, Anna, *Europa: ma perché i tedeschi sono così... tedeschi? L'inflessibilità della Germania con la Grecia si fonda sulla sua memoria corta. L'aiuto dell'UE per evitare il default nel dopoguerra è stato dimenticato*, [in rete] <http://www.panorama.it/news/esteri/europa-grecia-perche-i-tedeschi-cosi-tedeschi/>, www.panorama.it, 17 febbraio 2015.

## 5.1 UN POPOLO DI DOMINATORI

“Il tedesco è sicuro di sé nel peggiore dei modi, nel modo più disgustoso e inesorabile, perché è ciecamente convinto di sapere la verità: una scienza, cioè, da lui stesso elaborata, ma che per lui è il vero assoluto.”

Lev Tolstoj in *Guerra e pace* (1865)



Secondo István Bibó, scrittore antifascista ungherese, autore del saggio *Isteria tedesca, paura francese, insicurezza italiana*, i luoghi comuni sulla Germania si cristallizzano intorno a due teorie antitetiche.

La prima vede i tedeschi, per indole o per un atteggiamento storicamente consolidato, “violenti, barbari, amanti del potere, gregari per natura”<sup>77</sup>. La loro storia può essere riassunta in una “continua aggressione contro il resto d’Europa”, a partire dal condottiero Arminio avversario dei Romani, passando per l’imperatore

<sup>76</sup> Le vignette (segnalate tramite \*) sono tratte da un’esposizione tenutasi presso il Museo della satira e della caricatura a Forte dei Marmi, nell’estate del 2010, in collaborazione con il Goethe-Institut, istituto di cultura ufficiale della Repubblica Federale Tedesca: l’iniziativa aveva appunto lo scopo di far sorridere sugli stereotipi e abbattere i pregiudizi reciproci, in particolare tra Italia e Germania.

<sup>77</sup> BIBÓ, István, *Isteria tedesca, paura francese, insicurezza italiana*, Bologna, il Mulino, 1997, p. 20.



Barbarossa, Bismarck, Guglielmo II fino ad Hitler. Di conseguenza, risulta pericoloso offrire a questo popolo la libertà di nuove aggressioni. Secondo la versione opposta, invece, i tedeschi sono fundamentalmente buoni e civili. Popolo di poeti e pensatori, accanto a francesi, inglesi, italiani costituisce il pilastro portante della civiltà.

L'autore demolisce poi entrambe le teorie: ritiene infatti tali concezioni, basate su opposte alternative, escogitate a posteriori per interpretare un determinato momento storico.

Questo acuto saggio, scritto nel 1942-43, in un momento altamente drammatico per la storia europea, si interroga sul destino delle nazioni europee in una prospettiva futura, cercando di evidenziare per ciascuno dei tre paesi presi in esame una "patologia" psicologica che ne ha influenzato le vicende nazionali<sup>78</sup>.

Sicuramente l'evoluzione politica tedesca e il suo mondo di valori si ricollegano agli strati più profondi del passato e del carattere. Se vicende storiche analoghe non avrebbero probabilmente provocato reazioni del genere in altri popoli, i tedeschi non sono tuttavia l'unico popolo arrogante e aggressivo al mondo; l'importante è capire fino a che punto sappiano accettare i principi fondamentali della vita comunitaria europea<sup>79</sup>.

Nell'attuale periodo di crisi emerge soprattutto la figura dei tedeschi prepotenti e rigidi, dal momento che la Germania di Angela Merkel è considerata la prima responsabile delle politiche di austerità economica imposte con notevoli sacrifici ai paesi europei.

Questa concezione si nota anche dalle opinioni che gli italiani, popolo mediterraneo, nutrono nei confronti del popolo germanico. In un suo articolo Gian Enrico Rusconi<sup>80</sup> nota come nei rapporti italo-tedeschi non si possano ignorare pregiudizi e stereotipi che si sintetizzano nell'accusa di "inaffidabilità" e "tendenza al tradimento" italiano da un lato e "arroganza" e "prepotenza" dall'altro. L'autore sottolinea comunque che non mancano giudizi e/o stereotipi positivi, che alla fine

---

<sup>78</sup> L'isteria politica si impossessa secondo l'autore di comunità che hanno subito grandi traumi storici. Spesso si tratta di un'isteria di massa che porta ad una sorta di "disgregazione psicologica della massa, per cui la coscienza collettiva si frantuma, mentre cadono la conoscenza e il rispetto dell'altro. Così, secondo l'autore, anche fenomeni come l'antisemitismo diventano una sorta di isteria collettiva che può sfociare in isteria politica, cioè legata alla comunità, alla polis.

<sup>79</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>80</sup> RUSCONI, Gian Enrico, *Basta stereotipi su italiani e tedeschi. Noi inaffidabili e voi arroganti? Non è così*, [in rete] <http://www.lastampa.it/2014/12/12/italia/basta-stereotipi-su-italiani-e-tedeschi-yxcsDI4RWYqSaqRGE0VibM/pagina.html>, www.lastampa.it, 12 dicembre 2014.

portano a un mix: se da una parte gli italiani sono percepiti positivamente dai tedeschi come “cordiali, simpatici, elastici, di pronta adattabilità, maestri nella gestione del caos, abili nell’arrangiarsi” ma anche “opportunisti, male organizzati e in fondo poco attendibili”, i tedeschi sono visti dagli italiani come “ordinati, scrupolosi, efficienti, seri” ma “troppo spesso fastidiosamente rigidi e occasionalmente maldestri pedagoghi, in fondo anche prevaricatori”.



(\*)

Del resto la letteratura tedesca, sottolineano Vanna Vannuccini e Francesca Predazzi, autrici del saggio *Piccolo viaggio nell’anima tedesca*, è piena di personaggi inflessibili, testardi, incapaci di compromessi. In questo interessante libro l’originale punto di partenza per capire il popolo tedesco è l’analisi della lingua. Ecco allora che i tedeschi chiamano *Recht haben* tali persone, che pensano di avere ragione (*recht haben*) e sono profondamente convinte che ciò che dicono loro è giusto (*richtig*), mentre quello che dicono gli altri è sbagliato<sup>81</sup>. Il tedesco inoltre batte il record delle parole che indicano atteggiamenti di “puntigliosa superiorità” così come il finlandese per i vocaboli che indicano diversi tipi di neve o l’arabo per le varietà di sabbia.

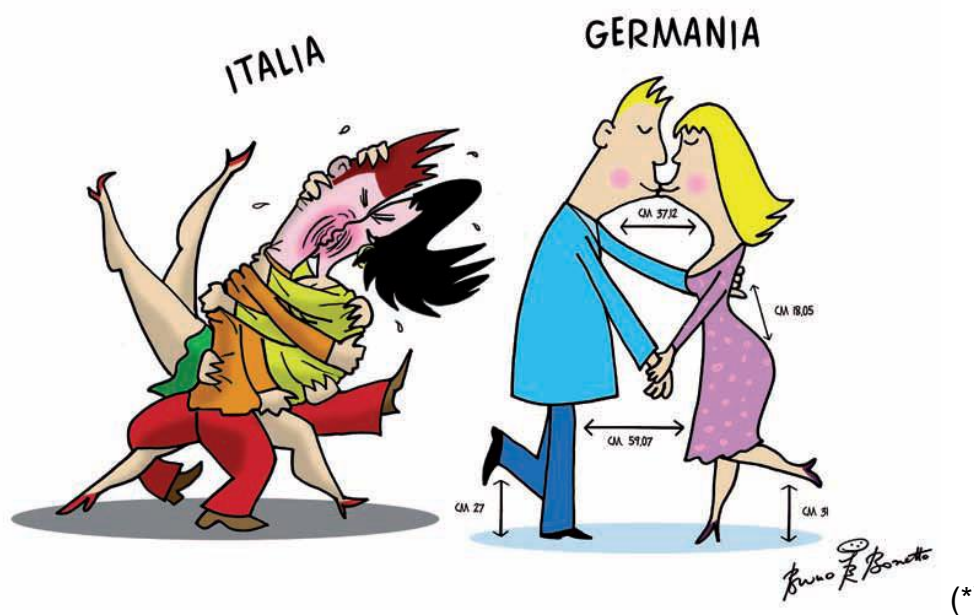
<sup>81</sup> VANNUCCINI, Vanna – PREDAZZI, Francesca, *Piccolo viaggio nell’anima tedesca*, Milano, Feltrinelli, 2004, p. 105.

Accanto a chi ha sempre ragione c'è anche colui che sa sempre tutto meglio, il *Besserwisser*; non manca il *Selbstgerechter*, colui che è pieno di sé, il *Wichtigtuier*, chi si dà l'aria di far sempre cose importanti, l'*Altklug*, il bambino saputello che fa la morale ai grandi<sup>82</sup>.

## 5.2 TUTTO SOTTO CONTROLLO

“Questo bisogna ammetterlo: che dove arrivano i Tedeschi mettono in ordine le cose. Anche se non sono sempre le cose loro, ma quelle degli altri.”

Karl Kraus



Un altro aspetto costantemente collegato ai tedeschi è poi l'eccesso di precisione. Mettere un libro su uno scaffale si dice *hinstellen*, metterlo su un tavolo si dice *hinlegen*. Ci sono due termini diversi per indicare l'uscita a piedi (*ausgang*) e quella in automobile (*ausfahrt*). Ogni cosa ha il suo posto e ogni posto la sua cosa: non a caso nel mondo linguistico germanico è nata la psicanalisi<sup>83</sup>.

<sup>82</sup> *Ibidem*, p. 106.

<sup>83</sup> *Ibidem*, p. 8.

La necessità tedesca di “ordine” si rivela in molti campi. La natura stessa viene regolamentata. I boschi e i parchi naturali tedeschi sono dotati di aree per il riposo, di percorsi attrezzati, di tabelle indicative sul comportamento da seguire; le associazioni hanno severi regolamenti, i cani stessi spesso sottoposti ad un severo allenamento . Nel dizionario dei proverbi tedeschi l’ordine assume una posizione importante: “Dio ama l’ordine”, “L’ordine mantiene il mondo”, “L’ordine aiuta il governo della casa”<sup>84</sup>.

Spesso la tendenza all’ordine e all’organizzazione viene collegata all’industrializzazione, all’organizzazione della fabbrica, che imponeva una rigida ripartizione dei tempi lavorativi. Tuttavia, se l’industrializzazione spinse alla disciplina, questa non è una particolare condizione tedesca. Ancora nel 1600 i tedeschi venivano descritti come estremamente disordinati, dipendenti dall’alcol e gaudenti. In seguito iniziò però un’azione di addomesticamento rivolta alla casa e alla famiglia. Prediche, trattati, favole, aforismi e poesie tendevano a mostrare i danni creati dal disordine, dalla pigrizia e dalla dissolutezza, mentre di contro venivano benedetti l’ordine, la solerzia e la modestia; gli influssi protestanti e puritani, ma anche quelli cattolici, stimolarono, attraverso la competizione pastorale, con ammonizioni e provvedimenti morali, l’esaltazione di queste “virtù” e nel contempo si collegarono agli sforzi statali per imporre comportamenti e sentimenti ordinati tra i sudditi, al fine di ottenere la piena fiducia nell’autorità<sup>85</sup>. A ciò contribuì anche la formazione di un’influente burocrazia, che sopravvisse ai cambiamenti epocali.

Un ambito importante in cui l’ordine veniva inculcato era la scuola. I libri di lettura erano pieni di insegnamenti sul valore morale. Basti ricordare il famoso *Struwwelpeter* (Pierino Porcospino), in cui attraverso storielle rimate e illustrazioni venivano mostrate le conseguenze alle quali potevano portare le infrazioni all’ordine<sup>86</sup>.

Un altro ambito importante di esaltazione dell’ordine era quello militare. Il contegno militare veniva esaltato e gli ufficiali avevano grandi possibilità di ascesa e potere anche nella vita civile. L’amore per l’ordine”, secondo Bausinger, fu anche quello che spinse la maggioranza dei tedeschi nelle braccia dei nazionalsocialisti.

---

<sup>84</sup> BAUSINGER, p. 95.

<sup>85</sup> *Ibidem*, p. 98.

<sup>86</sup> *Ibidem*, p. 99.

## 5.3 L'INNATO CONFORMISMO E IL RISPETTO PER L'AUTORITÀ

“Anche quando fanno discorsi sulla libertà, i tedeschi in segreto amano essere in catene” scrisse il poeta tedesco Heine nel 1843 nella satira *Atta Troll*, in cui paragonava i suoi concittadini a un orso ballerino<sup>87</sup>.

Bruno Mazzara, professore di Psicologia sociale presso l'Università La Sapienza di Roma, sostiene che in base agli stereotipi i tedeschi siano visti come “rigidi e ostinati, conformisti e deferenti verso l'autorità, amanti dell'ordine e dell'efficienza, sensibili alle ragioni del collettivo più che a quelle dell'individuo”<sup>88</sup>.

Del resto *quer*, traverso, trasversale, storto in tedesco non ha mai un significato positivo. Il *Quertreiber* era il navigante che invece di seguire la rotta prevista andava storto tagliando la strada ad altri navigatori; *querkopf* la testa storta che non segue la retta via; *querdenken* chi è storto nel pensiero. Insomma, chi pensava per conto proprio senza seguire l'ordine prestabilito per il tedesco medio era un personaggio sospetto, perché metteva il dito su conformismo e autoritarismo, “caratteristiche a lungo dominanti nella società tedesca, anche molto dopo la fine del nazismo”<sup>89</sup>. Uno studio comparativo sugli eccentrici nei diversi paesi sottolineava ancora nel 1995 che per lontananza da qualsiasi tipo di eccentricità e per rigore i tedeschi erano secondi solo ai giapponesi. Del resto, come sottolinea ironicamente il filosofo e psicanalista argentino Miguel Benasayag: “Qual è la differenza tra un muro e un semaforo? Per i tedeschi e i giapponesi non c'è nessuna differenza”.

A partire dagli anni '90, tuttavia, i tedeschi hanno cercato di uscire da questo cliché e per loro l'originalità è diventata una passione, della quale hanno però fatto subito un oggetto da istituzionalizzare, organizzando corsi e simposi per imparare a pensare con la propria testa. Addirittura, per un gruppo di aziende tedesche, l'auspicio era quello di sbloccare, attraverso l'innovazione, quei comportamenti inerziali che rendevano l'economia tedesca meno competitiva<sup>90</sup>.

---

<sup>87</sup> Poemetto in quartine che canta con sensualità e ironia, in chiave lirico-grottesca, una caccia all'orso nei Pirenei. L'orso simboleggia con la sua goffaggine le fazioni letterarie e politiche, le mode e le contraddizioni della Germania del tempo, di cui Heine dà una caustica satira.

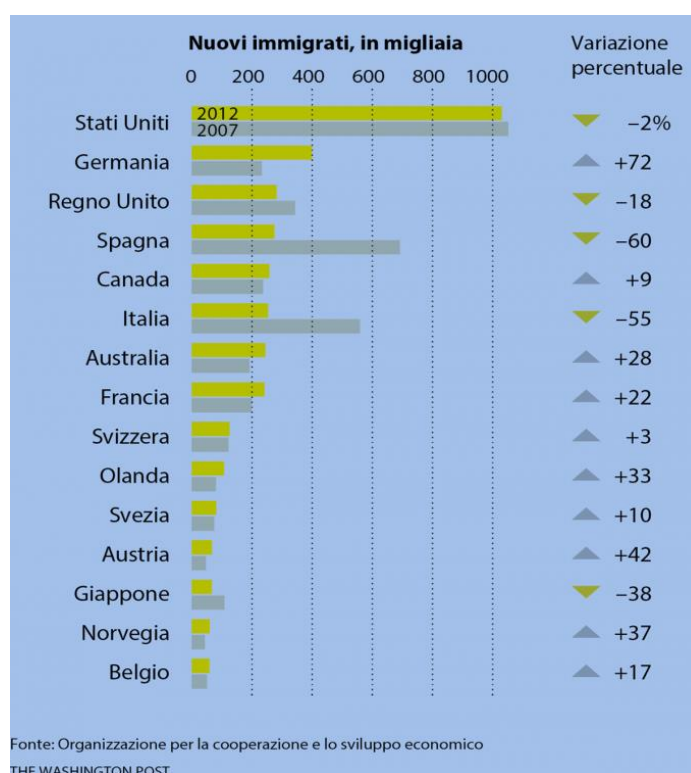
<sup>88</sup> MAZZARA, p. 35.

<sup>89</sup> VANNUCCINI – PREDAZZI, pp. 35-36.

<sup>90</sup> *Ibidem*, p. 37.

Allo stesso modo, quando uno studio dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) sui livelli scolastici nei vari paesi del mondo (conosciuto con l'acronimo PISA) ha posto gli studenti al ventiduesimo posto nella classifica, i tedeschi hanno reagito allo choc rilevando innanzitutto come la media fosse stata abbassata dalla presenza di molti ragazzi stranieri, la cui conoscenza del tedesco era spesso insufficiente. Hanno quindi preso misure attive a livello istituzionale per integrare gli stranieri nelle scuole, hanno aumentato le spese per l'istruzione del 15%, istituendo addirittura un'autorità centrale per assistere e stimolare i Länder, ai quali spetta quasi totalmente la competenza sull'istruzione<sup>91</sup>.

Forse in questa chiave si potrebbe spiegare, per certi versi, anche la politica dei tedeschi nei confronti del fenomeno immigrazione. La Germania, secondo uno studio dell'OCSE, già nel 2012 era diventata il secondo paese dell'OCSE con il più alto flusso di immigrazione; tale flusso ha due caratteristiche: è permanente, per cui gli immigrati rimangono in Germania, e altamente qualificato, per rispondere alle esigenze di *turnover* all'interno del mercato del lavoro tedesco<sup>92</sup>.



<sup>91</sup> *Ibidem*, p. 128.

<sup>92</sup> *L'immigrazione selettiva della Germania*, [in rete] <http://www.ilpost.it/2014/08/12/immigrazione-germania/>, www.ilpost.it, 12 agosto 2014.

E nel 2012 ancora non era presente la drammatica situazione di oggi. In effetti, anche un articolo di Luca Steinmann riporta, nel titolo, come “l’invasione fa tornare di moda i valori tipici tedeschi: diligenza, disciplina e senso del dovere”<sup>93</sup>.

Ogni cosa va istituzionalizzata, ricondotta all’ordine, gestita dall’autorità competente. Anziché avere una massa di irregolari ingestibili, meglio quindi fornire loro gli strumenti per una immediata integrazione e, se possibile, avere un’“immigrazione selettiva”, riservata ad una tipologia di profughi selezionati.

Purtroppo, come già detto, nel mondo le cose non seguono sempre una linea diritta.

## 5.4 L’ANGST: L’ANSIA COLLETTIVA

“E’ ben noto che nessun popolo è più preciso dei tedeschi nella preparazione [di una attività] e nella pianificazione, ma ugualmente nessun popolo può risultare maggiormente sconvolto quando i suoi piani falliscono. Essi non sono in grado di improvvisare.”

Winston Churchill

In Germania, nota Antonella Romeo, autrice di *La deutsche vita*, si è propensi a credere “che ogni problema abbia una soluzione, che ci sia il modo giusto per compiere un’azione, che ogni azione abbia uno scopo, che il disordine si possa domare con l’organizzazione, che ogni malessere abbia la sua cura, ogni disagio il suo responsabile, ogni danno il modo per risarcirlo”<sup>94</sup>.

Lo scrittore tedesco Stefan Zweig nel suo ultimo libro *Die Welt von Gestern. Erinnerungen eines Europäers (Il mondo di ieri. Ricordi di un europeo)* ironizzando sui tedeschi, rileva come siano in grado di sopportare qualsiasi cosa, sconfitte di guerra, povertà, stenti, ma non il disordine e continua affermando che il vero e proprio dramma tedesco consiste nel fatto che quasi niente segue i progetti. E così,

---

<sup>93</sup> STEINMANN, Luca, *Per difendersi dall’immigrazione la Germania torna ai valori tradizionali*, [in rete] <http://www.ilgiornale.it/news/mondo/difendersi-dallimmigrazione-germania-torna-ai-valori-tradizi-1191463.html>, www.ilgiornale.it, 6 novembre 2015.

<sup>94</sup> ROMEO, Antonella, *La Deutsche vita*, Edizioni SEB27 (collana Tamburi di carta), 2007, p. 201.

per non diventare matto, il tedesco si nasconde “nel suo piccolo orticello comune fuori porta, dove può realizzare la sua utopia di un ordine assoluto”<sup>95</sup>.

L'altra faccia del “tutto assicurato”, in effetti, è proprio la sensazione di muoversi in un mondo disseminato di pericoli tremendi. Secondo Antonella Romeo la paura “sembra essere una costante dell'anima o della psiche collettiva dei tedeschi”<sup>96</sup>. Così il termine *Angst* non indica solo la paura, ma anche l'angoscia, cioè una paura indifferenziata e diffusa, tanto che non si capisce se siano “le paure private a influire sull'umore della nazione o se è l'ansia collettiva che si riverbera sui singoli”<sup>97</sup>.

Emanuele Valariano, filosofo e storico dell'arte che da anni vive a Berlino, sottolinea, in un'intervista al settimanale *Panorama*, che i tedeschi “proprio come i bambini, sono incredibilmente paurosi, quasi codardi. Hanno paura dei cambiamenti. Hanno bisogno di avere tutto sotto controllo, perché così sanno come gestire le cose. L'imprevisto li terrorizza. Questo è uno degli aspetti che solitamente non si vede nei tedeschi”, prosegue il filosofo, “Ma, dietro le quinte del palcoscenico internazionale sono proprio così: dei paurosi”<sup>98</sup>.

I tedeschi paiono sentirsi particolarmente minacciati dalle calamità della vita e della storia umana, proprio loro che per altri popoli hanno rappresentato una “calamità storica”.

---

<sup>95</sup> KAMINER, Wladimir, *I tedeschi e il disordine*, [in rete] <http://www.goethe.de/ins/it/it/lp/kul/mag/vab/tdi/5980422.html>, www.goethe.de, ottobre 2007.

<sup>96</sup> ROMEO, p. 204.

<sup>97</sup> *Ibidem*, p. 204.

<sup>98</sup> MAZZONE, Anna, *Europa: ma perché i tedeschi sono così... tedeschi? L'inflessibilità della Germania con la Grecia si fonda sulla sua memoria corta. L'aiuto dell'UE per evitare il default nel dopoguerra è stato dimenticato*, [in rete] <http://www.panorama.it/news/esteri/europa-grecia-perche-i-tedeschi-cosi-tedeschi/>, www.panorama.it, 17 febbraio 2015.



## 5.5 LA *SCHADENFREUDE* E LA MANIPOLAZIONE DEI MEDIA



Altra parola tedesca intraducibile, che esprime un sentimento che esiste in molte società, ma che solo in tedesco viene condensato in un concetto, è *Schadenfreude*, la parola del secolo per la BBC; essa indica letteralmente la gioia (*Freude*) delle disgrazie (*Schaden*) che capitano agli altri. Prova tale sentimento chi è debole, tormentato dai potenti o che si sente tale; è stato pertanto attribuito spesso al piccolo borghese tedesco, che “per eccesso di deferenza verso le autorità si è sempre sentito meno libero di quanto lo fosse realmente”. Ciò può spiegare anche il successo di un quotidiano come *Bild Zeitung*, che vende cinque milioni di copie al mondo ogni giorno e il cui successo si basa in gran parte sulla *Schadenfreude*, attraverso l'accanimento nei confronti di persone di successo, spesso di sinistra e anticonformiste<sup>99</sup> ed è caratterizzato da campagne aggressive e populiste.

Ecco allora che, in occasione della crisi, il quotidiano lancia una campagna mediatica aggressiva contro la Grecia, le punta contro “il dito ammonitore, sprezzante, intollerante che i tedeschi amano di tanto in tanto alzare anche contro gli amici” sottolinea Aldo Magnavacca in un articolo pubblicato sul *Corriere d'Italia*, giornale italiano pubblicato a Francoforte. Il quotidiano lancia addirittura una campagna mediatica, fortemente criticata dai politici, dai sindacati tedeschi e sul web, dal titolo “Wir sagen nein!”, “I lettori di Bild dicono Nein!”, contro il voto sul prolungamento del programma di aiuti alla Grecia. I lettori vengono invitati a inviare un selfie con la prima pagina del giornale per sostenere tale pronunciamento.

<sup>99</sup> VANNUCCINI – PREDAZZI, pp. 43-44.

Le critiche non hanno fermato il direttore Kai Diekmann, che ha tolto soltanto una parola: se in origine lanciava la sua campagna contro gli avidi greci alla fine ha tolto l'aggettivo<sup>100</sup>.

Magnavacca prosegue poi chiedendosi se sia la *Bild* "a creare pregiudizi" o sia la *Bild* ad "avere la capacità di esprimerli nel più geniale dei modi". La *Bild Zeitung*, si chiede, "scrive quello che la gente desidera leggere e che comunque pensa o la gente pensa quello che *Bild Zeitung* suggerisce quotidianamente come base di pensiero?". Conclude poi l'articolo raccontando un aneddoto paradossale ma che induce a riflettere sui ruoli di manipolatore e manipolato. Ricorda come negli anni quaranta lo scienziato americano Skinner compisse esperimenti riguardanti il condizionamento sui ratti da laboratorio: ogni volta che suonavano un campanellino nella gabbia ricevevano un pezzo di formaggio. Tra i suoi studenti circolava una cinica storiella secondo la quale un ratto raccontava ad un altro ratto: "Sai, ho portato Skinner al massimo condizionamento: ogni volta che suono il campanellino, mi porta un pezzettino di formaggio!". Aneddoto divertente, ma che soprattutto fa riflettere sul rapporto tra funzione dei media e diffusione dei pregiudizi, in particolare su quello tra l'opinione pubblica tedesca e il suo "manipolato manipolatore" *Bild Zeitung*<sup>101</sup>.

---

<sup>100</sup> *I selfie anti-Grecia dei tedeschi della Bild*, [in rete] <http://www.panorama.it/economia/euro/bild-selfie-anti-grecia-teseschi/>, www.panorama.it, 27 febbraio 2015.

<sup>101</sup> MAGNAVACCA, Aldo, *Bild Zeitung vs. Grecia*, [in rete] <http://www.corritalia.de/home/dettaglio/bild-zeitung-vs-grecia/b78eed067402fa9fd2092a9f1605454b/>, www.corritalia.de, 14 dicembre 2015.

## 5.6 PRECISI, PUNTUALI, AFFIDABILI, CORRETTI: MA IL MODELLO TEDESCO ESISTE DAVVERO?



La dedizione al lavoro, l'attitudine alla puntualità, la serietà e la competenza sono abitudini consolidate nella cultura tedesca. Del resto quando si dice "puntuale come un orologio svizzero" si pensa a una svizzera che parla tedesco, non francese o italiano.

Nelle già citate mappe degli stereotipi europei dell'artista bulgaro Tsvetkov i tedeschi sono visti dagli italiani proprio come "clock addicts", "orologio-dipendenti".



<sup>102</sup> [in rete] <http://alphadesigner.com/wp-content/uploads/europe-according-to-italy.png>.

Kant ne è la figura paradigmatica. Un aneddoto ricorda come la gente a Königsberg regolasse l'orologio al suo passaggio. Il sentimento di fronte a tanta costanza e disciplina, da parte dei popoli del Sud, che hanno una diversa concezione del tempo, è ambivalente: sicuramente di ammirazione, ma anche di sgomento per un senso di freddezza, di disumanità<sup>103</sup>. Il perfezionismo a volte esagerato blocca infatti la spontaneità e il contatto personale.

Determinazione, impegno, precisione sono talmente connaturati all'idea che si ha dei tedeschi che in un'intervista a *Il Giornale* Kristian Ghedina, ex campione di sci di Cortina, parlando di un'azienda di Bologna che ricerca personale esclusivamente bellunese, sostiene che "Un po' in tutta la zona siamo chiamati tedeschi, un po' più chiusi e precisi, come mentalità. Forse un po' meno tolleranti che in altre zone d'Italia. Magari siamo considerati più affidabili, se un datore di lavoro cerca puntualità, precisione, ordine"<sup>104</sup>.

I media rappresentano sicuramente il modo migliore per veicolare tali stereotipi. Consideriamo, ad esempio, uno spot della compagnia aerea Lufthansa, che gioca sui cliché più diffusi sui tedeschi: puntualità, organizzazione, senso del dovere, mancanza di senso dell'umore, ossessione di dover essere sempre i migliori. Si intitola *Questi tedeschi*<sup>105</sup>. Vi si vede un signore che deve prendere l'aereo.

---

<sup>103</sup> BENFANTE, Marcello, *Puntualmente in ritardo*, [in rete] <http://www.goethe.de/ins/it/it/lp/kul/mag/vab/tdi/5509659.html>, www.goethe.de, gennaio 2010.

<sup>104</sup> BARBIERI, Eleonora, «*Puntuali, precisi, mai lagnosi per questo siamo ricercati. Da noi ci chiamano tedeschi...*», [in rete] <http://www.ilgiornale.it/news/puntuali-precisi-mai-lagnosi-questo-siamo-ricercati-noi-ci.html>, www.ilgiornale.it, 10 marzo 2009.

<sup>105</sup> *Diese Deutschen immer so genau*, video [in rete]: <https://www.youtube.com/watch?v=KwT0JdkW-uE>, 25 maggio 2013.



**Figura 1: Suono della sveglia con tipica musichetta folk tedesca: “Questi tedeschi! Sempre così precisi.”**



**Figura 2: Hall dell'albergo con receptionist alta, bionda, gentile ed efficiente.**



**Figura 3: Il portiere apre gentilmente la porta del taxi. “E sempre puntuali.”**



**Figura 4: In aeroporto: “Perfettamente organizzati, naturalmente!”**



**Figura 5: In aereo: “Qualità dovunque!”**



**Figura 6: L'hostess, bionda e bella, offre una costosa bottiglia di vino e un piatto presentato con raffinatezza: “E questo... perfezionismo!” (giusto per superare l'altro stereotipo dei tedeschi “birra e crauti”)**



Figura 7: Conclusione: "Fantastico!"

Tuttavia, nota *Die Zeit*, lo stereotipo dei tedeschi puntuali, diligenti, disciplinati e organizzati da qualche tempo rimanda un'immagine illusoria. Pare ci siano problemi con i tempi di realizzazione delle grandi opere, come il nuovo aeroporto di Berlino, con conseguente aumento esponenziale dei costi<sup>106</sup>.

Se poi le guide turistiche ci parlano del sistema di trasporto ferroviario tedesco come uno dei più efficienti d'Europa, dotato di treni tecnologicamente avanzati, di servizi impeccabili, efficienti e puntuali, sicuri e affidabili, nel 2012 Deutsche Bahn, l'equivalente delle nostre FS, si trovava costretta a scusarsi, annunciando cancellazioni e disservizi nel periodo natalizio. Nello stesso periodo, la *Bild Zeitung* rilevava che la Siemens aveva subito una perdita di 500 milioni di euro per aver sottostimato problemi legati alla costruzione di sottostazioni elettriche presso le piattaforme petrolifere del mare del Nord<sup>107</sup>.

E che dire del mercato automobilistico tedesco, sinonimo di sicurezza, affidabilità, cura dei dettagli, capacità tecnologica, serietà morale? I recenti scandali sui test truccati alla Volkswagen sembrano far cadere anche questo mito. Se poi Claudia Schiffer, in un celebre spot della OPEL, afferma che l'automobile della casa di Francoforte si dovrebbe comprare a scatola chiusa, semplicemente perché "è tedesca", dimentica che la Opel è una filiale della multinazionale statunitense

---

<sup>106</sup> DI LORENZO, Giovanni, *La mia speranza nella nuova Grandezza*, [in rete] <http://www.zeit.de/kultur/2015-07/italia-germania-discorso-salone-internazionale-del-libro-torino>, www.zeit.de, 8 luglio 2015.

<sup>107</sup> GULLI, Luciano, *I tedeschi viaggiano all'italiana. Treni in ritardo e aeroporti flop*, [in rete] <http://www.ilgiornale.it/news/esteri/i-tedeschi-viaggiano-allitaliana-treni-ritardo-e-aeroporti-861483.html>, www.ilgiornale.it, 3 dicembre 2012.

General Motors, che si avvale di impianti produttivi sparsi in tutto il mondo; la componentistica viene così prodotta all'estero per cui l'unica vera tedesca in questo caso è la Schiffer.

Che dire infine delle banche? La Deutsche Bank , già salvata dalla Merkel nel 2012 con i fondi europei, si dichiara colpevole di aver manipolato i tassi interbancari.

Nel settore agroalimentare la Germania ha già ricevuto diversi richiami sull'IVA intracomunitaria, fa concorrenza sleale agli altri paesi europei comprando prodotti extracomunitari e facendoli diventare comunitari. Se poi aggiungiamo i vari scandali delle mozzarelle blu, della falsificazione dei prodotti Made in Italy e altro ancora possiamo concludere dicendo che la crisi della Germania è soprattutto di carattere morale: viene meno il mito della correttezza teutonica<sup>108</sup>.

---

<sup>108</sup> CAMBI, Carlo, *Germania fabbrica di balle: auto, banche e alimentare, tutte le truffe tedesche*, [in rete] <http://www.liberoquotidiano.it/news/esteri/11836701/Germania-fabbrica-di-balle--auto.html>, [www.liberoquotidiano.it](http://www.liberoquotidiano.it), 9 ottobre 2015.



## 5.7 LA *SCHWÄBISCHE HAUSFRAU*, LA CASALINGA SVEVA



*Schwäbische Hausfrau* è la casalinga sveva, cioè della regione a sud-ovest della Germania, una figura paradigmatica per capire la visione del mondo della Germania stessa. Riservata e di scarso livello culturale, la casalinga sveva incarna tuttavia la saggezza, il senso pratico e il buonsenso che il popolo tedesco si attribuisce.

Grazie a queste sue caratteristiche, la “casalinga sveva”, cioè la Germania, è riuscita a superare le difficoltà post-unificazione e quelle relative alla crisi economica globale poi. Nel 2008, parlando della crisi americana dei mutui *subprime*, Angela Merkel afferma: “Bastava chiederlo alla casalinga sveva. E lei ci avrebbe dispensato un po’ della sua conoscenza su come vanno le cose del mondo. Non si può vivere sempre al di sopra dei propri mezzi”. “Mia madre era una vera casalinga sveva”, ricorda in un’altra occasione il ministro delle finanze Wolfgang Schäuble: “una volta, rimasta senza monete per il parchimetro, ha parcheggiato lo stesso e il giorno dopo è tornata per pagare”<sup>110</sup>. E Winfried Kretschmann, premier della ricca regione del

<sup>109</sup> [in rete] <http://www.economist.com/news/europe/21595503-views-economics-euro-and-much-else-draw-cultural-archetype-hail-swabian>.

<sup>110</sup> ALVIANI, Alessandro, *Un breviario di “tedesco” per capire la crisi greca*, [in rete] [http://www.ilfoglio.it/articoli/2015/02/24/un-breviario-di-tedesco-per-capire-la-crisi-greca\\_\\_1-v-125957-rubriche\\_c156.htm](http://www.ilfoglio.it/articoli/2015/02/24/un-breviario-di-tedesco-per-capire-la-crisi-greca__1-v-125957-rubriche_c156.htm), www.ilfoglio.it, 24 febbraio 2015.

Baden-Württemberg, sottolinea con orgoglio che “la casalinga sveva è un cliché, ma molto più che un cliché, perché rappresenta un punto d’inizio nel modo di pensare tedesco sull’euro e sulla politica fiscale”. Meno poetica l’immagine che, nel linguaggio stereotipato fatto da frasi fatte mutate dal gergo quotidiano, riassume le conseguenze per chi non ha seguito i consigli della casalinga sveva: “den Gürtel enger schnallen”, cioè “tirare la cinghia” perché non è possibile vivere “a spese degli altri”, accusa frequentemente rivolta ai greci tra i commenti dei lettori di quotidiani e siti tedeschi. Anche l’appellativo con cui il quotidiano *Bild* si riferisce continuamente ai greci, “Falliti!”, si può comprendere più a fondo se lo si inserisce in un contesto culturale che non sopporta i fallimenti<sup>111</sup>.

Con lo stesso atteggiamento della parsimoniosa casalinga, infatti, la Germania si rivolge ai paesi del Sud Europa durante la crisi greca, dispensando regole da seguire per non vivere al di sopra dei propri mezzi e imponendo quell’austerità vista come una virtù; visione che contrasta con quella di altri paesi, come Italia e Grecia, che hanno utilizzato invece il debito come leva di crescita. Secondo Francesco Cancellato, autore del saggio *Fattore G: perché i tedeschi hanno ragione*, questo modo di pensare dà origine a una frattura culturale, che genera il pregiudizio di una Germania egoista, senza scrupoli nell’impoverire contesti economici già in crisi per non doverli aiutare. La casalinga sveva, quindi, fuori dai confini nazionali, assume il ruolo della “sadica matrigna dei fratelli Grimm che abbandona Hansel e Gretel nel bosco per fuggire, lei e solo lei, alla carestia”. L’autore sostiene tuttavia che si tratti di un pregiudizio che non tiene conto di quanto la Germania sia comunque consapevole che “l’Europa è politica interna”, come afferma Angela Merkel, e che l’obiettivo deve essere la salvezza dell’Unione Europea, perché la Germania, da sola e a scapito di tutti, non può farcela<sup>112</sup>.

La prospettiva della casalinga sveva, secondo *The Guardian*, è influenzata da una psiche nazionale profondamente plasmata dall’esperienza della montagna del

---

<sup>111</sup> *Ibidem*.

<sup>112</sup> CANCELLATO, Francesco, *Fattore G: perché i tedeschi hanno ragione*, Università Bocconi, 31 marzo 2016.

debito della Repubblica di Weimar e dall'iperinflazione del 1920, quando la gente spingeva i carrelli traboccanti di banconote senza valore per le strade<sup>113</sup>.

La parola d'ordine è "frugalità"; in Svevia c'è anche un'espressione per questo: "hälinge reich" che significa "segretamente ricco". Sempre secondo il *Guardian* la frugalità della Germania meridionale ha le sue radici addirittura nel diciannovesimo secolo, quando la Germania era molto povera. Gli Svevi nel diciannovesimo secolo reagirono all'estrema povertà emigrando all'estero, ma anche diventando maestri di innovazione. Essi venerano infatti tra i loro innovatori Gottlieb Daimler e Robert Bosch, che hanno dato origine a imprese a livello mondiale, e poeti e filosofi, come Schiller e Hegel. Quella creatività è il rovescio della medaglia della frugalità sveva – sostiene Kretschmann - perché "la scarsità crea innovazione"<sup>114</sup>.

Un altro fattore che ha contribuito a influenzare il panorama psicologico della Svevia va fatto risalire alla diffusione del Pietismo, un movimento all'interno del Luteranesimo che sottolineava la necessità del duro lavoro e di evitare i divertimenti mondani. Il detto svevo "Schaffe, schaffe Häusle baue" che si traduce "lavorare e lavorare per costruire una casa" risale a quel tempo.

---

<sup>113</sup> KOLLEWE, Julia, *Angela Merkel's austerity postergirl, the thrifty Swabian housewife*, [in rete] <http://www.theguardian.com/world/2012/sep/17/angela-merkel-austerity-swabian-housewives>, [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com), 17 settembre 2012.

<sup>114</sup> *Hail, the Swabian housewife*, [in rete] <http://www.economist.com/news/europe/21595503-views-economics-euro-and-much-else-draw-cultural-archetype-hail-swabian>, [www.economist.com](http://www.economist.com), 1 febbraio 2014.

## 5.8 IL “FATTORE M”: L’ARCHETIPO DELLA DONNA DI POTERE



115

L'immagine della *Schwäbische Hausfrau* è spesso accostata, poi, alla Cancelliera Angela Merkel. Figlia di un pastore luterano, negli anni ha rappresentato la perfetta evocazione della “casalinga sveva” pragmatica e parsimoniosa.

Sicuramente la Cancelliera tedesca ha un ruolo di protagonista nelle vicende della crisi europea: cresciuta nella Germania Est, entrata in politica dopo un percorso lavorativo come ricercatrice in chimica quantistica, è la prima donna a ricoprire la carica di capo di governo nella Repubblica Federale Tedesca. Dall'inizio della crisi dell'euro, nel 2009, la sua figura politica si è imposta, assieme al peso politico della Germania da lei guidata, all'attenzione dei cittadini europei e degli osservatori internazionali. Nei momenti cruciali della crisi, gli altri partner europei, volenti o nolenti, hanno dovuto allinearsi alle rigide posizioni impresse dalla Germania a guida Merkel. Il tratto principale della guida politica della Cancelliera è stato l'approccio pragmatico sia in politica interna che estera, che l'ha resa il miglior difensore degli interessi tedeschi. In lei i tedeschi vedono una “mutti”, una mamma giusta e affidabile cui delegare i propri interessi. Michael Brown, autore di un libro su di lei, rileva tuttavia come più che una figura materna, sembri impersonare la

---

<sup>115</sup> [in rete] [http://www.ilfoglio.it/articoli/2015/02/24/un-breviario-di-tesesco-per-capire-la-crisi-greca\\_\\_1-v-125957-rubriche\\_c156.htm](http://www.ilfoglio.it/articoli/2015/02/24/un-breviario-di-tesesco-per-capire-la-crisi-greca__1-v-125957-rubriche_c156.htm).

concezione prussiana di primo servitore dello stato, in grado di interpretare le esigenze della Germania intera e non di un singolo partito<sup>116</sup>.

Proprio per questo anche la sua immagine non è immune dagli stereotipi.

Nella Germania famosa per le tre K, Kinder-Küche-Kirche (bambini-cucina-chiesa), è chiaro quali compiti la tradizione attribuisse a una madre, a una figlia o a una sorella. “Quanto è innaturale ed egoista quando fanciulle che hanno un fratello, per di più non ammogliato, senza alcun riguardo decidono di sposarsi!” scriveva Otto von Bismarck alla sorella Malwine. Anche Jacob Grimm si lamentava: “La nostra unica sorella ci ha lasciati dopo il matrimonio, così che noi tre fratelli adesso ci ritroviamo a condurre una vita come quella degli studenti”. Goethe, che curava l’educazione della sorella Cornelia, se da un lato le inviava per via epistolare consigli sulle letture più adatte al suo arricchimento culturale, non mancava di scrivere in una poesia che “la sorella deve servire il fratello, ma prima deve servire i genitori, perché questa è la vocazione femminile”. E aggiungeva che “solo servendo gli altri ottiene il potere che le spetta nella propria casa. La sua vita è un eterno andare e venire, sollevare e portare, preparare e fare cose per gli altri”<sup>117</sup>. Le donne che si discostano dal cliché tradizionale femminile ancor oggi vengono guardate con sospetto. Nel 1985 in occasione del primo congresso della CDU sulla “politica della donna” i delegati, pur approvando azioni volte a favorire l’emancipazione femminile, riservarono applausi solo alle candidate che si presentarono come “casalinghe” decise a scegliere la famiglia, più che la professione. Il vero modello tedesco è l’*hausfrau*, la brava casalinga, tanto che a parità di condizioni sociali, è inferiore rispetto a noi il numero di donne tedesche che ricorrono all’aiuto di una donna delle pulizie<sup>118</sup>. Anche il femminismo, diffuso in Italia, Francia, Inghilterra e Stati Uniti già a fine anni Settanta, in Germania rimase un fenomeno marginale e a lungo limitato. Nel 1988 furono proprio le donne della SPD a proporre di istituzionalizzare le quote di posti da riservare alle donne nel partito, nel sindacato, in parlamento. Un sondaggio della rete televisiva ZDF confermò che il 71% delle donne tedesche era dalla loro parte. Fino a quel momento le carriere femminili in politica erano state delle

---

<sup>116</sup> MESINI, Lorenzo, *Recensione a “Mutti. Angela Merkel spiegata agli italiani” di Michael Braun*, [in rete] <http://www.pandorarivista.it/articoli/recensione-a-mutti-angela-merkel-spiegata-agli-italiani-di-michael-braun/>, www.pandorarivista.it, 7 gennaio 2016.

<sup>117</sup> VANNUCCINI – PREDAZZI, pp. 109-110.

<sup>118</sup> *Ibidem*, p. 111.

eccezioni. In pochi anni, tuttavia, con la consueta sistematicità tedesca, le quote femminili diventano la norma in molti Länder<sup>119</sup>.

Nel 1990 al Cancelliere Kohl serviva, nel primo governo della Germania riunificata, una “donna in quota” cristiano-democratica e qualcuno che provenisse dalla Germania Est. Angela Merkel, che aveva entrambe le caratteristiche, rappresentava una faccia nuova che avrebbe potuto ridare credibilità ad un partito minato dagli scandali<sup>120</sup>.

Figlia di un pastore protestante, cresciuta all’insegna della politica come etica di servizio, risponde pienamente al forte desiderio di un rinnovamento morale. E si butta nella campagna pregressuale con una sola parola d’ordine: pulizia. Al Congresso di Essen Angela Merkel (il cognome è dell’ex marito dal quale è divorziata) viene eletta con il 96% dei consensi<sup>121</sup>. Così, a quarantacinque anni, *das Mädchen*, “la ragazza”, come la chiamava Kohl, diventa la prima donna e la prima tedesca nata e cresciuta nella DDR, a guidare un grande partito tedesco<sup>122</sup>.

L’immagine richiama quella commistione di pubblico e privato che viene presentato come tratto distintivo della leadership femminile e riconduce implicitamente la donna di potere alla sfera domestica, ridimensionandola<sup>123</sup>.

Un’inchiesta di Judith Baxter, professoressa di Linguistica applicata presso la Aston University, per il quotidiano *The Guardian* sottolinea come sia ancora difficile per una donna mantenere un ruolo di potere senza che la sua immagine venga associata a stereotipi legati al sesso di appartenenza. La spiegazione è di carattere psicologico: gli uomini e le donne, prosegue la giornalista, inconsciamente vedono gli uomini come leader e le donne come seguaci, in modo che quando una donna è promossa ad un ruolo di grande importanza, viene a sconvolgere le norme collettive. Nel mondo occidentale al “grande uomo” vengono associate caratteristiche come

---

<sup>119</sup> *Ibidem*, p. 114.

<sup>120</sup> La CDU sotto la guida di Helmut Kohl riceve finanziamenti privati non dichiarati pubblicamente e occultati su conti bancari del Liechtenstein. Il suo successore Wolfgang Schäuble lascia a sua volta l’incarico di presidenza per non aver detto al Bundestag l’intera verità sulla vicenza dei depositi in nero a disposizione del partito. KRALI, Alberto, *Primi della Klasse. La crisi europea e il ruolo della Germania*, Cairo (collana H24), 2012, p. 34.

<sup>121</sup> *Ibidem*, p. 34.

<sup>122</sup> VANNUCCINI – PREDAZZI, p. 114.

<sup>123</sup> NATALE, Maria Serena, *La rivincita della massaia in politica e il rischio di cadere negli stereotipi*, [in rete] <http://27esimaora.corriere.it/articolo/la-rivincita-della-massaia-in-politica-e-il-rischio-di-cadere-negli-stereotipi/>, www.27esimaora.corriere.it, 21 settembre 2014.

l'eroismo, il carisma, l'attitudine al comando, la competitività, la creatività. Non c'è posto per la donna per entrare negli archetipi della leadership maschile. Di conseguenza le donne vengono spesso incasellate ed etichettate attraverso l'uso di un linguaggio che le trasforma in caricature di se stesse. Nel 1983, l'imprenditrice americana Rosabeth Moss Kanter aveva individuato quattro trappole di ruolo per le donne nel settore pubblico: "l'animale, la madre, l'ascia e la seduttrice". Oggi, guardando al modo in cui le donne sono rappresentate nei media, si può notare come queste "trappole" di ruolo influenzino ancora il modo in cui guardiamo alla leadership femminile.

Sul *Corriere della Sera* del 15 gennaio 2014 Maria Serena Natale parla di un "Fattore M", in cui M sta per Merkel, che ha ormai soppiantato il "Fattore T", che sta per Margaret Thatcher, la "Lady di Ferro".

Si rientra nel fenomeno per cui le donne al potere, per essere legittimate, hanno bisogno di essere ricondotte per forza a un modello riconosciuto. Si continua a parlare per schemi prestabiliti e ne consegue che vengano fatte rientrare nello "schema Merkel" persone tra loro diverse e che con il modello hanno poco in comune<sup>124</sup>. La Baxter aggiunge che una sua inchiesta condotta in 14 imprese multinazionali ha rilevato come i colleghi tendano a rappresentare le donne leader in modi stereotipati utilizzando termini come "scary", spaventosa o "bossy", prepotente. Nota tuttavia di aver osservato donne che rifiutano di essere intrappolate in tali stereotipi e anzi hanno saputo trasformarli in modo vantaggioso nel mondo del lavoro, muovendosi abilmente tra i quattro ruoli e utilizzandoli come risorse cui attingere per raggiungere diversi obiettivi. Angela Merkel, per esempio, precisa l'autrice, conosciuta dai tedeschi come "la Madre", si muove sui media in modo flessibile tra il Cancelliere dal pugno di ferro e la donna affascinante che scherza con i capi di stato maschi<sup>125</sup>.

In un articolo sul *Times* Lucy Kellaway sostiene che le donne di successo suscitano più paura degli uomini di successo e cerca di darsene una ragione: può

---

<sup>124</sup> ROBOTTI, Odile, *Donne di potere, modelli e stereotipi*, [in rete] <https://leadershipfemminile.org/2014/01/16/donne-di-potere-modelli-e-stereotipi/>, www.leadershipfemminile.org, 16 gennaio 2014.

<sup>125</sup> BAXTER, Judith, *How to beat the female leadership stereotypes*, [in rete] <http://www.theguardian.com/women-in-leadership/2013/dec/09/beat-female-leadership-stereotypes>, www.theguardian.com, 9 dicembre 2013.

essere determinante il fatto che per arrivare dove sono arrivate hanno dovuto lottare di più, o l'esigenza di contrastare un proprio senso di insicurezza, o ancora spaventano perché sono più difficili da "leggere" degli uomini e questo genera ansia o perché non rispettano le aspettative che vedono la donna come madre rassicurante. Tuttavia, conclude la Kellaway, indipendentemente dalla ragione per cui accade, spaventare avvantaggia le donne.

Anche per Donatella Campus, autrice di un volume sull'immagine della donna leader, le donne sono sostanzialmente vittime di tre stereotipi che ostacolano e complicano la loro carriera politica. In primo luogo vengono loro attribuite qualità ritenute tipicamente femminili, come la compassione e la disponibilità al dialogo, ritenute poco adatte all'attività politica e contrapposte alla determinazione e al cinismo dei maschi. Secondariamente, si pensa che alle donne siano più adatte aree di attività come l'istruzione, la cultura, il welfare, mentre agli uomini spettano l'economia, la difesa, gli affari esteri. Il peggior stereotipo, tuttavia, per la Campus è il cosiddetto "doppio vincolo", in base al quale le donne si devono mostrare aggressive per non venire considerate deboli e non adatte ad essere capi, ma nello stesso tempo se agiscono con decisione vengono criticate come aggressive. In conclusione, sottolinea l'autrice, le donne che vogliono far carriera in politica devono riconoscere che esiste questo doppio vincolo, che da un lato le vuole donne, ma dall'altro impone loro di mostrare qualità tradizionalmente attribuite agli uomini: riconosciutolo, lo si può combattere e usarlo a proprio favore.

In ultima analisi, tuttavia, il fatto che tali trappole continuino a proliferare nel nostro inconscio collettivo e vengano quotidianamente ricostruite nella rappresentazione dei media rappresenta una barriera per le donne. Le donne leader sono viste come un'eccezione. Se il mondo "fa fatica ad abituarsi al potere delle donne e alle donne di potere" le donne di potere si vedono forzatamente ricondotte a modelli preesistenti o si trovano a intimorire il prossimo anche contro la loro volontà<sup>126</sup>.

L'immagine che della Merkel riportano, nel periodo della crisi, le testate internazionali, pare confermare tale idea. Vedremo infatti (cap. 7) come la

---

<sup>126</sup> ROBOTTI, Odile, *Donne di potere, modelli e stereotipi*, [in rete]  
<https://leadershipfemminile.org/2014/01/16/donne-di-potere-modelli-e-stereotipi/>,  
www.leadershipfemminile.org, 16 gennaio 2014.



Cancelliera venga rappresentata come un mostro grondante sangue, piuttosto che come un cyborg senza pietà. Per non parlare, con chiari riferimenti al passato tedesco, di chi le fa vestire i panni del gerarca nazista.

# INDAGINE SUL “CARATTERE” NAZIONALE TRA PASSATO E PRESENTE

## 6.1 LA FORMAZIONE DI STEREOTIPI “FORTI”: ALCUNE TESTIMONIANZE DAL PASSATO

L’uso di stereotipi “forti” riferiti ai caratteri nazionali è una costante nella cultura europea. Il teorico italiano Giulio Cesare Scaligero, autore di *Poëtices libri septem* (1561), nel capitolo *Natio sive gentes* indica nelle storie, nei proverbi e nelle tradizioni orali popolari le fonti da cui trarre i caratteri dei diversi popoli. Elenca poi una serie di attributi peculiari ad ogni singola nazione, riferendoli sia ai popoli antichi sia a quelli presenti nell’Europa del Cinquecento. Per quanto riguarda Germania, Inghilterra, Italia, Francia, Spagna egli conclude che i Germani sono “fortes, simplices, animarum prodigi, veri amici, verique hostes”, gli Angli “fortes, simplices, animarum prodigi, veri amici, verique hostes” e così via<sup>127</sup>.

A tale testo si rifà Henri-Jules Pilet de La Mesnardière, autore di una *Poëtique* pubblicata nel 1639 a Parigi, per il quale l’appartenenza nazionale è uno dei sei parametri che concorrono a definire il carattere di un personaggio tragico. Egli presenta così un elenco di attributi o, come li definisce “habitudes generales” o

---

<sup>127</sup> FLORIS, Ubaldo, *Francesi leggeri, spagnoli poltroni, tedeschi ubriaconi. Su alcuni stereotipi nazionali ‘forti’ nella cultura europea tra Cinquecento e Seicento*, in *Lo straniero*, a cura di DOMENICHELLI, Mario – FASANO, Pino, Roma, Bulzoni, 1997, p. 514.

“inclinations” che definiscono l’appartenenza nazionale. I tedeschi, per esempio, vi sono definiti “sinceres, grossiers, fidelles, modestes, banqueteurs, affables, vaillans, amoureux de la liberté”<sup>128</sup>.

Si tratta di un puro elenco non argomentato di attributi, che tuttavia consente di considerare gli atteggiamenti specifici di questi popoli, sia autonomamente che nei rapporti di apertura o chiusura verso gli altri. Nei rapporti con gli altri i tedeschi sono affabili, ma non altrettanto gli inglesi, nemici degli stranieri, e soprattutto gli spagnoli, dei quali vengono contestati l’inciviltà e l’atteggiamento sprezzante. L’autore sottolinea il valore di inglesi e tedeschi, la temerarietà dei francesi e l’avvedutezza politica degli spagnoli. La rozzezza dei tedeschi amanti dei banchetti è da considerarsi soprattutto in opposizione alla sottigliezza d’ingegno degli italiani, accomunati ai francesi dalla “politesse”. In generale emerge l’opposizione tra alcune qualità positive dei tedeschi e degli italiani e alcune negative dei tedeschi, e soprattutto l’antitesi tra il carattere dei francesi e quello degli spagnoli, nemici dei francesi. Appare scontato, vista la secolare conflittualità tra queste due nazioni, che La Mesnardière attribuisca al popolo nemico qualità prevalentemente negative. Allo stesso tempo c’è da dire che il topos sulla diversità caratteriale tra Francia e Spagna, per spiegarne l’ostilità reciproca, era ampiamente diffuso<sup>129</sup>.

Ci si può chiedere quali ragioni teoriche abbiano portato gli autori citati a inserire il criterio dell’appartenenza nazionale tra quelli considerati per definire i caratteri. Nel secondo libro della *Rhetorica* di Aristotele il filosofo definisce caratteri e passioni secondo un criterio di verosimiglianza generale, comune sia alla retorica che alla poetica, all’interno del quale l’indole nazionale diviene un ulteriore elemento distintivo<sup>130</sup>. Caratteri e passioni sono espressi, secondo Aristotele, “nella loro banalità”, cioè non in base a dati reali, ma secondo l’opinione che si ha di essi, opinioni frutto di “esperienze e induzioni imperfette” non necessariamente basate sulla verità<sup>131</sup>. Nell’*Ars Poetica* anche Orazio estende la teoria dei caratteri all’appartenenza sociale e nel tempo poi gli autori di teatro prestano attenzione a questa caratteristica. In testi di diversa natura è possibile coglierne riferimenti sparsi.

---

<sup>128</sup> *Ibidem*, p. 516.

<sup>129</sup> *Ibidem*, p. 517.

<sup>130</sup> La tragedia richiede l’attribuzione ai personaggi di un carattere individuale verosimile, che ne motivi le parole e le azioni. Da FLORIS, p. 518.

<sup>131</sup> *Ibidem*, p. 517.

Negli scritti di Scaligero e di La Mesnardière esso dimostra già il suo carattere di luogo comune non solo retorico, ma culturale, di stereotipo definito, non semplicemente utilizzato per una necessità retorico-poetica. Risulta il frutto di un'extrapolazione da un minimo contesto testuale ad un altro e così via, finché se ne perde l'origine. Dalla selezione degli epiteti, passando da un autore all'altro, se ne ricavano alcuni la cui durata e ripetitività li trasforma in stereotipi. Alla precisazione dei caratteri delle moderne nazioni europee da parte dei due autori concorrono quindi sia i giudizi di derivazione classica stabilizzatisi in luoghi comuni attraverso i secoli, sia le variazioni loro impresse dalle opinioni correnti. Alcuni attributi poi ritornano costantemente e diventano così stereotipi forti, tali da sembrar mantenere inalterate nelle nazioni moderne europee, le caratteristiche e le qualità dei loro antenati. Già si è visto, per esempio, come ciò possa essere fuorviante nel pensare ai greci odierni negli stessi termini dei greci della classicità. Allo stesso modo La Mesnardière ribadisce l'antico topos del greco menzognero, richiamando l'inaffidabilità (li definisce *menteurs* nella presentazione delle nazioni) del popolo di appartenenza di Aristotele, ritenuto detentore di verità assolute<sup>132</sup>. Anche Stefano Guazzo, autore sempre nel Cinquecento del trattato *La civil conversazione*<sup>133</sup>, fa riferimento ai greci che "quantunque singolari di sapere e d'eloquenza, sono disleali e infedeli".

Altro stereotipo "forte" che emerge quasi naturalmente è quello dei tedeschi vitali, ma anche rozzi, semplici, privi di intelligenza e soprattutto abituati a bere e a gozzovigliare<sup>134</sup>. In questo caso lo scrittore classico cui si può fare riferimento è Tacito che, nella *Germania*, per primo descrive i Germani amanti della guerra, ma anche dediti alle gozzoviglie e al bere, soprattutto consumatori di una bevanda "ex hordeo aut frumento", l'antenata dell'odierna birra. Fonti disparate confermano come tale testimonianza di Tacito fosse giunta nel Cinquecento come stereotipo già consolidato<sup>135</sup>. Lo stesso Erasmo da Rotterdam non nasconde l'eccessiva propensione delle popolazioni germaniche al bere, anche se, convinto che si tratti di un vizio "transnazionale", raccomanda di non rimproverarne solo i popoli germanici. Lutero se ne preoccupa, mentre Tommaso Campanella<sup>136</sup>, parlando della Riforma

---

<sup>132</sup> *Ibidem*, p.553.

<sup>133</sup> Vedi nota 89 p. 553 in U. FLORIS.

<sup>134</sup> *Ibidem*, pp. 520-524.

<sup>135</sup> *Ibidem*, p. 547.

<sup>136</sup> Filosofo, teologo, poeta e frate domenicano italiano (1568-1639).

protestante, indica l'ubriachezza, con l'avidità e la crudeltà, tra i peccati dei tedeschi<sup>137</sup>. Il francese Montaigne<sup>138</sup> associa il vizio di ubriacarsi dei tedeschi al fatto di essere rozzi intellettualmente e riconosce la difficoltà di vivere in Germania per i diplomatici astemi<sup>139</sup>. Il luogo comune del tedesco ubriaccone ritorna in un racconto umoristico di Théophile de Viau<sup>140</sup>, nel termine *grossiers* usato da La Mesnadière o nella definizione *potentes e simplices* di Scaligero<sup>141</sup>.

Negli scritti di questi autori, quindi, si può notare come gli stereotipi, formatisi nei secoli, potessero essere utilizzati come chiave interpretativa nelle definizioni dei popoli e consentissero un'elementare griglia di lettura basata su un criterio di opposizione tra le indoli naturali. Nel caso specifico, si trattava comunque di semplici elenchi di vizi e virtù, mancanti di distanza critica.

La definizione degli stereotipi che individuano i caratteri nazionali si basa oggi su strumenti decisamente diversi, così come diverso è lo scopo cui si vuole pervenire.

La permanenza di luoghi comuni viene testata attraverso indagini statistiche che stimolano la discussione e il confronto con dati reali, anche attraverso la cassa di risonanza dei media. Rimangono tuttavia alcuni elementi di continuità, come il ricorrere ad un criterio di opposizione, ad un'ottica contrastiva.

## **6.2 GRECI E TEDESCHI: DUE POPOLI A CONFRONTO IN UN'INCHIESTA DEL PEW RESEARCH CENTER**

A proposito di stereotipi può essere interessante analizzare i risultati di una ricerca pubblicata nel 2012 dal Pew Research Center, un importante *think tank* statunitense indipendente con sede a Washington, il quale fornisce informazione su problemi sociali, opinione pubblica, andamenti demografici negli Stati Uniti e nel mondo in generale. La struttura ha avviato il *Pew Global Attitudes Project*: più di

---

<sup>137</sup> *Ibidem*, p. 546.

<sup>138</sup> Michel de Montaigne, filosofo, scrittore e politico francese (1533-1592).

<sup>139</sup> *Ibidem*, p. 547.

<sup>140</sup> Poeta e drammaturgo francese (1590-1626).

<sup>141</sup> *Ibidem*, p. 550.

300.000 interviste in 59 paesi diversi per conoscere la percezione della popolazione mondiale su questioni sociali e politiche importanti.

Nell'ambito del report sulla crisi dell'Unione Europea tale rilevazione, che ha suscitato notevole eco nei media, ha fatto riferimento a otto paesi europei: Gran Bretagna, Francia, Germania, Italia, Spagna, Polonia, Repubblica Ceca e Grecia. I dati statistici, in questo caso, sono rilevati su un numero cospicuo di persone e trovano conferma in altre rilevazioni statistiche fornite dall'OCSE. Ovviamente, trattandosi di stereotipi, non si parla di dati effettivi, ma di percezione. La categoria "nazionale" aiuta a ridurre l'ignoto a un denominatore comune. La tipizzazione dà la sensazione di aver capito lo straniero; l'estraneo, che nella realtà è decisamente complicato, viene ridotto in un modello, che funziona come schema esplicativo<sup>142</sup>. Così "tipicamente tedesco", ad esempio, è *in primis* ciò che i non tedeschi pensano sia tipicamente tedesco. Bausinger, nel suo saggio *Tipico tedesco*, fa riferimento ad un'indagine dell'Istituto Demoscopico di Allensbach di alcuni anni fa in cui si chiedeva a un centinaio di francesi e ad altrettanti inglesi quali fossero le particolarità tipiche dei tedeschi. Le opinioni erano abbastanza simili, tranne per alcune eccezioni: mentre il 53% dei francesi definiva i tedeschi come "zelanti", ciò valeva solo per il 17% degli inglesi. Il dato può far riflettere sul valore dello zelo per i francesi e per gli inglesi. Allo stesso modo, mentre solo il 12% dei francesi definiva i tedeschi "arroganti" e "spacconi", essi lo erano al 38 e 21 per cento per gli inglesi. In che misura, dunque, i tedeschi possono essere definiti "arroganti"? I dati numerici, quindi, che nella loro precisione sembrano "risposte e soluzioni", nella realtà suscitano domande e richiedono interpretazione e confronto.

I risultati dell'indagine del Pew Research Center sono interessanti, perché consentono di vedere come ciascun popolo vede gli altri ma nello stesso tempo che percezione ha di se stesso. Non sono infatti solo gli stranieri che vedono gli stereotipi degli altri paesi; anche gli abitanti di un paese, pensando alla loro cultura e alle loro abitudini ed essendone immersi, riescono a descriversi, sia pure spesso attraverso stereotipi. Certo, questa autorappresentazione collettiva è meno semplice. Nell'introduzione al suo libro *Studi sui tedeschi* il sociologo tedesco di origini ebraiche Norbert Elias afferma:

---

<sup>142</sup> BAUSINGER, p. 34.

“È fin da subito più agevole riconoscere affinità nell’habitus nazionale nel caso di altri popoli che non nel proprio. Nel rapporto con italiani o con inglesi, al tedesco diviene relativamente presto chiaro che quelle che egli riteneva differenze personali legate al carattere nascondono differenze rapportabili al carattere nazionale. Questo era, diranno, tipicamente italiano, tipicamente inglese. Diversamente ci si comporta rispetto al popolo al quale si appartiene; infatti per poter percepire le particolarità del proprio carattere nazionale necessita un particolare sforzo e presa di distanza”<sup>143</sup>.

L’analisi del Pew Research Center fornisce quindi una serie di dati relativi ad alcune caratteristiche contrapposte, che proprio per questo fanno emergere le opposizioni tra i diversi paesi. Vengono considerati questi stereotipi: in primo luogo la percezione di affidabilità, contrapposta all’arroganza e l’empatia, la capacità di mettersi nei panni degli altri, di capirli e di provar pena per loro; una seconda rilevazione riguarda la laboriosità, unita alla percezione del livello di corruzione del paese.

## a. AFFIDABILITÀ, ARROGANZA E COMPASSIONE

<b>Stereotyping in Europe</b>						
<b>Who’s Trustworthy, Arrogant and Compassionate</b>						
<i>EU nation most likely to be named...</i>						
<i>Views in:</i>	<b>Most Trustworthy</b>	<b>Least Trustworthy</b>	<b>Most Arrogant</b>	<b>Least Arrogant</b>	<b>Most Compassionate</b>	<b>Least Compassionate</b>
Britain	Germany	France	France	Britain	Britain	Germany
France	Germany	Greece	France	France	France	Britain
Germany	Germany	Greece/Italy	France	Germany	Germany	Britain
Italy	Germany	Italy	Germany	Spain	Italy	Germany
Spain	Germany	Italy	Germany	Spain	Spain	Germany
Greece	Greece	Germany	Germany	Greece	Greece	Germany
Poland	Germany	Germany	Germany	Poland	Poland	Germany
Czech Rep.	Germany	Greece	Germany	Slovakia	Czech Rep.	Germany

PEW RESEARCH CENTER Q44a-Q46b.

<sup>143</sup> *Ibidem*, p. 36.

Dalla tabella si può notare come molti stereotipi nazionali ne escano rafforzati. Le persone sembrano vedere i tedeschi come il popolo “most trustworthy”, cioè più affidabile (in questa luce li vedono per esempio il 43% dei francesi e il 25% degli spagnoli). I greci, viceversa, con gli italiani, sono visti come i meno affidabili dai tedeschi (18%)<sup>144</sup>. Il report fa notare poi come in generale il compiacersi di se stessi sia comune in Europa, mentre è abbastanza carente la critica nei confronti di se stessi. Ecco allora che sia i greci che i tedeschi pensano di essere i più affidabili, i più compassionevoli e i meno arroganti.

In effetti, le persone di ogni popolo considerano se stesse le più *compassionate*.

## b. I PIÙ LABORIOSI E I PIÙ CORROTTI

“Working longer doesn’t mean necessarily working better.”

Wesley Stevenson (programma radio della BBC *More or Less*)

### Who works hardest, who’s corrupt?

EU nation most frequently cited as top choice by other country

Viewed by	Most hardworking	Least hardworking	Most corrupt	Least corrupt
Britain	Germany	Greece	Italy	Germany
France	Germany	Italy	Italy	Germany
Germany	Germany	Greece	Italy	Germany
Spain	Germany	Greece	Spain/Italy	Germany
Italy	Germany	Romania	Italy	Germany
Greece	Greece	Italy	Greece	Germany
Poland	Germany	Greece	Poland	Germany
Czech Republic	Germany	Greece	Czech Republic	Germany

Source: PEW

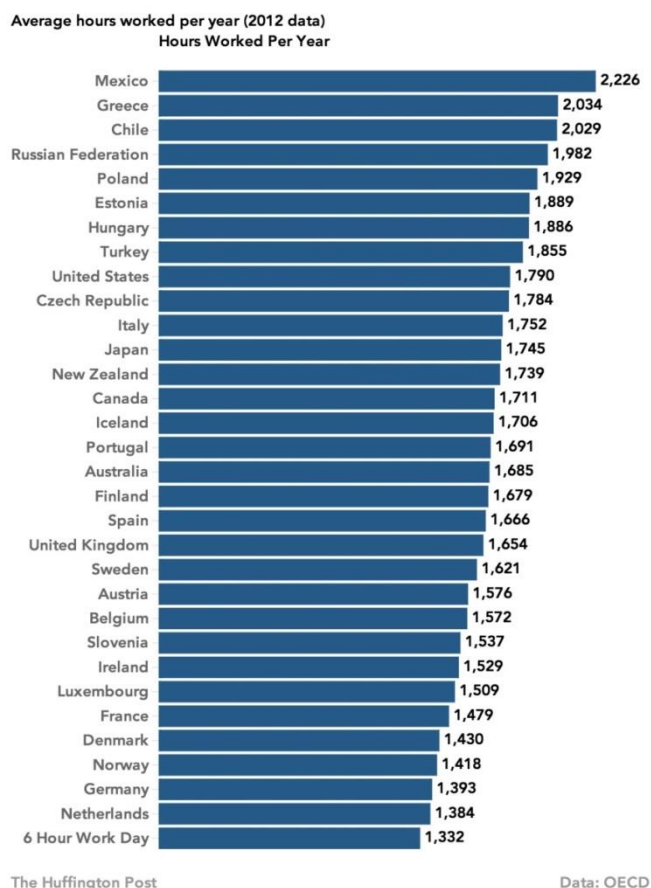
<sup>144</sup> *The New Sick Man of Europe: the European Union*, [in rete]  
<http://www.pewglobal.org/files/2013/05/Pew-Research-Center-Global-Attitudes-Project-European-Union-Report-FINAL-FOR-PRINT-May-13-2013.pdf>, www.pewglobal.org, 13 maggio 2013.



Una seconda richiesta riguardava quale paese dell'Unione Europea fosse ritenuto il più laborioso. Anche in questo caso alcune risposte sono ovvie. Tutti i paesi indicano la Germania, tranne, dato curioso, i greci che ritengono di essere il popolo che lavora di più. Questo dato apparentemente fuorviante si può comprendere meglio analizzando il secondo aspetto sottoposto a rilevazione: quanto un paese sia corrotto.

In questo caso i greci, che si definiscono grandi lavoratori, pensano anche di essere il paese più corrotto dell'Eurozona. L'Italia è invece il paese dove la corruzione è maggiore per gli inglesi, i francesi, i tedeschi ma anche per gli stessi italiani, che in questo caso fanno autocritica. Dopo l'Italia fra le nazioni più corrotte, secondo gli intervistati, ci sono poi Grecia e Spagna.

Il settimanale inglese *The Economist*, in un articolo del 30 maggio 2012, analizza questo dato che a prima vista appare come un errore di valutazione da parte dei greci. Sottolinea che realmente i greci lavorano più degli altri europei, come indicano i dati dell'OCSE. In Grecia si lavora in media più di 2000 ore l'anno, contro le "sole" 1400 della Germania.



Aggiunge tuttavia come lavorare di più non significhi avere una più alta produttività; quella della Grecia è relativamente bassa e va collegata all'alto livello di corruzione. Dopo l'Italia è infatti il paese per il quale la percezione del livello di corruzione è al secondo posto e i greci stessi ritengono che il loro paese sia il più corrotto.

I dati vengono confermati anche da una relazione della Commissione Europea al Consiglio e al Parlamento Europeo del febbraio 2014, realizzata allo scopo di avviare un dibattito per sostenere le attività anticorruzione tra i vari organismi europei interessati<sup>145</sup>.

La Commissione ritiene la corruzione un gravissimo problema, che danneggia pesantemente l'economia e la società. Pur variando da un paese all'altro per natura e portata, essa colpisce tutti gli stati membri, con gravi ripercussioni sulla gestione del denaro pubblico e sulla competitività dei mercati e giungendo a volte a minare la fiducia dei cittadini nelle istituzioni e nei processi democratici.

La relazione fa riferimento ai risultati dei sondaggi dell'Eurobarometro<sup>146</sup> sulla percezione e sull'esperienza del fenomeno della corruzione, i cui risultati corrispondono alla classifica dell'indice di percezione della corruzione pubblicata da Transparency International<sup>147</sup>. L'indice di percezione della corruzione (*Corruption Perception Index*, CPI) è pubblicato ogni anno da Transparency International<sup>148</sup>.

In paesi come la Germania, il Belgio, i Paesi Bassi, l'Estonia e la Francia più della metà degli intervistati concorda nel ritenere la corruzione un fenomeno diffuso, ma basso (circa il 2%) è il numero delle persone che hanno dovuto pagare una tangente e i paesi appaiono tra i migliori nell'indice di Transparency.

---

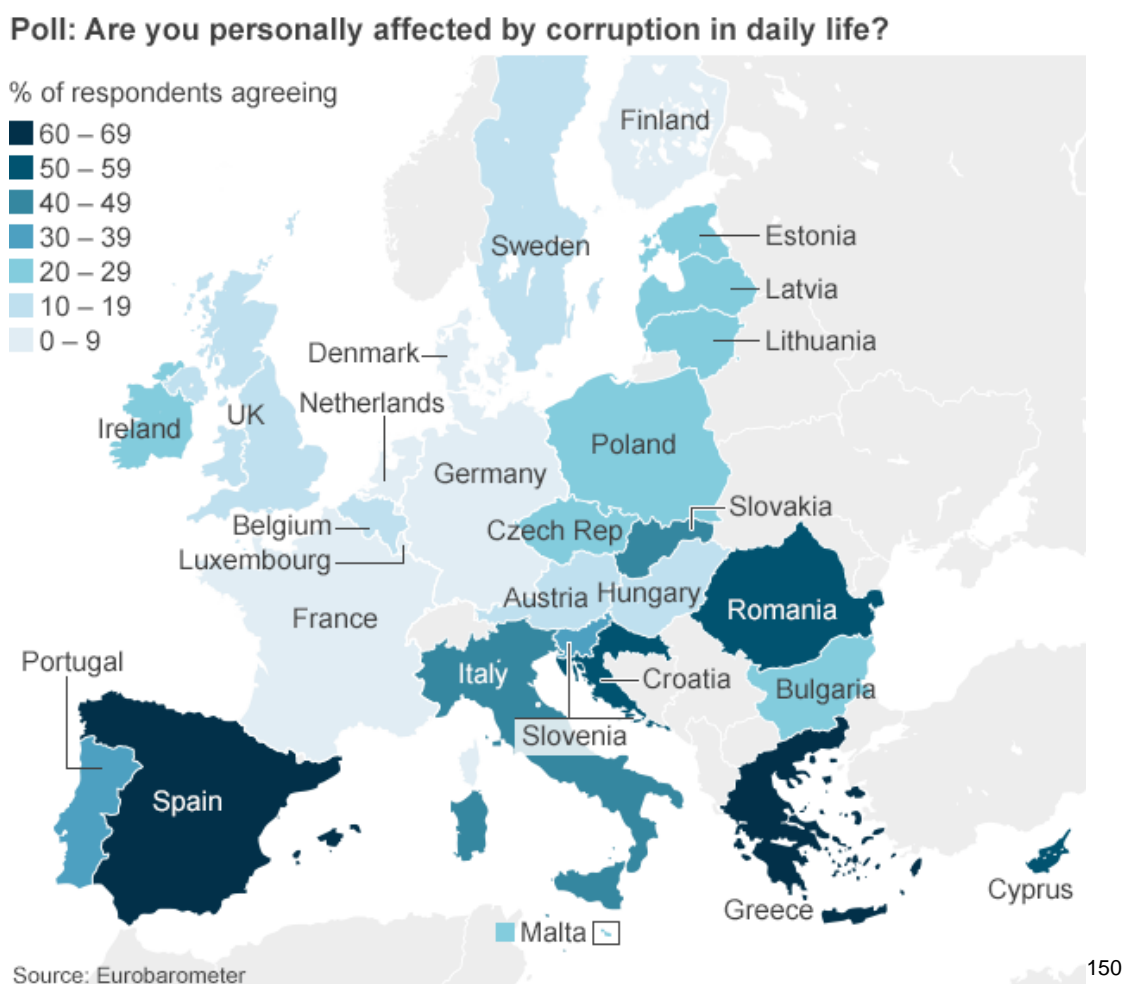
<sup>145</sup> Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo. Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione, [in rete] [http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/e-library/documents/policies/organized-crime-and-human-trafficking/corruption/docs/acr\\_2014\\_it.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/e-library/documents/policies/organized-crime-and-human-trafficking/corruption/docs/acr_2014_it.pdf), Commissione Europea, 3 febbraio 2014.

<sup>146</sup> Sondaggio tra la popolazione generale di tutti gli Stati membri condotto ogni due anni mediante colloqui personali con un campione di 500-1000 intervistati (a seconda delle dimensioni della popolazione). Al sondaggio in questione, svoltosi tra fine febbraio e inizio marzo 2013, hanno partecipato un totale di 27786 persone (campione rappresentativo). Il sondaggio esaminava, tra l'altro, la percezione della corruzione in generale, l'esperienza personale riguardo alla corruzione, nonché gli atteggiamenti nei confronti di favoritismi e regali. I sondaggi Eurobarometro si svolgono ogni due anni dal 2007, ma nel 2013 la Commissione ha deciso di adeguare le domande alle esigenze della presente relazione.

<sup>147</sup> Associazione non governativa e no profit che si propone di combattere la corruzione. Presenta progetti, attività, informazioni su alcuni indici significativi e news per dare voce alle vittime e ai testimoni di corruzione e collabora con Governi, aziende e con i cittadini per mettere un freno ad essa.

<sup>148</sup> [in rete] <http://www.transparency.org/cpi2013/>.

Viceversa, tra i paesi con risultati peggiori per quanto concerne la percezione e la corruzione effettivamente sperimentata vi sono la Croazia, la Repubblica Ceca, la Lituania, la Romania, la Bulgaria e la Grecia. In Grecia addirittura il 99% degli intervistati ritiene che la corruzione sia diffusa nel proprio paese. Se in Grecia poi il 63% delle persone si dichiara toccato dalla corruzione, lo è solo il 6% in Germania. Ancora il 93% degli intervistati in Grecia pensa che la corruzione e le raccomandazioni siano spesso il modo più facile per accedere a determinati servizi pubblici e l'86% pensa che il finanziamento dei partiti politici non sia sufficientemente trasparente e controllato<sup>149</sup>.



<sup>149</sup> *Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo. Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*, p. 7.

<sup>150</sup> [in rete] <https://pbs.twimg.com/media/BhG8faJIYAA-fQc.jpg>.

L'indice di percezione della corruzione (*Corruption Perception Index*, CPI), pubblicato ogni anno da *Transparency*, registra un divario di 89 punti percentuali tra il livello di percezione della corruzione più alto (Grecia: 99%) e quello più basso (Danimarca: 10%). In Grecia, in effetti, tutti gli intervistati tranne uno sono d'accordo sul fatto che la corruzione è diffusa nel paese<sup>151</sup>.

“La corruzione mina la fiducia dei cittadini nelle istituzioni democratiche e nello stato di diritto, danneggia l'economia europea e priva gli stati di un gettito fiscale particolarmente necessario. Gli Stati membri hanno fatto molto negli ultimi anni per combatterla, ma la relazione odierna mostra che è lungi dall'essere sufficiente. La relazione suggerisce alcune linee di intervento che auspico di poter seguire assieme agli Stati membri” ha dichiarato in proposito Cecilia Malmström, Commissaria UE per gli affari interni<sup>152</sup>.

Spesso proprio i paesi del sud d'Europa si rivelano meno inclini a miglioramenti di questo tipo.



Comunque se il grafico sopra riportato dimostra come, nel periodo 2000-2013, gli indicatori della Banca Mondiale mostrino un grave deterioramento in Grecia nel

<sup>151</sup> *Relazione della Commissione al Consiglio e al Parlamento Europeo. Relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*, p. 7.

<sup>152</sup> *La Commissione pubblica la prima relazione dell'Unione sulla lotta alla corruzione*, [in rete] [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-86\\_it.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-86_it.htm), Comunicato Stampa, www.europa.eu, 3 febbraio 2014.

controllo della corruzione, il *Corruption Perception Index* 2014 di Transparency International colloca l'Italia al 67° posto, ultimo fra i paesi dell'Unione Europea, raggiunta da Bulgaria e Grecia, che però migliorano la loro posizione in classifica<sup>153</sup>. Nell'indice riferito al 2015 la Grecia risale al 58° posto e la Germania al 10°, ma sarà interessante vedere, nel futuro prossimo, se i recenti scandali relativi al mercato dell'auto tedesca ne mineranno la credibilità. Va precisato, comunque, che anche questo indice si basa sulla percezione e non su un registro di casi certificati; misura in particolare la percezione di *opinion makers*, uomini d'affari, *think tank*. La base dei dati è costruita, ad esempio, dal *World Economic Forum Executive Opinion Survey* del 2015, dall'*Economist Intelligence Unit country Risk Ratings* 2015 e dall'Eurobarometro. "Misurare la corruzione reale è impossibile" sostiene Carnevali, presidente dell'associazione in Italia, ma "la percezione è importante perché rappresenta il *sentiment* (la reputazione) ed è quindi utile a misurare la disponibilità a investire e l'immagine all'estero del paese"<sup>154</sup>. Può essere pertanto che il racconto della corruzione enfatizzato in alcuni paesi incida più di altri sul valore registrato. Grande è il divario con la Germania (dodicesima) e la Gran Bretagna (quattordicesima). Anche in questo caso il Presidente di Transparency spiega come i risultati della classifica non debbano venire intesi fini a se stessi: "I paesi nella parte più bassa della classifica devono prendere misure radicali contro la corruzione a vantaggio dei propri concittadini. Mentre gli Stati ai primi posti devono assicurarsi di non esportare pratiche corruttive nei paesi in ritardo di sviluppo"<sup>155</sup>. La situazione riflette del resto il grado di soddisfazione dei vari paesi all'interno dell'Unione Europea: in un'Europa che nel 2012 sta scivolando nel buio della crisi proprio i greci erano i meno soddisfatti della loro situazione (97%). Solo in Germania più di metà della popolazione appariva contenta della direzione che stava prendendo il proprio paese (57%).

---

<sup>153</sup> CICCARELLO, Elena, *Transparency 2014: Italia prima in Europa per corruzione sorpassa Bulgaria e Grecia*, [in rete] <http://www.ilfattoquotidiano.it/2014/12/03/transparency-2014-italia-prima-in-europa-per-corruzione-sorpassate-bulgaria-grecia/1246545/>, www.ilfattoquotidiano.it, 3 dicembre 2014.

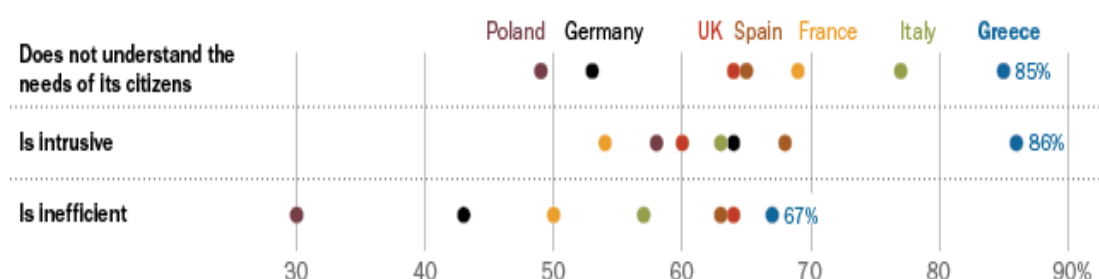
<sup>154</sup> BAGNOLI, Lorenzo – PRINCIPE, Alessandro, *Quali sono i Paesi più corrotti del mondo*, [in rete] <http://www.radiopopolare.it/2016/01/chi-sono-i-paesi-piu-corrotti-del-mondo/>, www.radiopopolare.it, 27 gennaio 2016.

<sup>155</sup> ALVITI, Matteo, *Transparency, l'Italia è la più corrotta d'Europa*, [in rete] [http://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2014/12/03/transparency-italia-piu-corrotta-europa\\_043b88e4-1648-403e-b138-168d71f4eb21.html](http://www.ansa.it/sito/notizie/mondo/europa/2014/12/03/transparency-italia-piu-corrotta-europa_043b88e4-1648-403e-b138-168d71f4eb21.html), www.ansa.it, 4 dicembre 2014.

Un altro grafico del Pew Research Center dimostra inoltre come parallelamente i vari paesi percepiscano il loro rapporto con l'Unione Europea. I dati di percezione confermano anche qui come l'insoddisfazione interna si rifletta, in un momento di crisi, in una percezione altamente negativa del ruolo delle istituzioni europee da parte dei paesi che hanno una situazione di maggiore difficoltà economica e sociale. Così per la Grecia, in maggiori difficoltà finanziarie, l'Unione è vista come altamente intrusiva e incapace di capire i bisogni dei cittadini.

### Frustration with European Union High Among Greek Public in 2014

*% who say the EU ...*



Source: Spring 2014 Global Attitudes survey.

PEW RESEARCH CENTER

156

Sono dunque i greci l'espressione del "New Sick man of Europe", come indica il titolo dell'indagine del Pew Research Center? Quanto i tratti del loro carattere nazionale hanno influito a determinare la loro situazione? Quanto è percezione e quanto corrisponde a realtà? Un "viaggio" nella crisi dell'Eurozona che riserva una particolare attenzione ai due paesi contrapposti, Grecia e Germania, può fornire qualche indicazione sulla conferma o meno degli stereotipi esistenti.

<sup>156</sup> [in rete] [http://www.pewresearch.org/files/2015/07/FT\\_15.07.06\\_greece.png](http://www.pewresearch.org/files/2015/07/FT_15.07.06_greece.png).

# CRISI GRECA E INFLUENZA DEI MEDIA NELLA DIFFUSIONE DEGLI STEREOTIPI

## 7.1 IL RUOLO DEI MEDIA

Il potere dei mezzi di comunicazione di massa consiste nella capacità di modellare una determinata realtà sociale, in modo tale che i lettori o gli spettatori si trovano a trasferire le informazioni mediatiche nella percezione del loro mondo reale. I media forniscono quindi al pubblico una “rappresentazione del mondo”, cioè le categorie con cui interpretare le notizie.

Rappresentano infatti un punto di riferimento dal quale apprendere modelli sociali da poter riprodurre, o utile per poter giudicare un avvenimento e anche per valutare quali siano i temi prioritari su cui discutere e pensare.

Il loro ruolo dovrebbe essere quello di fornire un’informazione il più possibile corretta, non basata su semplificazioni o stereotipi. Tuttavia, accade spesso che le notizie vengano “gonfiate” e manipolate per attirare l’attenzione del pubblico. La nostra mente, infatti, elabora le informazioni negative attribuendo ad esse un peso maggiore rispetto a quelle positive (*negative asymmetry*). Si dice *good news no news* (la buona notizia non fa notizia) per indicare come la notizia cattiva, se pure ci spaventa e ci rattrista, d’altro canto cattura molto di più la nostra attenzione e viene ricordata per più tempo. Le notizie che trasportano informazioni negative hanno quindi sempre una eco e una risonanza maggiore rispetto a quelle che portano le

buone notizie. Come un sasso gettato in uno stagno, il processo di amplificazione le fa rimbalzare da un sistema di comunicazione all'altro, generando paure che possono avere impatti negativi sugli equilibri economici dei paesi che le subiscono<sup>157</sup>.

Anche nel caso della crisi greca, che si trascina da anni, il modo in cui essa è stata raccontata dai media, soprattutto da quelli dei paesi creditori, ha giocato un ruolo importante, influenzando il clima politico ed esasperando spesso i toni della discussione.

La “mediatizzazione” della comunicazione politica, infatti, se da un lato le assicura una vasta e immediata diffusione, dall'altro favorisce un'elaborazione non approfondita e sistematica delle informazioni, quanto piuttosto semplificata e talora frammentaria, costituita da brevi frasi ad effetto e slogan facili da memorizzare. Nella presentazione degli avvenimenti, la stampa europea appare talora fortemente drammatizzata. Attraverso tecniche di persuasione come ad esempio il *name calling*, i quotidiani costruiscono socialmente i personaggi, come “das Mädchen”, “la ragazza” attribuito alla Merkel, il “falco” Schäuble o “l'euro-terrore” riferito a Tsipras. Spesso le componenti non verbali, come immagini e impaginazione, focalizzano l'attenzione dei lettori sugli aspetti emotivi degli eventi. Ne sono un esempio le copertine della tedesca *Bild*, sempre, come vedremo, provocatorie per immagini e slogan. Inoltre, con l'obiettivo di attirare l'attenzione del pubblico, i media tendono a diffondere una comunicazione negativa sui leader politici, mettendone in risalto errori e gaffes e facendo circolare i messaggi negativi che i leader si scambiano tra loro<sup>158</sup>.

Anche ai giornali si impone il criterio della *media logic*, secondo il quale la struttura del messaggio e le modalità della sua circolazione vengono imposte in base alle esigenze dei media; nel momento in cui la politica è visibile attraverso i mezzi di informazione, essi impongono alla politica i loro formati: un'intervista a stampa, così, non deve “perdersi in particolari” anche quando questi consentirebbero una migliore comprensione dell'evento; l'informazione stampata si “televisizza”, cioè le tecniche di presentazione a stampa risultano condizionate dagli effetti TV: titoli a tutta pagina, sensazionalismo, spettacolarizzazione della notizia, drammatizzazione dell'evento<sup>159</sup>.

---

<sup>157</sup> LOTTO, Lorella – RUMIATI, Rino, *Introduzione alla psicologia della comunicazione*, Bologna, Il Mulino, 2013, pp. 244-254.

<sup>158</sup> *Ibidem*, p. 187.

<sup>159</sup> FAUSTINI, Gianni – GAETA, Saverio – TRUPIA, Piero, *Giornalismo. Teorie e tecniche*, [in rete] <http://www.lacomunicazione.it/voce/giornalismo-b-teorie-e-tecniche/>, in LEVER, Franco – RIVOLTELLA,



I politici, poi, si presentano come portavoce di un gruppo, non solo quello politico di appartenenza, ma anche dei cittadini, fino a rappresentare l'intera nazione. I politici sono stati anche definiti veri e propri "imprenditori di identità", poiché dedicano ampio spazio nei loro discorsi alla creazione di un "noi" (l'ingroup) condiviso con chi li ascolta, attribuendo all'ingroup caratteristiche linguistiche, culturali, di competenze o abilità, di valori o principi morali che costituiscono una condizione necessaria per l'appartenenza al gruppo stesso<sup>160</sup>. L'appartenenza al "noi" assume poi una valenza significativa nel momento in cui ci si contrappone ad un gruppo differente, un "loro", a cui non si appartiene ma con il quale ci si paragona. La contrapposizione ingroup-outgroup si delinea attraverso il confronto-scontro politico. Si arriva a creare gruppi contrapposti, soprattutto in termini di valori, e si sottolineano le caratteristiche positive dell'ingroup, mentre all'outgroup vengono associate caratteristiche negative<sup>161</sup>.

Il racconto della crisi greca si configura spesso, nei media, in questi termini.

Negli anni, ad esempio, l'opposizione Grecia-Germania ha evidenziato due prospettive antitetiche di considerare il problema. Da un lato la Germania, per la "malattia" causata dal debito greco, vede come principale cura l'austerità. Dall'altro la Grecia vede il debito causato dallo sconosciuto credito tedesco, ritiene che i pacchetti di salvataggio abbiano aiutato soprattutto le banche tedesche e che l'austerità sia causa di povertà e non di recupero. Di conseguenza, è difficile trovare una via di mezzo tra un creditore che pensa sia "immorale" non pagare per intero i debiti e un debitore che dice che, se l'onere del debito non sarà ridotto, le conseguenze saranno "immorali"<sup>162</sup>.

I giornali e gli altri mezzi di comunicazione, poi, esasperano le differenze e gli stereotipi culturali legati ai popoli diventano in alcuni casi il metro per avvalorare determinate scelte in campo politico ed economico. Si veda il frequente richiamo alla presunta pigrizia e slealtà dei greci "levantini" o, di contro, alla volontà di dominio dei tedeschi associata a immagini naziste. Sia per gli uni che per gli altri i media fanno

---

Pier cesare – ZANACCHI, Adriano, *La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*,  
www.lacomunicazione.it, 26 maggio 2016.

<sup>160</sup> LOTTO – RUMIATI, pp. 196-197.

<sup>161</sup> *Ibidem*, pp. 196-200.

<sup>162</sup> EMMOTT, Bill, *Ucraina e Grecia, i due fronti dell'Europa*, [in rete]  
<http://www.lastampa.it/2015/02/08/cultura/opinioni/editoriali/ucraina-e-grecia-i-due-fronti-delleuropa-DXXOZQ0uZIRKIKpJOGyTfL/pagina.html>, www.lastampa.it, 8 febbraio 2015.

poi riferimento alla categoria morale dell'avidità: si pensi alla campagna mediatica contro gli "avidhi greci" promossa dal giornale tedesco *Bild Zeitung*, o viceversa all'appello lanciato sul Forum di *Finanzaonline* a respingere l'austerità "imposta dagli avidi e ottusi tedeschi"<sup>163</sup>.

La narrazione della crisi greca induce anche a riflettere sul concetto di "notizia" in ambito giornalistico. Per entrare nel processo di comunicazione e diventare notizia, infatti, un fatto deve riuscire ad imporsi all'attenzione del pubblico. Fra la realtà e la notizia giornalistica esiste un diaframma. "La notizia", sosteneva Walter Lippman ne *L'opinione pubblica* "non è uno specchio delle condizioni sociali, ma la cronaca di un aspetto che si è imposto all'attenzione". Per quanto fedele possa essere, quindi, non è mai la riproduzione della realtà, ma è "una registrazione, una cronaca, una presa d'atto, una valutazione o un'interpretazione". Non a caso, nel gergo redazionale si dice che un fatto "fa o non fa" notizia. Perché un avvenimento diventi tale è indispensabile che ci sia un pubblico destinato a conoscerlo. Nel momento in cui un fatto diviene importante per un pubblico, diventa notiziabile e ciò spiega perché alcuni fatti divengano notizie e altri no. Nel caso della crisi greca, ad esempio, si nota un grande disinteresse da parte dei media europei per le vicende di questa nazione, che diventano degne di "notizia", immediatamente prima dell'inizio della crisi, solo in occasione delle Olimpiadi del 2004 e di qualche eclatante fatto di cronaca ( un terribile incidente aereo nell'agosto del 2005, l'attacco terroristico all'ambasciata USA nel 2007, le violente manifestazioni del dicembre 2008 e l'apertura del nuovo museo dell'Acropoli nel giugno 2009); l'interesse, tuttavia, durava solo pochi giorni o settimane<sup>164</sup>.

Un altro punto fondamentale su cui si focalizza l'analisi di Lippman è proprio la separazione tra verità e notizia. Se la funzione della notizia è quella di segnalare un fatto, la funzione della verità è quella di portare alla luce i fatti nascosti, di metterli in relazione tra loro e di dare un quadro della realtà che consenta agli uomini di agire. Solo là dove le condizioni sociali assumono una forma riconoscibile e misurabile, il

---

<sup>163</sup> *Italia/Francia: respingere l'austerità imposta dagli avidi e ottusi tedeschi*, [in rete] <http://www.finanzaonline.com/forum/macroeconomia/1633564-italia-francia-respingere-lausterita-imposta-dagli-avidhi-ed-ottusi-tedeschi.html?s=17d316c9df293e0ed5f2da028be49cf7>, www.finanzaonline.com, s.d..

<sup>164</sup> TZOGOPOULOS, pp. 1-2.

corpo della verità e il corpo della notizia coincidono<sup>165</sup>. In conclusione anche se la notizia non è la verità, deve tendere ad essa e quindi configurarsi come una forma di verità. Deve essere credibile e stabilire con il pubblico un rapporto fiduciario.

Il percorso della notizia, dalla selezione dell'avvenimento alla sua pubblicazione su un giornale, è scandito poi da valutazioni sia individuali che collettive e risulta determinato da una serie complessa di scelte. I *news values* o valori notizia sono i criteri valutativi convenzionali che regolano la selezione; elementi fondamentali del linguaggio giornalistico, corrispondono agli "stereotipi" analizzati da Lippmann come forma che la notizia deve assumere per catturare l'attenzione del lettore. Non sono dunque norme oggettive, ma seguono criteri mutevoli, come l'area di lettura, il genere di informazione, la linea editoriale del giornale<sup>166</sup>. I *gatekeepers*, i "custodi del cancello", sono i reporter, i redattori, i fotografi e i produttori che si assumono la funzione di esercitare un controllo mediante criteri che favoriscono alcune notizie su altre e attraverso i quali filtra il processo dell'informazione. Quando il primo cancello si apre, il fatto entra nel gigantesco insieme di messaggi che leggiamo sui giornali o ascoltiamo e vediamo alla radio e alla TV.

Tra le qualità di un avvenimento che possono renderlo oggetto di interesse agli occhi del pubblico ne vanno ricordate alcune che collocano sicuramente la crisi del debito greco tra gli argomenti per i quali "aprire il cancello", perché non costituiscono solo materia di informazione, ma possono colpire, emozionare il pubblico:

1. la **novità**: si tratta di una qualità importante per valutare una notizia. Nel 2009, quando scoppia la crisi, la Grecia, trascurata fino ad allora dai media, diventa il simbolo della crisi dell'Eurozona. Se poi un fatto si ripete con una determinata frequenza e con le stesse modalità, l'interesse dei media tende a venir meno: lo si vede in considerazione della minore attenzione prestata dai media, interessati ad altri temi, negli ultimi tempi. Se fino al 2009 della Grecia si parlava raramente (unica eccezione le Olimpiadi del 2004) negli anni successivi essa diventa il simbolo della crisi e focalizza l'attenzione dei media internazionali fino al 2015;

---

<sup>165</sup> PAPUZZI, Alberto, *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Roma, Donzelli, 2010, pp. 11-14.

<sup>166</sup> *Ibidem*, pp. 19-20.

A questo punto, però, la crisi della Grecia “passa di moda” sui quotidiani. Dopo aver occupato per sei anni le prime pagine dei giornali e alimentato dibattiti televisivi e discussioni online, oggi non se ne parla quasi più. Ciò non significa che la Grecia si è salvata, anzi. Il paese, alle prese con il debito, è nella situazione di sempre. Entro luglio 2016 dovrà trovare un ulteriore accordo con i creditori, dal momento che non ha ancora i soldi per rimborsare 3,8 miliardi di prestiti alla BCE e per pagare stipendi e pensioni. E a complicare la situazione c'è la drammatica crisi dei rifugiati. Antonio Ferrari, in un articolo sul *Corriere.it*, sottolinea come sia stata rimossa per lasciar spazio ad altri drammatici problemi: l'immigrazione, la lotta contro il terrorismo internazionale, la difficile situazione delle banche... Ribadisce comunque come, negli anni più drammatici della crisi, quando si scommetteva sulla “Grexit”, quasi tutti gli osservatori fossero “fossilizzati sui luoghi comuni, sulle emozioni superficiali e su analisi non troppo avvedute” che costituivano un “interessante rifugio” per raccontare la Grecia e sottolinea come non ci sia bisogno di “sociologia a buon mercato”, ma di riflessioni più profonde. Invita anche a non sottovalutare il carattere dei greci, coriaceo e fiero, non lamentoso, ma solidale<sup>167</sup>.

2. la **vicinanza**: quanto più una novità appartiene al contesto culturale dei lettori, tanto più è probabile che venga selezionata. Chiaramente, un problema che coinvolge la Grecia in quanto stato dell'Unione Europea, punto di riferimento culturale per la storia dell'Europa stessa, non può che suscitare grande attenzione per le implicazioni sovranazionali che comporta;

3. la **dimensione**: quanto più grande è la dimensione di un evento, tanto più rilevante è il suo impatto sui lettori. In questo caso l'insieme di eventi che determinano e raccontano la crisi greca coinvolge tutti i paesi europei, in quanto membri della stessa Unione;

4. la **drammaticità**: se una notizia può fare impressione e destare emozioni diventa preferibile ad altre, piatte o di routine. Come già si è rilevato, le notizie

---

<sup>167</sup> FERRARI, Antonio, *Grecia, che anno sarà il 2016?*, [in rete]  
[http://www.corriere.it/esteri/16\\_gennaio\\_03/grecia-che-anno-sara-2016-b23fe72c-b242-11e5-829a-a9602458fc1c.shtml](http://www.corriere.it/esteri/16_gennaio_03/grecia-che-anno-sara-2016-b23fe72c-b242-11e5-829a-a9602458fc1c.shtml), www.corriere.it, 4 gennaio 2016.

negative interessano di più di quelle positive. Da ciò deriva una tendenza dei media a creare una rappresentazione negativa della realtà. Nel caso della Grecia e più in generale dei paesi del sud Europa i media hanno esasperato, per esempio, le conseguenze negative della crisi, facendo vedere il disastro della “bolla” immobiliare, lo spreco di denaro pubblico e privato, il degrado, la corruzione. Questa, tuttavia, è solo una parte del panorama. Afferma il fotografo spagnolo Carlos Spottorno, autore di un libro fotografico che intende tradurre in immagini gli stereotipi che la stampa europea dà dei PIGS, che si tratta di “una manipolazione nata da una decisione editoriale. Hanno scelto quel termine peggiorativo che costruisce un’immagine dalla quale emerge la scandalosa assenza di quanto di positivo, bello e portatore di speranza ancora sopravvive”<sup>168</sup>;

5. la **conflittualità**: quando la notizia riproduce questo schema fondamentale della condizione umana, è probabile il coinvolgimento del pubblico: ogni volta che una notizia si presenta sotto forma di conflitto, con due poli antagonisti, sostenitori di due posizioni diverse o opposte, il pubblico è fortemente coinvolto. Vedremo quindi come la crisi greca sia presentata dai media sotto forma di conflitto tra Grecia e Germania in particolare o tra i paesi del sud e quelli del nord nell’ambito dell’Eurozona e si delinei come uno scontro di caratteri nazionali diversi; a tal proposito l’uso di immagini stereotipate rappresenta un momento ideale per alimentare tale conflittualità.

Avviene infine una tematizzazione delle notizie stesse, cioè la trasformazione e la trattazione di un certo numero di eventi e fatti distinti in un unico ambito di rilevanza, che viene appunto tematizzato.

Secondo Stephan Russ-Mohl, direttore dell’EJO (European Journalism Observatory), un primo problema che ha condizionato la trattazione della crisi greca, incidendo sulla chiarezza del messaggio comunicativo, è stata proprio la difficile collocazione dell’argomento nei palinsesti dei giornali europei. In questi anni, la crisi ellenica è stata trattata nell’ambito della crisi dell’Euro, di quella dello stato greco, dei rapporti tra Grecia e Germania, di quelli tra Grecia e Unione Europea o più in

---

<sup>168</sup> ABAD, Mar, *Siamo dei PIGS (maiali)?*, [in rete] <http://italiadallestero.info/archives/20299>, [www.italiadallestero.info](http://www.italiadallestero.info), 10 ottobre 2014.

generale della crisi dell'Unione Europea. Ne è emerso un racconto la cui frammentazione corrisponde alla frammentazione di responsabilità tra le istituzioni europee, la troika, i ministeri economici e degli esteri dei vari Stati. Una gestione difficile che ha finito per attribuire un peso eccessivo alle istituzioni di tipo economico e tecnico a scapito di quelle più prettamente politiche.

Un racconto più coerente della crisi da parte dei media non avrebbe sicuramente cambiato i dati finanziari di fondo, ma avrebbe potuto far comprendere meglio le ragioni delle singole parti, soprattutto la resistenza dei greci ai creditori, senza ricorrere ad una lettura superficiale che alimenta gli stereotipi e favorisce gli scontri<sup>169</sup>.

Un'indagine del Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford, intitolata *The Euro Crisis, Media Coverage and Perceptions of Europe within the EU*, nel report sulla Germania, riferendosi ai quattro principali quotidiani tedeschi (*Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, *Handelsblatt* e *Bild*) evidenzia come più di metà degli articoli riguardanti la crisi europea, nel periodo tra il 2010 e il 2012, sia stato collocato nella sezione economica/finanziaria dei giornali seguita dalla sezione politica (23%), mentre un caso a parte è quello della *Bild* nella quale, non essendoci sezioni classiche, la maggior parte degli articoli non si accorda con questo schema<sup>170</sup>.

	FREQUENZA	PERCENTUALE
Notizie nazionali	64	2,94
Notizie internazionali	6	0,28
Sezione business/finanza	1130	51,93
Notizie politiche	506	23,25
Editoriali/articoli d'opinione	158	7,26

<sup>169</sup> FERRARI, Lorenzo, *Crisi greca, sulle cause vince cattiva informazione*, [in rete] <http://www.9colonne.it/98787/crisi-greca-sulle-cause-br-vince-cattiva-informazione#.V0d5e5Gy0kp>, www.9colonne.it, s.d..

<sup>170</sup> *The Euro Crisis, Media Coverage and Perceptions of Europe within the EU*, [in rete] <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/euro-crisis-media-coverage-and-perceptions-europe-within-eu>, www.reutersinstitute.politics.ox.ac.uk.

cultura	38	1,75
Sezione speciale per la crisi dell'Euro	40	1,84
Supplementi o inserti	68	3,13
Altro	166	7,63
totale	2176	100

E' interessante come oggetto della ricerca sia stata, accanto a un quotidiano di orientamento conservatore, a uno liberale, a un terzo specializzato in temi finanziari, la testata giornalistica *Bild*. Nel periodo in questione, essa ha dedicato in media più di un articolo per edizione all'argomento. Nata dopo la Seconda Guerra Mondiale, ha ottenuto un grande successo editoriale alternando grandi inchieste a notizie scandalistiche, titoli molto forti e opinionisti che fanno discutere, raggiungendo una tiratura giornaliera superiore a cinque milioni di copie<sup>171</sup>.

Le sue campagne che tendono a spettacolarizzare le notizie, sfruttando frasi ad effetto ed immagini stereotipate, creano opinione, perché rappresentano, accanto ai dibattiti dei talk show, il punto di riferimento per una larga parte della popolazione, alla quale mancano più approfondite informazioni e che si lascia più facilmente trascinare dai toni populistici<sup>172</sup>.

Un secondo aspetto problematico nell'analisi della copertura mediatica della crisi greca è legato all'isolamento del sistema greco di informazione. La lingua greca moderna è poco conosciuta e diffusa all'estero e in questi anni i giornalisti stranieri hanno potuto fare poco affidamento sulle analisi e sulle storie raccontate dalla stampa greca.

A ciò si è aggiunta la scelta di molti giornali europei di non stabilire corrispondenti in Grecia. Per la maggior parte del tempo, quindi, la crisi è stata raccontata da giornalisti economici con base nelle redazioni centrali dei quotidiani e da corrispondenti da Bruxelles o da Berlino.

<sup>171</sup> *Quotidiani tedeschi online*, [in rete] <http://quotidianieriviste.com/quotidiani/quotidiani-tedeschi-online>, [www.quotidianieriviste.com](http://www.quotidianieriviste.com).

<sup>172</sup> BARFIELD, Tom, *How German media shaped the Greece crisis*, [in rete] <http://www.thelocal.de/20150701/how-germanys-media-shaped-the-greece-crisis>, [www.thelocal.de](http://www.thelocal.de), 1 luglio 2015.

Proprio l'insufficiente copertura giornalistica diretta ha favorito quindi il diffondersi di stereotipi sui greci, rappresentati da un lato in una condizione di totale indigenza e privi dei servizi pubblici, dall'altro come un popolo di fannulloni, che va in pensione molto presto e gode di eccessivi servizi sociali. Questo tipo di rappresentazione ha finito per influenzare l'opinione pubblica europea, orientando le motivazioni e le argomentazioni addotte dai governi creditori<sup>173</sup>.

La crisi dell'Eurozona, che avrebbe potuto essere l'occasione per diffondere un'informazione più ampia e corretta sui problemi europei, ha al contrario dato il via a una nuova ondata di nazionalismo in tutta Europa, stimolata "dai peggiori stereotipi apparsi indistintamente su tutti i media". Per esempio, afferma Mohl, si potrebbero citare "i soliti pregiudizi rispetto ai greci e agli italiani, considerati pigri e criminali, o, nei giornali dei paesi del sud d'Europa, le immagini della Cancelliera Angela Merkel rappresentata come un gerarca nazista"<sup>174</sup>.

Un importante punto di debolezza è infine da considerarsi, secondo Mohl, proprio nella mancanza di un giornalismo europeo comune. I pochi tentativi di creare dei giornali a carattere europeo, cioè con "una lingua comune e che non si occupassero solo degli affari interni delle singole nazioni", è a suo parere fallito. Il mercato ristretto dei giornali rivolti a un pubblico internazionale in Europa è dominato da testate americane (v. *Wall Street Journal Europe*) con poche eccezioni come il *Guardian* e il *Financial Times*. Si mantengono invece le molteplici culture giornalistiche dei vari paesi dell'Unione, il cui accento locale è legato alla somiglianza linguistica e all'identità nazionale.

A loro volta, i giornalisti presenti a Bruxelles faticano a tener testa, secondo Mohl, direttore dell'EJO (European Journalism Observatory), allo strapotere della burocrazia di Bruxelles, alle fortissime "lobby di professionisti" e alle "attività di propaganda delle public relations". Le redazioni dei singoli paesi sono poi spesso ridotte all'osso in termini di personale e messe in pericolo dalla deprofessionalizzazione del settore e dalla crescente insicurezza tra i giornalisti che, in seguito ai tagli tra i corrispondenti esteri, temono di perdere il lavoro. Il processo di

---

<sup>173</sup> FERRARI, Lorenzo, *Crisi greca, sulle cause vince cattiva informazione*, [in rete] <http://www.9colonne.it/98787/crisi-greca-sulle-cause-br-vince-cattiva-informazione#.V0d5e5Gy0kp>, www.9colonne.it, s.d..

<sup>174</sup> RUSS-MOHL, Stephan, *La crisi dell'Europa è anche una crisi dei media europei?*, [in rete] <http://it.ejo.ch/ricerca-media/crisi-unione-europea-media-europa>, www.it.ejo.ch, 28 aprile 2014.



ricerca delle informazioni spesso fa le spese di un lavoro sempre più gravoso per la riduzione del numero dei redattori.

Secondo Michael Haller, direttore del Research Department della Hamburg Media School e membro del comitato Scientifico del Eijc (European Institute for Journalism and Communication Research) di Lipsia i media europei stanno attraversando una crisi di credibilità e i maggiori organi di stampa tendono a pubblicare contenuti che presumono si aspetti la maggioranza degli utenti. A conferma delle proprie spiegazioni Haller, in un suo intervento all'*European Media Freedom Conference*, riporta un esempio riguardante lo scandalo Volkswagen. Fa notare come già nel 2014 l'istituto di ricerca indipendente berlinese International Council for Clean Transportation avesse informato che qualcosa non quadrava dietro le emissioni dichiarate dall'azienda automobilistica tedesca. In quell'occasione ben 43 siti di news tedeschi riportarono il comunicato dell'ICCT. Il maggiore quotidiano tedesco, *Der Spiegel*, tuttavia, scrisse un innocuo titolo *Produttori di automobili truffano i test d'emissioni (Autobauer schummeln bei Angabe von Abgaswerten)* e nessuna testata approfondì la questione. A suo parere, questa rinuncia ad approfondire la notizia era legata alla sacralità dell'automobile tedesca per i tedeschi. Di fronte a questo il racconto o l'approfondimento della verità passava in secondo piano<sup>175</sup>.

Gli utenti, inoltre, sono a volte disorientati dall'eccesso di commenti e di opinioni che sostituiscono le informazioni neutrali e inducono molti a diffidare dei media.

Spesso, soprattutto nel caso dei media online, si scambia il giornalismo con una forma di intrattenimento, utile ad attirare inserzionisti e introiti pubblicitari. Ecco dunque che si preferiscono i toni accesi, le notizie più frivole. Per raccontare la crisi drammatica di un paese come la Grecia ci si può addirittura, come vedremo, inventare un talk show.

Ripercorriamo dunque le tappe fondamentali della crisi greca attraverso il riflesso che essa ha suscitato sui principali media. In particolare si prenderanno in considerazione soprattutto le reazioni delle varie testate giornalistiche. Studi empirici hanno infatti evidenziato come, anche con l'affermazione di Internet come importante

---

<sup>175</sup> MUGNAI, Arturo, *I cinque motivi della crisi di credibilità del giornalismo europeo*, [in rete] <http://www.ilcartello.eu/on-the-road/society/i-cinque-motivi-della-cri-si-di-credibilita-del-giornalismo-europeo/>, www.ilcartello.eu, 7 dicembre 2015.

mezzo di comunicazione, la sfera pubblica sia ancora basata sul giornalismo. Twitter, Facebook e gli altri social network non hanno rimpiazzato i media mainstream; hanno, semmai, attraverso ulteriori piattaforme, fornito una cassa di risonanza ai reportage giornalistici<sup>176</sup>.

In che modo, dunque, attraverso la comunicazione mediatica sono stati trasmessi stereotipi e pregiudizi? E quale ruolo hanno avuto nell'amplificazione dei conflitti tra i gruppi e nella distorsione della realtà?

## 7.2 L'OPPOSIZIONE INGROUP - OUTGROUP

Le strategie discorsive che alimentano il pregiudizio si basano sul parlare del "noi" in maniera positiva, ma soprattutto nel parlare del "loro" in modo negativo. Tale separazione cognitiva fra "noi" e "loro" non fa altro che veicolare un giudizio in termini di inferiorità e superiorità. Il "racconto" della crisi si alimenta di uno scambio di accuse reciproche, veicolate dai media in modo massivo. Gli stereotipi condivisi, i pregiudizi e le emozioni nei confronti dell'outgroup vengono recepite dall'opinione pubblica e considerate espressioni legittime del proprio gruppo di appartenenza.

In particolare la politica di austerità è causa di ostilità nei rapporti tra i vari paesi europei, rivelandosi una strategia inefficace che alimenta i risentimenti degli uni verso gli altri.

La narrazione della crisi del debito greco dovrebbe quindi tener conto non solo dell'aspetto finanziario ed economico, ma anche delle implicazioni politiche e sociali ad esso collegate.

I giornalisti dei media internazionali hanno l'opportunità di monitorare da vicino gli sviluppi della crisi: se da un lato sono obbligati a riportare notizie in un momento di particolare incertezza in cui i mercati finanziari operano più velocemente dei politici, d'altro canto sono privilegiati nell'affrontare la grave crisi europea analizzando il parametro della situazione greca e le sue implicazioni per l'euro e per il sistema finanziario globale. Nel fare ciò, però, devono anche cercare di capire la Grecia

---

<sup>176</sup> RUSS-MOHL, Stephan, *La crisi dell'Europa è anche una crisi dei media europei?*, [in rete] <http://it.ejo.ch/ricerca-media/crisi-unione-europea-media-europa>, www.it.ejo.ch, 28 aprile 2014.

moderna e familiarizzare con le caratteristiche del paese che potrebbero più facilmente spiegarne la filosofia dei politici e la mentalità dei cittadini.

Per il governo ellenico la crisi finanziaria costituisce un'opportunità di cambiamento non soltanto a livello economico, sociale e politico, ma anche comunicativo. Per far conoscere la propria posizione e rispondere alle richieste dei giornalisti stranieri, è necessario adottare nuove strategie che prevedono la presenza di politici greci in programmi radio-televisivi, articoli e interviste pubblicate dai giornali. Tra l'ottobre 2009 e la fine del 2010, per esempio, il ministro delle finanze Giorgos Papakonstantinou concede circa 400 interviste ai media internazionali, mentre il suo sito web viene aggiornato dando l'accesso a materiale utile tradotto in Inglese<sup>177</sup>.

Se trattare con i media internazionali è una priorità per il governo greco sin da ottobre 2009, il ruolo dei giornalisti stranieri viene valutato abbastanza negativamente.

Nel novembre 2010 il primo ministro Papandreou, parlando durante una conferenza, afferma che la situazione è esacerbata dalla speculazione dei media e lo stesso report ufficiale dell'Associazione della stampa ellenica accusa i media di influenzare gli sviluppi della situazione e di fornire un'informazione poco accurata, facendo riferimento in particolare ai media tedeschi<sup>178</sup>.

I tedeschi, del resto, si ritrovano esposti ai debiti di una nazione legata fino a quel momento per lo più all'immagine delle vacanze. E' un risveglio amaro che porta l'opinione pubblica tedesca a distanziarsi dall'ideale europeo e a guardare con sospetto quei paesi incapaci di darsi una disciplina<sup>179</sup>.

La diversità e la faziosità tra le nazioni, che di solito emerge ai campionati mondiali di calcio, entra nel campo della politica. Le misure di austerità vengono indicate come una punizione e prevale la mentalità del "noi contro voi".

Ancora una volta la crisi finanziaria diviene una colpa del popolo, non degli speculatori che hanno causato problemi nell'Eurozona.

---

<sup>177</sup> TZOGOPOLOUS, p.5.

<sup>178</sup> *Ibidem*, p.6.

<sup>179</sup> KRALI, Alberto, *Primi della Klasse. La crisi europea e il ruolo della Germania*, Cairo (collana H24), 2012, p. 40.

I politici si affrontano, sui media, utilizzando gli stessi slogan e luoghi comuni già utilizzati dai media stessi. Theodoros Pangalos, il numero due del governo di Atene, dichiara ai microfoni della BBC : “Loro (i nazisti) si sono portati via l’oro greco depositato nella Banca Centrale; si sono portati via i soldi greci e non li hanno mai ripagati”. George Lakouritis, presidente di un’associazione di consumatori con oltre 27mila iscritti (Inka), irritato per l’affronto della copertina di *Focus* in cui la Venere di Milo innalza il dito medio, invita a boicottare le merci tedesche con frasi riportate sui suoi volantini del tipo: “I Greci creavano statue di Venere quando i tedeschi erano ancora sugli alberi nel fitto dei boschi”<sup>180</sup>.

Angela Merkel, la Cancelliera tedesca, sottolinea come “i paesi più in difficoltà dovrebbero lavorare più a lungo. In paesi come Spagna, Grecia e Portogallo non si può andare in pensione prima che in Germania”<sup>181</sup>.

I media non mancano di enfatizzare le mancanze dei greci, sottolineandone le colpe. Un esempio significativo, da prendere in considerazione proprio in quanto si tratta di un prodotto rivolto alla massa, è il caso del Reality Show inglese, trasmesso su Channel 4 in prima serata ogni lunedì nel 2011 e intitolato *Go Greek for a week*. Ne sono protagoniste tre famiglie inglesi che, ad ogni puntata, si trasferiscono in Grecia per una settimana. Vivendo da vicino la realtà greca, le famiglie inglesi cercano di capire le origini e le motivazioni della profonda crisi che attanaglia il paese. Il reality fa infuriare i greci perché, pur denunciando fenomeni veri, presenta inesattezze e imprecisioni, condite con il tipico sarcasmo britannico.

Ecco la presentazione del programma fornita dal canale televisivo:

Three British families try out the tax, pensions and work practices that caused Greece’s economic crisis and brought on the austerity measures aimed at cutting the deficit and qualifying for EU bailouts. A 54-year-old British hairdresser discovers the generosity of the Greek pensions system, which still allows hairdressers, pastry chefs, radio continuity announcers and people in almost 600 other jobs to retire aged 53 at 90% of

---

<sup>180</sup> VASTANO, Stefano, *Atene-Berlino: 1:1 palla al centro*, [in rete] <http://vastano.blogautore.espresso.repubblica.it/2010/02/28/atene-berlino-11-palla-al-centro/>, [www.vastano.blogautore.espresso.repubblica.it](http://www.vastano.blogautore.espresso.repubblica.it), 28 febbraio 2010.

<sup>181</sup> *Crisi greca, confusione europea*, [in rete] <http://contropiano.org/news/news-economia/2011/05/19/crisi-greca-confusione-europea-01385>, [www.contropiano.org](http://www.contropiano.org), 19 maggio 2011.

their final salary because their jobs are defined as hazardous. A bus driver reaps the rewards of the Greek approach to state-run services, where bus drivers could be paid up to almost double the national average salary and receive extra bonuses for arriving at work early and for checking bus tickets.

And a British surgeon is delighted to discover how paying income tax the Greek way will transform his disposable income. The personal experiences of the three main characters are supported by expert interviews that establish the patterns of tax evasion, corruption and mismanagement that have helped to sink the Greek economy<sup>182</sup>.

Ne emerge un quadro di baby pensionati con il doppio lavoro, di lavoratori contro la legge, di evasione fiscale. E' una visione che non tiene conto, però, delle riforme che il paese ellenico sta attuando a caro prezzo. Nel reality, per esempio, un concorrente scopre che un parrucchiere può andare in pensione a 54 anni con il 90% della pensione piena perché il suo lavoro è considerato a rischio e inserito nella lista dei mestieri "pesanti e pericolosi per la salute", ma non tiene conto che la legge è stata modificata, elevando a 65 anni per tutti l'età pensionabile, quindi anche per i coiffeur. Fa infuriare i sindacati greci l'esempio, sempre riportato da Channel 4, del guidatore di autobus che si può aumentare lo stipendio allungando l'orario di un'ora e facendo il controllore. Stavros Koytsiobelis, dirigente sindacale e membro di una apposita commissione creata dal governo per studiare il problema, puntualizza però che "lo stipendio lordo di un guidatore di autobus è di 1500 euro lordi al mese, che possono diventare 1900 lordi con i bonus in questione". Aderente alla realtà la presentazione del tema dell'evasione fiscale, gravissimo problema diffuso a tutti i livelli per la Grecia, tanto che nella *black list* messa online dal governo i grandi evasori fiscali (privati ed aziende) devono all'erario quasi 15 miliardi di euro.

La messa in onda del programma suscita un'ondata di indignazione con la creazione addirittura di un blog dal nome *keeptalkinggreece* con centinaia di commenti

---

<sup>182</sup> Channel 4 – Reality Show "Go Greek for a week": *Genious or Tasteless?*, [in rete] <http://www.keeptalkinggreece.com/2011/11/07/channel-4-reality-show-go-greek-for-a-week-genious-or-tasteless/>, www.keeptalkinggreece.com, 7 novembre 2011.

in cui si sottolinea, tra l'altro, l'assenza di un aiuto da parte degli inglesi per superare il default<sup>183</sup>.

Vicky Pryce, economista, dopo aver partecipato come ospite al programma, sottolinea nella prefazione al suo saggio *Greekonomics: the euro crisis and why politicians don't get it* come esso metta in luce lo stereotipo, o la caricatura dei greci come di una nazione "pigra, viziata e corrotta dove la corruzione è all'ordine del giorno", i cui cittadini non sono disposti a pagare le tasse e ricevono grandi benefici sociali, sono incoraggiati ad andare in pensione presto e ben pagati e inoltre godono di lunghe "siestas" e pause al sole. L'autrice si interroga sul ruolo ricoperto dalla stampa inglese e tedesca in particolare nell'influenzare l'opinione pubblica in senso negativo, ricordando di essere rimasta attonita nel leggere che i tedeschi hanno cancellato le loro vacanze in Grecia per protesta contro i supposti sperperi dei greci. Ricordando l'entusiasmo delle Olimpiadi del 2004, conclude che i greci sono ora ritenuti i "principali colpevoli" della sopravvivenza dell'euro: "From heroes to villains!", da eroi a cattivi. Per una nazione in grave difficoltà, che ha un disperato bisogno di incentivare il turismo, le conseguenze di campagne mediatiche negative si fanno particolarmente sentire. Così, sottolinea ironicamente la Pryce, non ci si può limitare a pensare che i commenti negativi siano dettati da una gelosia "per il clima più favorevole della Grecia"; è necessario andare più a fondo nel capire le cause che hanno portato a questa situazione<sup>184</sup>.

La crisi greca, sottolinea Patrizio Nissirio, autore di *Ouzo amaro. La tragedia greca dalle Olimpiadi al gol di Samaras*, è innanzitutto il dramma del popolo greco, cioè di "quella stragrande maggioranza di persone che ha sempre lavorato duramente, ha sempre pagato le tasse e seguito le regole, non ha mai esportato capitali all'estero o preso tangenti, e che adesso vede gli stipendi minimi scendere sotto ai 500 euro, con ingenti tagli alla Sanità, all'Istruzione e alla Previdenza sociale". Una crisi che è frutto soprattutto di una "classe politica ed economica che si è presa gioco di ogni legge, persino del buonsenso; che ha saputo solo soddisfare la propria sete di potere immediato" ma che è anche conseguenza della "speculazione

---

<sup>183</sup> ALTAVILLA, Valentina, "Go Greek for a week", *il reality show (inglese) che fa arrabbiare i greci*, [in rete] <http://www.newsmagazine.it/go-greek-for-a-week-il-reality-show-inglese-che-fa-arrabbiare-i-greci/>, www.newsmagazine.it, s.d..

<sup>184</sup> PRYCE, Vicky, *Greekonomics: the Euro crisis and why politicians don't get it*, Biteback Publishing, 2013, pp. IX-XI.

finanziaria internazionale e delle grandi banche d'affari, dell'ambiguità dei partner europei, capaci di fare la predica ad Atene, mentre la spingevano – con le casse già esangui – a comprare arsenali bellici di cui non ha alcun bisogno”<sup>185</sup>.

Il richiamo alla necessità di considerare la situazione senza ricorrere al velo del pregiudizio viene espresso dal leader di Syriza, partito di opposizione greco, in una lettera ai tedeschi pubblicata sul quotidiano *Handelsblatt* il 13 gennaio 2015. Così inizia lo scritto: “La maggior parte di voi cari lettori dell’*Handelsblatt* avrà già un preconcetto su ciò di cui parla questo articolo prima di averlo letto. Io vi imploro di non soccombere a questi preconcetti. Il pregiudizio non è mai una buona guida, soprattutto nei periodi in cui una crisi economica rafforza gli stereotipi, alimenta la bigotteria, il nazionalismo, anche la violenza”. Egli prosegue accusando i funzionari europei di aver fatto finta, di fronte all'impossibilità da parte dello stato greco di onorare il debito nel 2010, che il problema potesse essere superato mediante il più grande prestito della storia, introducendo misure di austerità fiscale che avrebbero ridotto il reddito nazionale con cui dovevano essere pagati i debiti vecchi e nuovi. “In altre parole” aggiunge “l'Europa ha adottato la tattica dei banchieri meno affidabili che si rifiutano di riconoscere crediti in sofferenza e preferiscono concederne altri all'entità insolvente al fine di fare finta che il prestito originale si stia estinguendo estendendo il fallimento nel futuro”. In questo modo, invece di stabilizzare la Grecia, l'Europa secondo Tsipras sta creando le condizioni per l'auto-rafforzamento di una crisi che mina le fondamenta della stessa Europa.

La combinazione di giganteschi prestiti e di severi tagli alla spesa pubblica che ha ridotto i redditi non solo non è riuscita a frenare il debito, ma ha anche punito i cittadini più deboli che, se prima vivevano una vita modesta e misurata, si sono trasformati in poveri e mendicanti. Ciò di cui Tsipras accusa in particolare la politica europea è di aver fatto perdere a queste categorie sociali la dignità. Il crollo dei redditi, che ha portato migliaia di imprese al fallimento, ha invece favorito le grandi imprese, che sopravvivono in condizione di oligopolio. Il secondo salvataggio greco nella primavera del 2012 ha aggiunto un altro prestito enorme sulle spalle indebolite dei contribuenti greci. Secondo il premier greco il salvataggio greco non è che un miraggio. Dichiarare che la crisi greca è finita è per lui “un insulto a tutti gli europei

---

<sup>185</sup> NISSIRIO, pp. 5-6.

che finalmente meritano la verità sulla Grecia e sull'Europa. Il rifiuto di prenderne atto con trasparenza costa caro al contribuente tedesco e nello stesso tempo condanna una nazione europea orgogliosa all'indegnità permanente". In questo modo in poco tempo "i tedeschi accusano i greci, i greci i tedeschi e ovviamente l'ideale europeo subisce perdite catastrofiche". Di fronte ai lettori tedeschi egli sostiene che l'obiettivo di Syriza non è quello di ottenere nuovi e più consistenti prestiti che alimenterebbero il disavanzo, ma piuttosto la stabilizzazione del paese. Afferma di comprendere come dietro la richiesta che il governo greco rispetti tutti i suoi obblighi contrattuali si nasconde il timore che "se si lascia ai greci un po' di respiro, torneremo ai nostri cattivi, vecchi modi" ma si dichiara pronto a introdurre importanti riforme con il proposito di realizzare "un New Deal europeo all'interno del quale il nostro popolo possa respirare, creare e vivere in dignità"<sup>186</sup>.



187

Il 24 marzo 2015 Tsipras incontrando Angela Merkel a Berlino sottolinea la necessità, da parte della Germania, di risarcire i danni sofferti dalla popolazione greca durante l'occupazione nazista, sostenendo che non si tratta di una questione di soldi, ma di "morale". "La Germania democratica di oggi non ha niente a che fare con il Terzo Reich" ribatte Merkel, secondo la quale, per il governo tedesco "la questione dei risarcimenti è politicamente e legalmente chiusa".

<sup>186</sup> TSIPRAS, Alexis, *La lettera di Tsipras ai tedeschi*, [in rete] <http://www.eunews.it/2015/02/04/la-lettera-di-tsipras-ai-tedeschi/29671>, www.eunews.it, 4 febbraio 2015.

<sup>187</sup> [in rete] [http://www.askanews.it/upload/images/03\\_2015/23/150323184810.jpg](http://www.askanews.it/upload/images/03_2015/23/150323184810.jpg).



Così, in un'Europa "prigioniera di stereotipi anacronistici", come sottolinea Edoardo Boria sul sito della rivista *Limes*, i greci riaprono il capitolo sui danni di guerra mentre i tedeschi ritirano fuori il vecchio pregiudizio del loro connazionale Nietzsche: "In Grecia gli spiriti profondi, scrupolosi e seri erano l'eccezione; l'istinto del popolo inclinava piuttosto a considerare la serietà e la scrupolosità come un'eccezione"<sup>188</sup>.

La strumentalizzazione delle vecchie ruggini tra Grecia e Germania fa ritornare d'attualità un manifesto del 1944, dove un eroico partigiano ammoniva i bruti nazisti ad andarsene "Fuori dalla Grecia!".



189

Toni di forte opposizione si ritrovano del resto anche nelle parole di Manolis Glezos, un eroe in Grecia. Partigiano durante il secondo conflitto mondiale, a soli

<sup>188</sup> [in rete] <http://www.limesonline.com/fuori-dalla-grecia/84099>.

<sup>189</sup> [in rete] <http://www.limesonline.com/fuori-dalla-grecia/84099>.

diciotto anni, nel 1941, scalò all'alba l'Acropoli per ammainare la bandiera nazista alzata dagli invasori del Terzo Reich. Fu proprio questo suo gesto eroico a dare il via alla resistenza ellenica contro i tedeschi. Per il suo carattere sanguigno e carismatico è sempre stato un punto di riferimento per la sinistra radicale. Coinvolto tra il 2010 e il 2014 nelle manifestazioni contro l'austerità, si scaglia apertamente contro gli accordi con l'eurogruppo: "Non ci può essere compromesso tra schiavo e padrone, né tra oppressore e oppresso" scrive in una lettera ai militanti di Syriza<sup>190</sup>.

Nonostante i contrasti che dividono le due nazioni su un fatto, però, il premier greco e la Cancelliera tedesca si trovano d'accordo: la necessità di andare oltre gli stereotipi. Tsipras ricorda che "né i greci sono pigri farabutti né sono da incolpare i tedeschi per i problemi della Grecia" e che pertanto è necessario "lavorare per superare questi stereotipi". Angela Merkel a sua volta invita l'Europa intera a superare i luoghi comuni sulla presenza di membri buoni e cattivi all'interno dell'Eurozona<sup>191</sup>.

Del resto la Cancelliera tedesca si pronuncia contro i luoghi comuni anche in altre occasioni. In una lezione sull'Europa agli studenti di un liceo di Berlino, frequentato da numerosi figli di immigrati, nel maggio 2015, sostiene che "i greci non lavorano, i tedeschi sono tirchi, è falso" e ancora "Quando abbiamo avuto la crisi dell'euro, una prova molto difficile secondo me, mi sono sempre opposta a frasi assai comuni del genere «ah sì, i bulgari, i greci, sappiamo bene come sono». Non bisogna mai parlare così". Allo stesso modo, in occasione della Giornata dell'Europa, iniziativa lanciata nove anni prima per sensibilizzare i giovani sul tema, afferma "I tedeschi sono tutti talmente diversi gli uni dagli altri come lo sono i turchi. Se cominciamo a dire «i greci non lavorano, i tedeschi sì ma sono tirchi», i due giudizi sono falsi" e aggiunge "Ci sono persone generose e meschine e non bisogna mai generalizzare. Così si può davvero scoprire la diversità in Europa". Parole di generosa solidarietà, se consideriamo il fatto che Angela Merkel, considerata la paladina degli interessi tedeschi all'interno dell'Unione Europea, era stata criticata

---

<sup>190</sup> [in rete]

[http://www.repubblica.it/esteri/2015/02/22/news/l\\_eroe\\_della\\_resistenza\\_contro\\_tsipras\\_intesa\\_vergo\\_gnosa\\_chiedo\\_scusa\\_ai\\_greci\\_per\\_averlo\\_fatto\\_votare-107921283/](http://www.repubblica.it/esteri/2015/02/22/news/l_eroe_della_resistenza_contro_tsipras_intesa_vergo_gnosa_chiedo_scusa_ai_greci_per_averlo_fatto_votare-107921283/).

<sup>191</sup> Tsipras: "No stereotipi, greci non sono pigri. Germania non è Terzo Reich", [in rete]

<http://www.wallstreetitalia.com/tsipras-no-stereotipi-greci-non-sono-pigri-germania-nonterzo-reich/>, [www.wallstreetitalia.com](http://www.wallstreetitalia.com), 24 marzo 2015.

nel maggio 2011, durante la crisi dell'euro, per le generalizzazioni sui paesi del sud Europa<sup>192</sup>.

Lo stesso ministro delle finanze greco Yanis Varoufakis, in un pezzo uscito sul *New York Times* del 16 febbraio, evidenzia a sua volta i rischi che derivano da un modo di concertare in cui ciascuno pare partecipare a un "gioco di ruolo". "Il problema della teoria dei giochi" scrive "è che essa considera le motivazioni dei giocatori come un dato stabilito a priori". Ciò rappresenta un problema se riferito al negoziato tra la Grecia e i suoi partner. Il punto centrale, in questo caso, è "costruire una nuova mentalità che vada oltre le divisioni nazionali, che sostituisca una prospettiva pan-europea alla dicotomia creditore-debitore, in grado di porre il bene comune Europa al di sopra di politiche futili e di dogmi di comprovata tossicità se resi universali e una logica del "noi" a sostituire quella del "loro" "<sup>193</sup>.

In un'intervista concessa *all'Huffington Post Italia* nell'aprile 2015 anche il ministro degli esteri greco Nikos Kotzias, a proposito dei rapporti tra Grecia e Germania, precisa come sia necessario migliorare il clima nell'opinione pubblica dei due paesi. Afferma che "i tedeschi devono capire che non siamo né ladri né truffatori", che il popolo greco "non è scialacquatore e neanche fannullone". Aggiunge poi però che anche i greci devono cercare di evitare di collegare la critica, a suo parere giusta, alle politiche della Germania nocive per i greci, con le caratteristiche del popolo tedesco "un popolo molto produttivo e con una grande cultura"<sup>194</sup>.

Il permanere di luoghi comuni che contrappongono greci e tedeschi viene rilevato pure da un articolo di Adriana Cerretelli apparso sul *Sole24ore*.

28 giugno 2015. Alexis Tsipras ha appena annunciato la proclamazione di un referendum popolare per il 5 luglio con l'esplicito invito a rifiutare l'accordo proposto dall'Unione Europea<sup>195</sup>; il giorno prima il ministro Yanis Varoufakis è uscito dalla

---

<sup>192</sup> *La Merkel contro gli stereotipi «appiccicati» sui popoli europei*, [in rete]  
[http://esteri.diariodelweb.it/esteri/articolo/?nid=20150512\\_341131](http://esteri.diariodelweb.it/esteri/articolo/?nid=20150512_341131), www.esteri.diariodelweb.it, 12 maggio 2015.

<sup>193</sup> VAROUFAKIS, Yanis, *No time for games in Europe*, [in rete]  
[http://www.nytimes.com/2015/02/17/opinion/yanis-varoufakis-no-time-for-games-in-europe.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2015/02/17/opinion/yanis-varoufakis-no-time-for-games-in-europe.html?_r=1), www.nytimes.com, 16 febbraio 2015.

<sup>194</sup> SYNGHELLAKIS, Teodoro Andreadis, *Nikos Kotzias, intervista al ministro degli Esteri greco: "L'Europa si metta l'anima in pace: Syriza non è una parentesi"*, [in rete]  
[http://www.huffingtonpost.it/2015/04/03/nikos-kotzias-intervista\\_n\\_6998316.html](http://www.huffingtonpost.it/2015/04/03/nikos-kotzias-intervista_n_6998316.html), www.huffingtonpost.it, 3 aprile 2015.

<sup>195</sup> Il voto del referendum sarebbe servito per chiedere ai greci la loro intenzione o meno ad accettare un accordo con i paesi dell'Eurozona, al fine di salvare il paese dalla bancarotta. L'annuncio del referendum

riunione dei ministri finanziari dell'Eurogruppo; si sta delineando l'idea di un'uscita della Grecia dall'Euro. Nel suo articolo la Cerretelli, oltre a parlare di "irresponsabilità" da parte di Tsipras e del suo governo "troppo ideologico, estremista e anche inesperto", attribuisce parte del fallimento delle trattative anche all'Eurozona che, di fronte ai cedimenti di Tsipras, non è riuscita a fermarsi nelle richieste, continuando a pretendere "da un paese notoriamente levantino e disastroso" un comportamento "virtuoso e mitteleuropeo". Alla base di queste decisioni, secondo la giornalista, ci sarebbe l'intento punitivo del nord Europa, Germania *in primis*, verso una nazione indisciplinata, costosa e incontrollabile: "il cavallo di Troia accolto dentro l'euro ma da ricacciare alla prima occasione fuori dalle sue mura"<sup>196</sup>.

Lo stesso Enrico Letta, nel suo saggio *Andare insieme, andare lontano*<sup>197</sup> nota come, alla fine dei Consigli Europei, vengano proposte 29 conferenze stampa, una per ciascun Stato membro, con retroscena sui presunti scontri che alimentano gli stereotipi di sempre sui caratteri nazionali: "tedeschi freddi e testardi, latini indolenti e spendaccioni, greci levantini e bugiardi e via di seguito"<sup>198</sup>.

Gli esempi citati inducono ancora una volta a riflettere su quanto ancora pesino le tipizzazioni dei caratteri dei popoli, che spesso sono pregiudizi o stereotipi, nella valutazione di fenomeni politici e sociali.

Nel luglio 2015, in seguito all'accordo per salvare la Grecia dal tracollo, esplose sulla stampa il malumore antitedesco, tanto che anche lo *Spiegel* online scrive che "il catalogo delle crudeltà" ha prodotto "un'umiliazione voluta del popolo greco", mentre la *Süddeutsche Zeitung* informa che "Angela Merkel è riuscita a far rivivere l'immagine dei tedeschi brutti, avari e dal cuore di legno che si era appena sfocata. Per ogni cent che chiederà di spendere per i greci ai suoi contribuenti, dovrà impegnarne due-tre volte tanti per rilucidare questa immagine"<sup>199</sup>.

---

era arrivato dopo il fallimento dell'ennesima trattativa tra la Grecia e i suoi creditori (paesi dell'Eurozona, Banca centrale europea, Fondo monetario internazionale) sulle condizioni alle quali l'Europa sarebbe stata disposta a concedere un nuovo prestito alla Grecia.

<sup>196</sup> CERRETELLI, Adriana, *Il doppio fallimento che paghiamo tutti*, [In rete]

<http://www.ilsole24ore.com/art/commenti-e-idee/2015-06-28/il-doppio-fallimento-che-paghiamo-tutti-091458.shtml?uuid=ACorgNI>, Il Sole 24 ore, 28 giugno 2015.

<sup>197</sup> LETTA, Enrico, *Andare insieme, andare lontano*, Milano, Mondadori, 2015.

<sup>198</sup> *Ibidem*, p. 19.

<sup>199</sup> *Grecia: Merkel ora più forte, ma per l'immagine della Germania l'accordo è un disastro*, [in rete]

<http://www.blitzquotidiano.it/politica-europea/grecia-accordo-merkel-ora-piu-forte-ma-per-germania-e-un-disastro-di-immagine-2231929/>, [www.blitzquotidiano.it](http://www.blitzquotidiano.it), 13 luglio 2015.

La contrapposizione Grecia-Germania anima il dibattito mediatico. Marco Bascetta, in un articolo sul *Manifesto* del 14 luglio 2015, parla del negoziato tra il nuovo governo di Atene e l'Europa come di una guerra, "una guerra preventiva per il rafforzamento dell'egemonia tedesca in Europa". Secondo il giornalista la vicenda greca e l'evoluzione interna del quadro politico tedesco stanno mostrando chiaramente "la rinascita di un nazionalismo germanico sempre più disinibito e tracotante". Dietro la martellante campagna di stampa contro Atene e anche nel linguaggio e nelle prese di posizione dei principali esponenti politici della Repubblica Federale egli nota come si vada sedimentando una cultura della "superiorità tedesca", mentre il successo economico viene esclusivamente attribuito al merito del modello germanico e a un catalogo di "virtù nazionali" tedesche contrapposte ai "vizi nazionali" di altri popoli d'Europa, tra cui, ad esempio, "l'inaffidabilità greca". Aggiunge che, secondo i sondaggi, il 70% di consensi di cui godrebbe il ministro delle finanze Schäuble sarebbe da attribuire a quella "priorità dell'interesse nazionale", formula con la quale il nazionalismo si presenta oggi in società e del quale il "tecnico" Schäuble è, secondo la sua opinione, l'interprete politico. Rileva infine come l'aspetto più inquietante della questione sia l'aver rimesso in gioco, come fattore di consenso politico, la figura del "parassita" e del "profittatore" di cui il contribuente tedesco sarebbe la vittima. I suoi soldi, infatti, sarebbero messi in pericolo dalla "furbizia levantina" di un popolo "pienamente colpevole della condizione in cui versa". La parte attribuita al "parassita" greco non sembra molto distante da quella assegnata un tempo all'ebreo, visto come "naturalmente infido". Aggiunge che siamo quasi giunti al confine invalicabile della dottrina razziale, dal momento che la stampa tedesca non ha mancato di rilevare come "gli odierni greci non hanno nulla a che vedere con l'età di Pericle, trattandosi di un miscuglio di slavi, turchi e albanesi." A suo parere, nella partita giocata contro Atene, questo genere di argomenti, che non dovrebbero esistere, sono invece stati "ampiamente diffusi e amplificati".

Bascetta sostiene che questo "ridicolo schema infantile" serve a cancellare in un sol colpo "le spericolate operazioni delle banche, la spregiudicatezza delle

politiche che si sono servite dell'indebitamento a sostegno dell'export, le speculazioni di borse, gli affari conclusi con le "affidabili" oligarchie greche"<sup>200</sup>.

Ancora una volta compare sui titoli dei tabloid e fa da sfondo ai discorsi dei politici l'idea che la responsabilità della difficile situazione in cui si trovano i greci vada attribuita soprattutto al loro "vizioso" stile di vita, piuttosto che alla responsabilità dei governi che li hanno governati nel passato.

Questo modo di presentare gli avvenimenti, però, non fa che alimentare i sentimenti antieuropei nell'opinione pubblica greca.

## 7.3 IL LINGUAGGIO

Il linguaggio impiegato dai mass media, proprio perché è in grado di guidare l'attenzione e il focus percettivo delle persone verso determinati aspetti della realtà, ha indubbiamente una grande importanza nel veicolare contenuti stereotipici e discriminatori. La scelta di particolari espressioni linguistiche, quando si parla di una categoria o di un gruppo sociale, influenza infatti in modo rilevante la percezione sociale di quel gruppo.

Sin dall'inizio della crisi in Grecia il linguaggio dei giornali stranieri tende ad usare espressioni denigratorie, a ripetere, spesso enfatizzandole, immagini stereotipate o, comunque, a servirsi della lingua per indurre una prospettiva negativa.

Il giornale tedesco *Bild* ricorda regolarmente che la Grecia ha mentito per entrare nell'Eurozona, insistendo sul fatto che i greci mentono, ingannano, barano<sup>201</sup>. Nello stesso periodo (2009) il *Financial Times* risulta più equilibrato nel descrivere la situazione greca, anche se non manca, nei suoi articoli, di impiegare un linguaggio negativo e di parte per indicare la Grecia, descrivendo i greci come privi di credibilità, irresponsabili, corrotti, con una "hubris", un'arroganza che li porta a vivere al di sopra dei loro mezzi, in uno stato corrotto, con un "deficit di credibilità"<sup>202</sup>.

---

<sup>200</sup> [in rete] <http://ilmanifesto.info/rinasce-il-nazionalismo-tracotante-tedesco/>.

<sup>201</sup> PAVLAKIS, Eleni, *European Disintegration: Anti-Greek Bias in the Eurozone Crisis*, [in rete] <http://repository.upenn.edu/curej/162>, [www.repository.upenn.edu](http://www.repository.upenn.edu), 4 gennaio 2013, p. 32.

<sup>202</sup> *Ibidem*, p. 37.

Il linguaggio negativo porta quindi ad una connotazione morale della crisi, che sottolinea i pregiudizi nella definizione del “carattere nazionale” del popolo greco.

Nel 2010 il 40% degli articoli della *Bild*, il quotidiano più letto della Germania, riporta stereotipi e un linguaggio negativo sui greci. Il giornale adotta, per esempio, il termine “greci in bancarotta” (*Pleite-Griechen*) come un epiteto costante, anche se è importante notare che la Grecia non ha dichiarato bancarotta; infuria contro i fallimenti e le pensioni di lusso, gli evasori fiscali e gli imbroglioni; usa spesso l'espressione “Fass ohne Boden”, “pozzo senza fondo”, una denuncia circa l'inutilità di aiutare la Grecia<sup>203</sup>.

Nello stesso anno, con intento chiaramente provocatorio, il quotidiano tedesco propone ai greci di mettere in vendita le loro isole e anche l'Acropoli, suscitando l'indignazione di 10 milioni di cittadini greci; non manca poi di rilanciare la provocazione nel 2015, stilando anche un elenco di isole disabitate da vendere per ripagare i debiti<sup>204</sup>.

La questione suscita echi e approfondimenti sui media. Sul sito della BBC Jasmine Coleman si interroga sulla questione della pigrizia dei greci, puntando il dito contro l'ennesima campagna denigratoria della *Bild* (*No. Nessun altro miliardo per gli avidi greci!*).

Nell'articolo si sottolinea l'inaccettabilità di un simile linguaggio, ricordando nello stesso tempo come spesso si associ ai greci la caratterizzazione di “pigri” e “avid”. L'autrice ricorda come un simile linguaggio fosse stato usato nel 2010 dal ministro delle Finanze svedese, Anders Borg, che aveva sottolineato come: “Ovviamente, gli svedesi e gli altri contribuenti non dovrebbero pagare per i greci che scelgono di andare in pensione sulla quarantina”<sup>205</sup>.

Infine, nel già citato dialogo tratto dal programma televisivo satirico tedesco della ZDF *Neo Magazine Royal*, la surreale conversazione telefonica tra due immaginari uomini d'affari tedeschi che parlano della Grecia citando frasi tratte dai titoli dei principali giornali tedeschi evidenzia l'uso di aggettivi decisamente negativi:

---

<sup>203</sup> *Ibidem*, p. 40.

<sup>204</sup> DE PALO, Francesco, *Crisi Grecia, Bild: "Atene venda le isole per rimborsare i prestiti"*, [in rete] <http://www.ilfattoquotidiano.it/2015/08/05/crisi-grecia-bild-atene-venda-le-isole-per-rimborsare-i-prestiti/1936631/>, www.ilfattoquotidiano.it, 5 agosto 2015.

<sup>205</sup> COLEMAN, Jasmine, *Greek bailout talks: Are stereotypes of lazy Greks true?*, [in rete] <http://www.bbc.com/news/world-europe-31803814>, www.bbc.com, 10 marzo 2015.

i greci vi vengono definiti “truffatori, spiantati, avidi, in bancarotta, guidati da un governo “di ragazzini”. Si tratta di aggettivi sempre emotivamente collocati che veicolano attraverso una singola parola un atteggiamento negativo verso un gruppo. Se a un gruppo, infatti, viene associato un termine che induce disprezzo, esso attiva in modo automatico una serie di associazioni negative che influenzano l'impressione complessiva.

## 7.4 LE IMMAGINI

Nella comunicazione dei media l'immagine ha un ruolo fondamentale, che si affianca al linguaggio testuale e si integra con esso, rafforzando il messaggio comunicativo.

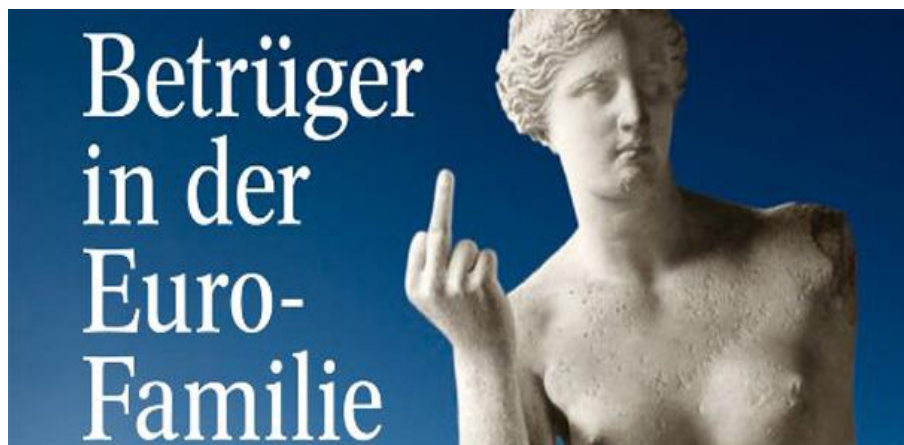
Nel “racconto” che i media e in particolare le testate giornalistiche forniscono della lunga crisi greca, sono soprattutto le immagini di copertina che enfatizzano i fatti e danno a volte voce ai pregiudizi.

Il settimanale *Focus* ha il suo momento di gloria mediatica quando pubblica in copertina l'immagine della Vergine di Milo con il dito medio alzato, al motto di “imbrogliatori nella Famiglia dell'Euro”; immediata la replica del quotidiano greco *Eleftheros Typos*, che mette in prima pagina la dorata Vittoria alata (si tratta della Vittoria alata sulla sommità della Siegesäule, la Colonna della vittoria di Berlino, monumento che celebra la vittoria della Prussia nella guerra prussiano danese nel 1864) che innalza il segno di una dorata svastica, con il titolo *Nazismo della Finanza minaccia l'Europa!*. Offeso dal fotomontaggio di *Focus* Filippo Petsalnikos, presidente del parlamento greco, convoca addirittura Wolfgang Schultheiss, ambasciatore della Repubblica Federale in Grecia, invitandolo a discutere sui resoconti dei media riguardanti la Grecia<sup>206</sup>.

---

<sup>206</sup> VASTANO, Stefano, *Atene-Berlino: 1:1 palla al centro*, [in rete]  
<http://vastano.blogautore.espresso.repubblica.it/2010/02/28/atene-berlino-11-palla-al-centro/>,  
[www.espresso.repubblica.it](http://www.espresso.repubblica.it), 28 febbraio 2010.





“Le affermazioni contenute in alcuni articoli – dichiara Petsalnikos – creano un’immagine distorta della Grecia e contengono molte inesattezze ed errori”. L’ambasciatore tedesco, di contro, difende la stampa nazionale. “Questi articoli - sostiene - non rappresentano l’insieme della stampa tedesca, che lavora seriamente e sulla base di accurate informazioni”<sup>207</sup>.

La tedesca *Bild*, in particolare, rappresenta un caso significativo di alterazione della realtà in chiave negativa, proprio perché si serve di immagini forti, provocatorie per trasmettere un messaggio populistico, che semplifica ed enfatizza i termini della questione, esasperando i toni della discussione.

<sup>207</sup> *Grecia-Germania: dopo le frizioni, è tempo di smorzare i toni*, [in rete] <http://it.euronews.com/2010/02/26/grecia-germania-dopo-le-frizioni-e-tempo-di-smorzare-i-toni/>, www.euronews.com, 26 febbraio 2010.

I titoli sono scritti a caratteri grandi, accompagnati da molte fotografie. La sua campagna per dire no agli “avidhi greci”, per esempio, viene accompagnata da una copertina su cui campeggia un “Nein” scritto a lettere cubitali.



208

Quando, nel giugno 2015, il Parlamento greco approva la proposta di Tsipras di indire un referendum sull’accordo la *Bild* non manca di esasperare i toni lanciando un’aggressiva campagna mediatica: propone infatti un “suo” referendum, speculare a quello greco per chiedere se i tedeschi sono disposti a continuare a pagare, con una scheda che è possibile ritagliare dalla prima pagina del giornale, per votare “sì” oppure “no”. A lato della notizia, in copertina viene aggiunta una sorta di scheda elettorale, da ritagliare e spedire, su cui è scritta una semplice domanda alla quale rispondere sì o no: “Dobbiamo continuare ad aiutare la Grecia con più miliardi delle nostre tasse?”. Posta in questi termini la risposta negativa da parte del contribuente tedesco appare scontata.

<sup>208</sup> [in rete] <http://www.bild.de/politik/inland/griechenland-krise/keine-weiteren-milliarden-fuer-die-gierigen-griechen-39925224.bild.html>.



209

Il referendum viene convocato per il 5 luglio: la Grecia in questa occasione dice No a larga maggioranza (61%) al piano dei creditori, già peraltro superato da ulteriori proposte UE. Alexis Tsipras parla di “scelta coraggiosa” e torna a muovere un passo verso l’Europa chiedendo la “ristrutturazione del debito”. Per favorire il negoziato il ministro greco delle finanze Yanis Varoufakis a sorpresa si dimette.

La magistratura ellenica apre un’indagine sulla copertura mediatica del referendum, allo scopo di indagare sulla veridicità delle accuse rivolte da più parti ad alcuni mezzi di comunicazione che avrebbero tentato di influenzare le scelte degli elettori. Un’altra denuncia, da parte del quotidiano ateniese *To Vima*, è che decine di migliaia di arrivi in Grecia sono stati cancellati la settimana prima del referendum. Il vice ministro del turismo Elena Kountoura lancia un appello ai media perché “non danneggino il turismo del paese”.

Infine, un’immagine di copertina che suscita un vespaio mediatico, ma che ben fa emergere l’inquietante sensazione che l’Europa stia inabissandosi sotto il peso della crisi economica e della divisione tra i popoli è quella dell’*Economist* (2014), che

<sup>209</sup> [in rete] <http://www.blitzquotidiano.it/economia/grecia-bild-lancia-contro-referendum-tedesco-2224080/attachment/bild-7/>.

mostra Renzi, Draghi, Hollande e Merkel a bordo di una barchetta, fatta con una banconota da 20 euro, che sta affondando. Draghi, il presidente della BCE, è l'unico che si sta dando da fare, gettando in mare secchiate d'acqua; Hollande e Merkel aspettano l'inevitabile, con il primo che scruta l'orizzonte e la seconda, in testa, che appare soddisfatta; Renzi, infine, tiene in mano un gelato.



210

Interessante è proprio l'immagine del premier Renzi che, in un momento drammatico, se ne sta tranquillo e inerte, tenendo in mano un cono all'amarena, quasi a ricordare l'attenzione alla piacevolezza del vivere e inconsapevole della gravità della situazione economica e politica. L'Italia dell'*Economist* richiama quella di *Der Spiegel* che, nel 1977, metteva in copertina spaghetti e P38 per descrivere il nostro paese. L'*Economist* motiva la sua analisi pessimistica con i fatti. In questo momento l'Italia è in recessione, la Francia a crescita zero e la Germania si è fermata. Anche la prestigiosa testata, tuttavia, sembra cadere nella trappola degli

<sup>210</sup> [in rete] <http://scenarieconomici.it/leurodisastro-per-leconomist-in-vignetta/>.

stereotipi, mentre l'Europa non è che una barca che affonda, per mancanza di fondi e povertà di idee<sup>211</sup>.

L'utilizzo di immagini forti e negative sulla stampa, che alimentano l'opposizione tra nazioni, attribuendo in maniera evidente alla parte avversa una serie di connotazioni fortemente negative, è particolarmente frequente in riferimento ai protagonisti politici della crisi.

Basti pensare ai modi in cui la Cancelliera Angela Merkel viene rappresentata sui giornali. Metaforicamente le immagini la accostano a personaggi di film le cui caratteristiche sono implacabilità, crudeltà, determinazione anche nelle scelte più efferate, volontà di dominio. Soprattutto, però, gli accostamenti rimandano alla storia tedesca nei suoi momenti più legati alla volontà di dominio della Germania: l'Impero prussiano e il periodo nazista.

Quando il quotidiano *Bild* incita la Merkel a non cedere alle richieste greche post referendum la ritrae in copertina con uno sguardo determinato e un elmetto prussiano. Sotto, scritto a lettere cubitali "Oggi ci serve il Cancelliere di Ferro" con un chiaro riferimento ad un'altra figura controversa e intimidatoria della storia tedesca, Otto von Bismark<sup>212</sup>.



<sup>211</sup> GRANDI, Alberto, *La cover dell'Economist e la trappola degli stereotipi*, [in rete] <http://www.wired.it/attualita/politica/2014/08/29/la-cover-di-economist-e-la-trappola-degli-stereotipi/>, www.wired.it, 29 agosto 2014.

<sup>212</sup> GIANGRAVÈ, Claire, *Merkel, la stampa si scatena: le migliori copertine internazionali*, [in rete] <https://www.forexinfo.it/Angela-Merkel-Troppo-indecisa-I-media-si-scatenano>, www.forexinfo.it, 9 luglio 2015.

<sup>213</sup> [in rete] <https://www.forexinfo.it/Angela-Merkel-Troppo-indecisa-I-media-si-scatenano>.

Una copertina di *Newsweek* la immortalata come un mostro grondante sangue accanto al titolo *Achtung!*<sup>214</sup>.



215

E che pensare della copertina choc del prestigioso settimanale politico britannico *New Statesman* (20 giugno 2012), che, rifacendosi al famoso film *Terminator*, ritrae la Cancelliera tedesca come un cyborg insensibile rispetto alle ragioni della crisi e alle richieste di aiuto, definendola la leader politica più pericolosa d'Europa dai tempi di Hitler? Il paragone con il nazismo, diffuso sui media britannici, riflette uno stereotipo che non tiene conto dell'impegno mostrato anche dal partito della Merkel nel contrastare i fenomeni populistici e neofascisti. L'autore dell'articolo, Mehdi Hasan, sostiene che se gli otto predecessori della Merkel sono riusciti a portare la Germania uscita distrutta dalla Seconda Guerra Mondiale, al centro del mondo, la Merkel l'ha di nuovo fatto diventare odiato e temuto. Se la crisi è stata creata nell'ambito della finanza globale, l'ossessione per le misure di austerità e

<sup>214</sup> VASTANO, Stefano, *Euro in crisi: colpa del frigorifero, o della lavatrice di Frau Merkel?*, [in rete] <http://vastano.blogautore.espresso.repubblica.it/2011/12/14/euro-in-crisi-colpa-del-frigorifero-o-della-lavatrice-di-frau-merkel/>, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it), 14 dicembre 2011.

<sup>215</sup> [in rete] <http://vastano.blogautore.espresso.repubblica.it/2011/12/14/euro-in-crisi-colpa-del-frigorifero-o-della-lavatrice-di-frau-merkel/>.

l'attenzione eccessiva al deficit della Germania minacciano di distruggere la stabilità europea. L'autore conclude infine chiedendo a Berlino meno "Schadenfreude", cioè meno piacere per le disgrazie degli altri<sup>216</sup>.



Anche in Italia ha suscitato sdegno la definizione de *Il Giornale* che ha definito Quarto Reich il governo della Merkel.

Ad accostare Angela Merkel al nazismo non sono poi solo i giornali stranieri, ma addirittura quelli tedeschi.

In prima fila la già citata *Bild*. Così il settimanale *Der Spiegel*, nel marzo 2015, pubblica in copertina un provocatorio fotomontaggio con la Cancelliera circondata da SS tedesche. Il titolo è *Come gli europei vedono la Germania: la superpotenza tedesca* e Angela Merkel campeggia tra i gerarchi nazisti sullo sfondo dell'Acropoli di Atene, simbolo del territorio "conquistato".

---

<sup>216</sup> MOLLICA, Andrea, *Angela Merkel, una Terminator nazista in Europa?*, [in rete] <http://www.giornalettismo.com/archives/378484/angela-merkel-una-terminator-nazista-in-europa/>, [www.giornalettismo.com](http://www.giornalettismo.com), 22 giugno 2012.

<sup>217</sup> [in rete] <http://www.newstatesman.com/politics/politics/2012/06/angela-merkels-mania-austerity-destroying-europe>.



La copertina, che esce pochi giorni prima della visita di Tsipras a Berlino, suscita molte polemiche in Europa, anche se lo *Spiegel* si giustifica con l'intento di prendere in giro i critici che paragonano l'attuale atteggiamento della Germania a quello di Adolf Hitler durante la Seconda Guerra Mondiale<sup>219</sup>.

Sulla copertina del giornale greco *Dymocratia*, nel 2012, compare la Merkel ritratta in uniforme nazista con il titolo *Memorandum macht Frei* (*I memorandum rendono liberi*) in cui il triste gioco di parole richiama lo slogan dei campi di concentramento nazisti "il lavoro rende liberi", mentre l'immagine viene portata come vessillo durante le manifestazioni di protesta ad Atene contro l'austerità.

<sup>218</sup> [in rete] <http://www.spiegel.de/spiegel/spiegelblog/spiegel-warum-wir-uns-fuer-dieses-titelbild-entschieden-haben-a-1024846.html>.

<sup>219</sup> TORTORA, Francesco, *Merkel circondata da gerarchi nazisti: «Così ci vedono in Europa»*, [in rete] [http://www.corriere.it/esteri/15\\_marzo\\_21/merkel-circondata-gerarchi-nazisti-copertina-spiegel-de838680-cfd6-11e4-b8b8-da1e3618cfb1.shtml](http://www.corriere.it/esteri/15_marzo_21/merkel-circondata-gerarchi-nazisti-copertina-spiegel-de838680-cfd6-11e4-b8b8-da1e3618cfb1.shtml), [www.corriere.it](http://www.corriere.it), 21 marzo 2015.





220



221

Nel febbraio 2015, dopo difficili trattative, Atene e l'eurogruppo siglano un prolungamento di quattro mesi del programma di aiuti internazionali. Le parti concordano di sottoporre ai tecnici di BCE, UE e FMI un programma di riforme strutturali, in cambio di 7,2 miliardi di fondi. La soluzione deve essere trovata entro il 30 giugno. Il tema del debito non manca di portare alla luce conflitti irrisolti. In una conferenza stampa congiunta con Schäuble a Berlino il ministro delle finanze greco Yanis Varoufakis afferma come l'estrema destra xenofoba del partito neonazista Alba

<sup>220</sup> [in rete] <https://www.forexinfo.it/Angela-Merkel-Troppo-indecisa-I-media-si-scatenano>.

<sup>221</sup> [in rete] [https://www.neweurope.eu/wp-content/uploads/2016/05/03\\_Athens.jpg](https://www.neweurope.eu/wp-content/uploads/2016/05/03_Athens.jpg).

Dorata rappresenti una minaccia per la Grecia che Berlino potrebbe contribuire a sradicare alleviando l'onere del debito per il paese.

Pesanti richiami al nazismo sono presenti anche nella vignetta pubblicata su un giornale di sinistra vicino al nuovo partito al governo (Agvi) che raffigura il ministro delle finanze Wolfgang Schäuble in uniforme nazista mentre fa commenti che richiamano l'Olocausto, tipo "Noi facciamo sapone dal vostro grasso" o "stiamo discutendo su un fertilizzante dalle vostre ceneri", con un chiaro riferimento al destino degli ebrei nei campi di sterminio nazisti durante la Seconda Guerra Mondiale. In una conferenza stampa la replica di Martin Jäger, portavoce del ministro tedesco, è stata: "Ho sempre sostenuto il principio della libertà di parola, ma a livello personale trovo questa caricatura offensiva e penso che il vignettista dovrebbe vergognarsi"<sup>222</sup>.



223

Del resto nella sua visita a Berlino il nuovo ministro degli esteri greco ribadisce il tema delle riparazioni che la Germania dovrebbe alla Grecia per la brutale occupazione nazista nella Seconda Guerra Mondiale, mentre la Germania sostiene che tutti i problemi di riparazione sono stati risolti.

Sul sito della BBC Mark Lowen sottolinea in proposito come gli stereotipi sui greci rozzi e sui tedeschi rigorosi non servano che ad alimentare le ostilità<sup>224</sup>.

<sup>222</sup> HUDSON, Alexandra – PITAS, Costas, *Germany condemns Greek cartoon depicting Schäuble as Nazi*, [in rete] <http://www.reuters.com/article/us-greece-germany-cartoon-idUSKBN0LH1LJ20150213>, www.reuters.com, 13 febbraio 2015.

<sup>223</sup> [in rete] <http://www.timesofisrael.com/greek-cartoon-depicts-german-finance-minister-as-nazi/>.

<sup>224</sup> LOWEN, Mark, *Varoufakis and Schäuble: No love lost*, [in rete] <http://www.bbc.com/news/world-europe-31554756>, www.bbc.com, 20 febbraio 2015.

La rete esaspera i toni della polemica: in seguito all'accordo con la Germania la #Boycottgermany hashtag, invitando gli utenti a boicottare i prodotti tedeschi, evoca l'immagine del cannibale Hannibal Lecter, protagonista de *Il silenzio degli innocenti*, rappresentando una Angela Lecter che si mangia l'Europa, mentre virale diventa la vignetta di Schäuble che brandisce un coltello come un assassino dello Stato Islamico<sup>225</sup>.



<sup>225</sup> FAIOLA, Anthony – KIRCHNER, Stephanie, *Greece bailout revives image of the 'cruel German'*, [in rete] [https://www.washingtonpost.com/world/europe/greece-bailout-revives-image-of-the-cruel-german/2015/07/16/bcf468d8-2a74-11e5-960f-22c4ba982ed4\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/europe/greece-bailout-revives-image-of-the-cruel-german/2015/07/16/bcf468d8-2a74-11e5-960f-22c4ba982ed4_story.html), www.washingtonpost.com, 16 luglio 2015.

<sup>226</sup> [in rete] <http://www.bolsamania.com/noticias/politica/bronca-en-las-redes-por-un-tuit-de-ekaizer-que-compara-a-schauble-con-el-isis--799093.html>.

Per concludere, un'ultima immagine della Cancelliera Merkel riportata in copertina dal settimanale *Der Spiegel*. Anche qui un riferimento alla storia tedesca, per accentuare il carattere emotivo di un'immagine che deve colpire il “cuore” del popolo germanico.



227

Dopo la vittoria del no al referendum il settimanale *Der Spiegel* mette in copertina la Cancelliera Merkel seduta sulle rovine della Grecia, intitolando *Die Truemmerfrau*, “la signora delle macerie”, con un chiaro riferimento alle donne che avevano pulito le città tedesche dalle rovine della Seconda Guerra Mondiale<sup>228</sup>.

L'articolo contenuto all'interno è molto critico nei suoi confronti, per quanto riguarda la sua politica riguardo alla Grecia.

“La crisi greca richiedeva una leadership e un piano, ma la Merkel non ha voluto offrire nessuno delle due. Anche se le piace il potere, quando arriva il

<sup>227</sup> [in rete]

[https://twitter.com/DerSPIEGEL/status/617237618821087232/photo/1?ref\\_src=twsrc%5Etfw](https://twitter.com/DerSPIEGEL/status/617237618821087232/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw)

<sup>228</sup> *Le prime pagine dei giornali stranieri sul “no” della Grecia al referendum*, [in rete]

[http://www.huffingtonpost.it/2015/07/06/pagine-giornali-stranieri-referendum-grecia\\_n\\_7733916.html](http://www.huffingtonpost.it/2015/07/06/pagine-giornali-stranieri-referendum-grecia_n_7733916.html), [www.huffingtonpost.it](http://www.huffingtonpost.it), 6 luglio 2015.

momento di essere duri, non sa cosa farne. E ora si trova di fronte al relitto delle sue politiche europee". La principale accusa che le viene rivolta è quindi quella di non essere abbastanza decisa, nel funambolico tentativo di mantenere la Grecia nell'Eurozona con il rischio di default ellenico.

In conclusione non si può che ribadire come chi opera nel mondo dell'informazione dovrebbe sempre essere cosciente del ruolo fondamentale che ricopre nella mediazione con il pubblico.

Se quindi nel processo comunicativo non mancano stereotipi e luoghi comuni, a volte usati per semplificare e rendere più accessibili le notizie, è importante non andare oltre il loro nucleo di verità, trasformandoli in stigmatizzazioni e pregiudizi.

## CONCLUSIONE

Attraverso l'analisi della crisi greca risulta evidente come una situazione particolarmente complessa sia stata trattata spesso mediante generalizzazioni sommarie, versioni standard, che, se da un lato ne hanno semplificato la visione, dall'altro hanno costituito un intralcio alla "vera" conoscenza e comprensione dei fatti. I protagonisti dello scontro, come greci e tedeschi, ma anche i "contabili" ai vertici dell'Europa, si sono affrontati spesso attraverso un'opposizione anche culturale e non sono stati in grado di "vedersi" come stereotipi e quindi di smussare gli angoli più acuti e di correggerli in funzione europea<sup>229</sup>.

Del resto gli stereotipi prendono il sopravvento proprio nel momento in cui non riusciamo a formulare giudizi ponderati e, quindi, a riconoscere i pre-concetti, i pre-giudizi.

La crisi greca ha di fatto accentuato il vero problema: la crisi di un'Europa fatta di paesi che non si comprendono, o che non vogliono farlo, restando fermi nel loro particolare, nei propri interessi nazionali.

Lo scontro politico e mediatico si è articolato quindi come ricerca costante e continua di un "colpevole" su cui scaricare la responsabilità della situazione. Se la Grecia langue soffocata dai debiti la colpa è dei greci che hanno vissuto al di sopra delle loro possibilità; o, dall'altro lato, dei tedeschi che mantengono l'abitudine imperiale, dominatrice e, in fondo, "un po' nazista". E così anche per le nuove emergenze che si fanno avanti l'opposizione continua. Se l'Europa non riesce ad accogliere i profughi per i nordici è colpa dei paesi mediterranei che li lasciano

---

<sup>229</sup> SQUILLACI, Alfio, *Quanto pesano i caratteri nazionali nella crisi greca? Solo stereotipi?*, [in rete] <http://www.glistatigenerali.com/storia-cultura/quanto-pesano-i-caratteri-nazionali-nella-crisi-greca-solo-stereotipi/>, www.glistatigenerali.com, 29 giugno 2015.

entrare. Per i mediterranei la responsabilità è degli agiati paesi nordici che lasciano tutto il peso del problema ai paesi del Sud.

L'Europa fa fatica a salvare la Grecia, e a risolvere altri problemi che la riguardano, perché manca un progetto non solo economico, ma anche politico e sociale nel quale credere, un'idea di Europa comune da seguire, per non restare preda di facili populismi. Anziché sviluppare nell'opinione pubblica europea una discussione sul modello di convivenza e di unione economica che abbiamo, si continua con lo scambio di accuse reciproche.

Eppure, come sosteneva Milan Kundera, autore de *L'insostenibile leggerezza dell'essere*, "L'Europa è il massimo della diversità nel minimo spazio". Non c'è infatti luogo dove le diversità culturali, religiose, sociali sono più varie, per lo più dotato di un'enorme eredità artistica e culturale<sup>230</sup>. La diversità può rappresentare un valore, ma solo se viene accettata e se ci si sforza di comprenderla.

Finché, tuttavia, per i tedeschi i greci saranno solo bugiardi e fannulloni e per i greci i tedeschi arroganti oppressori, l'Europa non sarà che una barca che affonda, sotto il peso dei pregiudizi.

Allo stesso modo, sul piano economico, il salvataggio della Grecia grazie ai fondi europei potrà avvenire se la Grecia rivedrà i parassitismi che l'hanno caratterizzata nel passato, ma soprattutto creando sviluppo in tutta Europa e nel Mediterraneo. Solo mediante obiettivi comuni condivisi da tutti si potrà arrivare ad un futuro comune europeo.

L'etimologia di crisi deriva dal greco *Krino*, che significa separare o, in senso più lato, discernere, valutare. Nell'uso comune la parola presenta un'accezione negativa, perché si riferisce di solito al peggioramento di una situazione. Se però riflettiamo sull'etimologia del termine, cioè sul significato di crisi come riflessione e discernimento, esso può assumere una sfumatura positiva, perché può rappresentare l'occasione di una scelta che possa superare i singoli interessi e le visioni superficiali e stereotipate per far intravedere il futuro di un'Unione che possa chiamarsi tale<sup>231</sup>.

---

<sup>230</sup> GRANDI, Alberto, *La cover dell'Economist e la trappola degli stereotipi*, [in rete] <http://www.wired.it/attualita/politica/2014/08/29/la-cover-di-economist-e-la-trappola-degli-stereotipi/>, www.wired.it, 29 agosto 2014.

<sup>231</sup> DANIELE, Vittorio, *Crisi*, [in rete] <http://www.etimoitaliano.it/2011/03/etimologia-della-parola-crisi.html>, www.etimoitaliano.it.

# BIBLIOGRAFIA

ALLPORT G. W., *The nature of prejudice*. Reading, MA, Addison-Wesley 1954; trad.it. *La natura del pregiudizio*, Firenze, La Nuova Italia, 1973

ARCURI L. – CADINU M. R., *Gli stereotipi*, Bologna, il Mulino, 1998

BAUSINGER H., *Tipico tedesco. Quanto tedeschi sono i tedeschi?*, Pisa, Edizioni ETS, 2007

BIBÒ I., *Isteria tedesca, paura francese, insicurezza italiana*, Bologna, il Mulino, 1997

CALEGARI P., *Il muro del pregiudizio. Letture in tema di ecologia della mente*, Napoli, Liguori Editore, 1994

CANCELLATO F., *Fattore G: perché i tedeschi hanno ragione*, Università Bocconi, 31 marzo 2016

CAPUCHA L., *The role of stereotyping in public legitimation: the case of the PIGS label*, in *Comparative Sociology* 13, 2014

COPPOLA A., *Una faccia una razza? Grecia antica e moderna nell'immaginario italiano di età fascista*, Roma, Carocci, 2013

DE ROMANIS V., *Il caso della Germania. Così la Merkel salva l'Europa*, Venezia, Marsilio Editore, 2013

FISKE S. T. – CUDDY A. J. C. – GLICK P. – XU J., *A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition*, in *Journal of Personality and Social Psychology*, 2002, Vol. 82, No. 6, 878-902

FLAUBERT G., *Dizionario dei luoghi comuni; Album della Marchesa; Catalogo delle idee chic*, Milano, Piccola Biblioteca Adelphi, 1990

FLORIS U., *Francesi leggeri, spagnoli poltroni, tedeschi ubriaconi. Su alcuni stereotipi nazionali 'forti' nella cultura europea tra Cinquecento e Seicento*, in *Lo straniero*, a cura di DOMENICHELLI M. – FASANO P., Roma, Bulzoni Editore, 1997

KRALI A., *Primi della Klasse. La crisi europea e il ruolo della Germania*, Cairo, 2012



LEOPARDI G., *Discorso sopra lo stato presente de' costumi degl'italiani*, Napoli, Liguori, 2000

LETTA E., *Andare insieme, andare lontano*, Milano, Mondadori, 2015

LOTTO L. – RUMIATI R., *Introduzione alla psicologia della comunicazione*, Bologna, Il Mulino, 2013

MAZZARA B. M., *Stereotipi e pregiudizi*, Bologna, il Mulino, 1997

MOE N., *Un paradiso abitato da diavoli. Identità nazionale e immagini del Mezzogiorno*, Napoli, L'Ancora del Mediterraneo, 2004

NISSIRIO P., *Ouzo amaro. La tragedia greca dalle Olimpiadi al gol di Samaras*, Roma, Fazi Editore Srl, 2012

PAPUZZI A., *Professione giornalista. Le tecniche, i media, le regole*, Roma, Donzelli Editore, 2010

PRYCE V., *Greeconomics: the Euro crisis and why politicians don't get it*, Biteback Publishing, 2013

ROMEO A., *La Deutsche vita*, Edizioni SEB27 (collana Tamburi di carta), 2007

TZOGOPOULOS G., *The Greek crisis in the media: Stereotyping in the international press*, Farnham, Ashgate Publishing Limited, 2013

VANNUCCI V. – PREDAZZI F., *Piccolo viaggio nell'anima tedesca*, Milano, Feltrinelli, 2004

VILLANO P., *Pregiudizi e stereotipi*, Roma, Carocci, 2013

# SITOGRAFIA

<http://27esimaora.corriere.it/>

<http://www.9colonne.it/>

<http://www.alfabeta2.it/>

<http://www.ansa.it/>

<http://www.bbc.com/>

<http://www.blitzquotidiano.it/>

<http://contropiano.org/>

<http://www.corriere.it/>

<http://www.corritalia.de/>

<http://www.democraziaoggi.it/>

<http://www.economist.com/>

<http://www.elenadoria.it/>

<http://esteri.diariodelweb.it/>

<http://www.dirittiglobali.it/>

<http://www.etimoitaliano.it/>

<http://it.euronews.com/>

<http://europa.eu/>

<http://www.finanzaonline.com/>

<http://www.giornalettismo.com/>

<http://www.glistatigenerali.com/>

<http://www.huffingtonpost.it/>

<http://www.ilcartello.eu/>

<http://www.ilfattoquotidiano.it/>

<http://www.ilmfoglio.it/>

<http://www.ilgiornale.it/>

<http://italiadallestero.info/>

<http://it.ejo.ch/>

<http://www.keeptalkinggreece.com/>

<http://www.lacomunicazione.it/>

<http://www.lastampa.it/>

<https://leadershipfemminile.org/>

<http://www.liberoquotidiano.it/>

<http://www.limesonline.com/>

<http://www.newsmagazine.it/>

<http://www.nytimes.com/>

<http://www.pandorarivista.it/>

<http://www.pewglobal.org/>

<http://quotidianieriviste.com/>

<http://www.radiopopolare.it/>

<http://www.rainews.it/>

<http://repository.upenn.edu/>

<http://www.reuters.com/>

<http://www.rivistastudio.com/>

<http://www.studiosi.myblog.it/>

<http://www.theguardian.com/>

<http://www.thelocal.de/>

<http://www.treccani.it/>

<http://www.triplec.at/>

<http://www.unaparolaalgiorno.it/>

<http://www.unita.it/>

<http://vastano.blogautore.espresso.repubblica.it/>

<http://www.wallstreetitalia.com/>

<https://www.washingtonpost.com/>

<http://www.wired.it/>

<http://www.wsj.com/>

<http://www.youtube.com/>

<http://www.zeit.de/>