

SE I MEDIA FANNO IL TIFO PER IL CROLLO

La rapidità con cui le spinte recessive si stanno diffondendo nell'economia mondiale hanno sorpreso tutti gli osservatori: ai primi di settembre si parlava di crescita ridotta, ora si parla di cassa integrazione e comincia a comparire quell'espressione temutissima: recessione mondiale. Il Fondo Monetario Internazionale ha frettolosamente rivisto in netto ribasso le sue previsioni ancora fresche di stampa e lanciato un Sos che ha fatto nuovamente tremare i mercati azionari, già sufficientemente traumatizzati.

Perché questo cambiamento così brusco, che la dice lunga sull'attendibilità degli strumenti utilizzati per le previsioni economiche? Forse il motivo principale è la paura che, nei paesi ricchi, si è impadronita di decine di milioni di famiglie, operatori economici e finanziari e imprese. Pur potendo spendere sostanzialmente come prima, non spendono nel timore di tempi peggiori; pur potendo investire non investono; pur non avendo alcun bisogno di vendere titoli, se ne disfano in perdita nel timore di perdite maggiori in futuro. Questi timori sono così divenuti un elemento determinante nel peggioramento dello scenario economico, e di conseguenza i consumi scendono o ristagnano, gli investimenti languono, le Borse sono molto nervose con tendenza a scendere ancora.

Ci si può legittimamente domandare quali siano le ragioni di queste paure e della loro rapidissima diffusione dopo interventi di proporzioni mai viste a sostegno all'economia da parte dei governi dei principali paesi; e per quale motivo tali interventi sembrano aver ottenuto un effetto opposto a quello che si proponevano. Per cercare di rispondere a questa domanda è inevitabile spostare l'attenzione sul modo in cui le notizie economiche vengono presentate al pubblico dai mezzi di informazione, i cosiddetti media. Un esame del trattamento della crisi finanziaria da parte dei media dei paesi ricchi consente di mettere a fuoco tre diverse debolezze.

La prima debolezza è la scarsa aderenza del linguaggio - soprattutto nei titoli - all'entità dei fenomeni. Basta un esame sommario dei media dei principali paesi occidentali per verificare che le quotazioni di Borsa non «scendono», non «calano», non «scivolano»: vanno semplicemente «a picco» oppure «crollano»; e basta un piccolo rimbalzo perché si dica che «volano», magari con una crescita

del 2%. Se non «crolla» e non «vola», la Borsa non fa notizia. Di qui la tendenza alla drammatizzazione che porta a descrivere il mondo dell'economia in bianco e nero, trascurando il prevalente (e sicuramente noioso) colore grigio, e fornisce inevitabilmente un quadro deformato.

Se il giornalismo sportivo fosse ugualmente poco aderente alla realtà dei fatti, ci sarebbe una rivolta; le rubriche radiofoniche in materia sportiva sono dense di interventi di ascoltatori che contestano i giudizi dati dai conduttori di quelle trasmissioni. La stessa cosa non si verifica in materia economico-finanziaria perché il normale cittadino è assai meno competente in economia e finanza che in questioni sportive; proprio per questo dovrebbe esserci una maggiore consapevolezza della necessità di fornire notizie che non si prestino a conclusioni affrettate.

La seconda debolezza è una pesante sottolineatura negativa nella descrizione dell'attuale momento economico. Le Borse «bruciano» sempre centinaia di miliardi di euro quando scendono e non «creano» mai nulla quando salgono; si fanno accuratissimi calcoli sul peso che, a seguito dell'aumento del prezzo della benzina, graverà sui bilanci famigliari, non si fa alcun calcolo dello sgravio che la diminuzione (da giugno il prezzo alla pompa è diminuito di 20-30 centesimi) comporta per gli acquirenti. Proprio perché influenza un enorme numero di decisioni individuali, tale atteggiamento concorre a rendere più pesante una situazione di certo non brillante: è una previsione che si autoavvera e che contribuisce a spingerci nel gorgo della crisi. Anche in questo caso è appropriato un paragone con il giornalismo sportivo: un simile atteggiamento farebbe scattare immediatamente l'accusa di parzialità, di «tifare» per la «squadra della crisi». I media danno spesso per scontato che la crisi abbia già vinto, il che contribuisce non poco a farla vincere davvero.

La terza debolezza consiste nell'uso di collegamenti logici impropri o esagerati. Quando si dice, o si lascia capire ai telespettatori e ai lettori, che «le banche sono deboli e quindi i tuoi risparmi sono a rischio», si tralascia di ricordare che questo rischio, pur effettivamente esistente, è molto limitato ed è solo una delle tante alternative possibili e che contro una simile evenienza si sono già adottate misure importanti. I rischi aumentano proprio perché la grande maggioranza dei risparmiatori si è convinta, leggendo i giornali e guardando i telegiornali, che sarebbero aumentati; successe proprio così poco più di un anno fa alla banca inglese Northern Rock, presa d'assalto da migliaia di depositanti terrorizzati i quali poco si curavano delle garanzie totali fornite dalla Banca d'Inghilterra e dal governo di Londra. Questo portò a perdite ingenti per il sistema finanziario britannico e internazionale e determinò la nazionalizzazione della banca, che si sarebbe potuta benissimo evitare.

Se è vero che ci aspettano tempi non facili, è altrettanto vero che le difficoltà possono, almeno in parte, essere tenute sotto controllo. Occorre che chi scrive, o trasmette, notizie economiche, così come chi le legge, mantenga una giusta freddezza e non si lasci trasportare dall'emotività.