

La crisi del 2008 sugli schermi italiani. La narrazione “contro” del giornalismo televisivo e lo sguardo intimo del cinema

iconocrazia.it/la-crisi-del-2008-sugli-schermi-italiani-la-narrazione-contro-del-giornalismo-televisivo-e-lo-sguardo-intimo-del-cinema/

1 Dicembre 2018

di [Ilenia Colonna](#) [Iconocrazia 14/2018 - "2008. Lo spartiacque"](#), [Saggi](#)

Estate 2007. La bolla speculativa alimentata dai titoli subprime che investe il settore immobiliare statunitense fa salire la tensione sui mercati finanziari: è l'inizio di una crisi internazionale con la quale si sarebbero fatti i conti per i dieci anni successivi. In quel momento gli italiani non hanno ancora la percezione del disastro che sarebbe arrivato di lì a un anno. Il nostro sistema finanziario, composto soprattutto da banche relativamente poco internazionalizzate con in portafoglio quantità modeste di titoli tossici (i subprime), non registrano danni tali da surriscaldare il sistema mediale e quindi l'ambiente comunicativo italiano. Quello che succede il 15 settembre del 2008 ha un effetto diverso, perché la dichiarazione di bancarotta di Lehman Brothers – una delle più importanti banche americane con attività per oltre 600 miliardi di dollari – comunica al mondo la caduta di una “too big to fail”, e lo mette in guardia sulla portata delle conseguenze, non più circoscrivibili al solo mercato immobiliare statunitense. A quel punto, gli obiettivi dell'intero sistema mediale mettono a fuoco il simbolo della finanza mondiale, Wall Street, e in pochi secondi le immagini dei dipendenti della banca d'affari che abbandonano i propri uffici di New York fanno il giro del pianeta.



Fig. 1 – Wall Street

Quelle immagini segnano un punto di non ritorno, uno spartiacque che delinea chiaramente un prima e un dopo, diventando il simbolo dell'inizio di una crisi che marcherà un passaggio storico in termini politici, socio-economici, e non solo. Attraverso le narrazioni e rappresentazioni che il sistema mediatico produrrà dello tsunami partito, simbolicamente, dalla via più famosa del Financial District, la crisi si imprimerà anche nell'immaginario collettivo della nostra epoca.

È questa la dimensione della crisi che il presente contributo si propone di indagare, adottando una lettura che guarda ai media come produttori e veicoli dell'immaginario attraverso il quale si comunica e interpreta il reale, e alla società nella quale viviamo in quanto immersa costantemente in un ambiente mediale.

A tal fine saranno illustrati i tratti più significativi emersi da una ricerca sulle rappresentazioni mediatiche della crisi e dell'Italia attraversata dalla crisi^[1], condotta nel tentativo di rispondere ad alcuni interrogativi-guida: com'è stata raccontata la crisi dai media italiani? Quali sono state le sue rappresentazioni più caratterizzanti e significative? Quali rappresentazioni della società italiana in crisi sono emerse dai racconti del sistema mediale italiano?

L'articolo si concentrerà sugli ambiti medial di TV e Cinema. La scelta di analizzare due media diversi è stata suggerita da alcune condizioni di sfondo della ricerca che riguardano da un lato le dinamiche dell'attuale panorama mediale, e dall'altro la volontà di interpretare le diverse produzioni medial come narrazioni della crisi economico-finanziaria.

Lo studio di tali rappresentazioni non può non tener conto dell'estrema complessità e continua mutevolezza dell'ambiente comunicativo attuale, all'interno del quale il sistema dei media vede i confini tra i diversi mezzi di comunicazione (vecchi e nuovi) e tra questi e i loro pubblici/utenti farsi sempre più labili e indistinti.

In una simile dimensione comunicativa è legittimo chiedersi se sia ancora possibile individuare il concorso che, attraverso la produzione di rappresentazioni e narrazioni, ciascun medium apporta alla costruzione della realtà sociale. Chi scrive ritiene che, al momento, si possa dare risposta affermativa a tale quesito, accogliendo sia l'analisi sugli effetti della mediamorfosi (Fidler 2000) – a causa dei quali i linguaggi e le caratteristiche strutturali seguono, sì, un processo di integrazione, ma senza che ciò comporti la fine dei media distintamente intesi (Liuccio-Ruggiero 2013, p. 150) – sia la posizione del teorico del sistema ibrido dei media, Andrew Chadwick, il quale interpreta la logica McLuhaniana dell'ibridazione (McLuhan 1964, tr. it. 2011, p. 71) come una metafora per pensare alla società, in grado di avvisarci delle cose che accadono quando entità distinte si uniscono per creare qualcosa di nuovo che ha comunque continuità con il passato.

Tale continuità permette di delineare un contesto in cui, nonostante i processi di ibridazione in atto, si rileva il perdurare di logiche e pratiche proprie dei vecchi media (in particolare, dei media broadcast), risultato di una combinazione di numerosi elementi tecnologici, stilistici, organizzativi, culturali, commerciali, politici (Boni 2008); questi elementi si riflettono inevitabilmente nelle produzioni del sistema mediale, attraverso le quali le peculiarità rappresentative e narrative proprie di ciascun medium continuano a esprimersi. In questa sede, l'aspetto che più interessa è che tali peculiarità differenziano ma allo stesso tempo congiungono le diverse produzioni mediatiche, in quanto queste sono intese come narrazioni che contribuiscono alla composizione della dimensione narrativa della quale abbiamo esperienza quotidianamente, e che costituisce l'oggetto dell'analisi che qui si presenta. In questi termini sono state intese le rappresentazioni di TV e cinema: come i diversi soggetti (le diverse performances: televisive, politiche, giornalistiche, cinematografiche) che insieme compongono un dipinto il cui scenario, seppur articolato e complesso (la narrazione mediatica della crisi), vuole restituire uno sguardo d'insieme su un fenomeno; in realtà, un insieme di fenomeni economici, politici e sociali che nel corso degli ultimi 10 anni sono diventati tratti stabili della realtà sociale e del nostro immaginario.

In merito all'ambito televisivo, ad essere illustrate saranno le peculiarità con le quali si è caratterizzata la narrazione giornalistica della crisi, prodotta nei salotti dei principali talk show politici italiani.

Il cinema italiano è stato indagato attraverso le produzioni cinematografiche che meglio hanno catturato temi più o meno direttamente collegati alla crisi del 2008 e alla recessione che ne è seguita.

L'arco temporale considerato inizia con il fallimento di Lehman Brothers e si conclude con il Referendum greco del 5 luglio 2015 sull'approvazione o il rifiuto del piano proposto dai creditori internazionali (Commissione europea, Bce e FMI), in cambio di un nuovo programma di supporto finanziario.

1. La crisi nel racconto giornalistico televisivo

L'analisi della crisi del 2008 attraverso il medium televisivo non poteva prescindere dalla principale narrazione alla quale la cronaca giornalistica si è accompagnata e, a partire da un certo punto, contrapposta: la comunicazione politica. Tale scenario spiega la scelta di analizzare i talk show politici, modello d'informazione di approfondimento (più precisamente di infotainment), in cui la notizia subisce un processo di riscaldamento, la realtà è tematizzata, raccontata e rielaborata da diversi punti di vista (ospiti e conduttore). I talk politici si caratterizzano per una forte personalizzazione da parte dei presentatori e per una certa dose di spettacolarizzazione dei contenuti e dell'intera conduzione del programma. In queste produzioni televisive il compito informativo si fonde con una narrazione che si sviluppa in un clima volutamente conflittuale (perché la loro mission è anche l'intrattenimento), emotivo e passionale.

Avendo come obiettivo quello di indagare il racconto della crisi inteso come storytelling, il format televisivo più idoneo è stato individuato, quindi, nel talk politico, che nonostante il calo degli ascolti (cfr. Pesante 2015) e la frammentazione del pubblico, sembra ancora possedere una sua componente fondamentale: quella che Andrew Tolson definisce la *performance del talk*, ovvero la convinzione che «la controversialità e la popolarità del talk show è fondamentalmente radicata nel piacere di vedere e ascoltare persone che parlano in particolari contesti» (Tolson 2001, p. 3, cit. in Ruggiero 2014, p. 8).

L'analisi dello storytelling prodotto nelle 54 puntate analizzate^[2] (per un totale di 408 unità di analisi nelle quali è

stato affrontato il tema della crisi), ha permesso di individuare i livelli di Media Logic[3] adottati nei programmi, i tipi di narrazione e i frames attraverso i quali il racconto della crisi è stato incorniciato in modo da suggerire una certa interpretazione rispetto a un'altra (Barisione 2009).

Il primo dato che emerge con evidenza dall'analisi dei talk riguarda i bassi livelli di Logica dei Media adottati dalla produzione dei programmi, incluse le componenti giornalistiche. Tale risultato dimostra come il racconto della crisi si sia sviluppato in contesti che hanno favorito un'esposizione e un confronto seri dell'argomento e delle corrispondenti decisioni politiche, indirizzando la rappresentazione più verso la logica politica (Strömbäck 2008, Meyer 2002, Landerer 2013) che verso quella mediale. Si tratta di un effetto dovuto soprattutto al tipo di conduzione adottata dai presentatori dei talk: se in alcune unità questi hanno contribuito all'aumento della conflittualità e dell'emotività, in molte altre – soprattutto a partire dalla stagione televisiva 2011-2012 che segnerà, come vedremo, uno spartiacque nella narrazione della crisi – sono intervenuti all'interno del dibattito proprio per riportare la narrazione su toni più sobri e seri. In questi frangenti gli ospiti si esibivano in performance ritenute eccessive dai conduttori (troppa conflittualità, emotività, drammatizzazione e assenza di argomentazioni valide), dato il delicato tema affrontato e le deleterie conseguenze sulla qualità della vita degli italiani, costantemente evocate dagli anchormen.

In questo clima più informativo che di intrattenimento, la crisi è stata raccontata soprattutto attraverso tre aree tematiche: Fisco, Europa e Lavoro. Quest'ultima, in particolare, è emersa da subito come una delle più presenti nella narrazione. Sin dai primi segnali del sopraggiungere della crisi, con il fallimento di Lehman Brothers, il discorso politico e giornalistico si è indirizzato con preoccupazione verso i possibili effetti sul mondo del lavoro, prima, e sugli ingenti danni effettivamente causati, dopo. Il racconto sul lavoro ha assunto immediatamente una connotazione negativa, nel senso di una narrazione costantemente incorniciata all'interno di frames costruiti sulla preoccupazione, l'allarme, il disagio. Non stupisce perciò che tale area tematica si sia articolata prevalentemente in sotto-temi, quali cassa integrazione, ammortizzatori sociali, licenziamenti e vertenze.

1.1 La narrazione "contro" dei talk e l'identificazione con l'opinione pubblica

Nelle fasi iniziali della crisi, individuabili nelle prime tre stagioni televisive, il racconto proposto dai talk si è limitato complessivamente a incanalare quello politico. Infatti, in questo periodo, mentre la comunicazione politica si è articolata in due frames ben distinguibili – quello dell'ottimismo e della fiducia utilizzato dal centrodestra al Governo e quello della preoccupazione, proposto dall'opposizione – non è stato possibile individuare specifici processi di framing giornalistici. Questo, fino alla seconda metà del 2011.

La stagione televisiva 2011-2012 segna un punto di rottura, di forte discontinuità nella narrazione giornalistica della crisi, che da questo momento registra un decisivo cambio di passo: i conduttori dei talk diventano dei tribuni, prendono posizioni nette nei confronti dei provvedimenti governativi, dell'intera classe dirigente e delle misure di austerità imposte dall'UE che criticano in modo deciso, all'interno di un frame costruito sulla rappresentazione quanto più fedele possibile degli effetti della crisi sui cittadini italiani. Se pur con stili di conduzione differenti, l'atteggiamento dei presentatori nei confronti della classe politica italiana sarà sempre critico e costantemente impegnato a mettere in evidenza provvedimenti e azioni governative potenzialmente dannose per le fasce più deboli della popolazione italiana.

Si tratta di una disposizione nei confronti della classe dirigente del paese, facilmente individuabile nella discrepanza con le narrazioni e i frames utilizzati nella comunicazione politica: là dove questa si caratterizzava per il giudizio confuso e quasi schizofrenico sull'operato del Governo Monti, il racconto proposto dai talk assumeva una chiara posizione critica, forniva analisi sugli effetti dei provvedimenti e dedicava spazio ai cittadini i quali, attraverso le trasmissioni televisive, esprimevano il proprio disagio e malcontento nei confronti della classe dirigente; se la narrazione politica si concentrava sui conflitti interni ai partiti – mettendo in secondo piano gli effetti della crisi – quella giornalistica continuava a rappresentare lo stato dell'economia reale del paese; quando il frame politico dominante tornava a essere quello dell'ottimismo e della fiducia e la narrazione politica esaltava alcuni dati economici, enfatizzando i segnali di una ripresa (Governo Renzi), il frame giornalistico era quello dello scetticismo, dell'aderenza alla realtà e della cautela, a sostegno del diritto dei cittadini di essere informati sulle reali condizioni del paese, e sempre ricorrendo alla costante consultazione di dati sulla situazione socio-economica italiana[4].

Il linguaggio utilizzato nella narrazione giornalistica è stato oggetto di alcune critiche, ad esempio quella del prof. Mario Deaglio che in un articolo pubblicato sul quotidiano *La Stampa*, il 10 novembre 2008, scriveva della

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. [...] Occorre che chi scrive, o trasmette, notizie economiche, così come chi le legge, mantenga una giusta freddezza e non si lasci trasportare dall'emozione (Deaglio 2008, p. 31).

A tal proposito occorre considerare che l'emozione fa parte delle logiche medialità attraverso le quali il medium televisivo opera, per cui la presenza di una dose di drammatizzazione non ha nulla di sbalorditivo; è un dato di fatto, quanto lo è il contesto di mediatizzazione nel quale viviamo. Inoltre, sarebbe giusto osservare che le considerazioni di Deaglio si riferiscono alle prime fasi della crisi, quando cioè i suoi effetti sull'economia reale, l'occupazione e la povertà non facevano ancora gridare al disastro. La narrazione della crisi fornita dai talk sarà stata sicuramente farcita con una certa dose di fisiologica drammaticità; d'altra parte, però, non erano meno drammatici i dati socio-economici contestuali a quelle ricostruzioni, o i movimenti e le varie manifestazioni di protesta e malessere che attraversavano il paese. L'influenza psicologica che un certo tipo di comunicazione esercita sui comportamenti dei consumatori e quindi sull'andamento e gli effetti della crisi, non è stato argomento di analisi; ciò che, invece, si vuole sottolineare in questa sede è lo sforzo di una narrazione giornalistica che, tenuto conto della naturale dose di drammatizzazione, ha cercato di avvicinarsi il più possibile alla realtà del paese, raccontandola con argomentazioni approfondite e plurali ed evitando una presenza dominante della retorica *mainstream* (liberista), che sembra aver caratterizzato, al contrario, la stampa nazionale:

Nel caso italiano, è stato calcolato che i quotidiani più diffusi (La Stampa, La Repubblica, Il Sole 24-ore, Il Corriere della Sera) ospitano quasi esclusivamente articoli di economia scritti da docenti che lavorano in Università private (Bocconi e Luiss) o in Università pubbliche, con la condizione che l'orientamento teorico di chi scrive sia chiaramente liberista, e che sono spesso coautori di articoli scientifici (Forges Davanzati, Pauli 2014, pp. 17-18) ^[5].

Se il racconto dei talk si è distinto per la coerenza e l'impegno nell'analisi della crisi, la comunicazione politica ha proposto una narrazione percepita non solo come contraddittoria, ma nell'insieme confusa e poco consapevole della complessità del fenomeno. Rare sono state, poi, le assunzioni di responsabilità in merito ai limiti e alle difficoltà del paese nel reagire alla crisi, attribuiti quasi esclusivamente ad alibi esterni (USA, UE, i mercati).

Su un tema, però, entrambe le narrazioni hanno mostrato delle carenze: si tratta dell'Unione Europea, le cui fragilità la crisi del 2008 ha violentemente reso visibili. La rappresentazione mediale dell'Unione, poco adeguata ed efficace nel coinvolgimento dei cittadini (non solo relativamente al periodo qui analizzato, ma in generale), più che dipendere esclusivamente dall'attore europeo o dai media, sembra caratterizzata da un corto-circuito tra questi due ambiti:

Viene fatto notare da più parti come il deficit democratico dell'Europa, dovuto a un processo di integrazione dall'alto e a meccanismi decisionali essenzialmente intergovernativi piuttosto che fondati sulle procedure della democrazia parlamentare, si ripercuote sulla copertura mediale. Ma allo stesso tempo, il sistema giornalistico, con le sue modalità di costruzione dell'informazione, viene spesso ritenuto responsabile di una rappresentazione dell'Europa che determina la permanenza del deficit democratico (Parito 2012, p. 137).

Bisogna tener conto anche di due aspetti di natura diversa. Il primo riguarda la notevole riduzione del numero dei giornalisti accreditati a Bruxelles che, tra il 2005 e il 2010, secondo l'Api (Associazione Internazionale per la Stampa), sarebbe passato da 1300 a 752. Il secondo fa riferimento ad alcune peculiarità del giornalismo italiano, che non ne agevolerebbero l'indipendenza dal dibattito politico nazionale: la particolare relazione esistente tra il sistema politico e quello mediale; il mercato dell'editoria caratterizzato dalla presenza prevalente di editori impuri; la presenza di appartenenze ideologiche che prevalgono spesso sui criteri di imparzialità (Hallin, Mancini 2004). Così, l'UE entra nel dibattito pubblico soprattutto come argomento di competizione tra i partiti, contestualizzata in particolare all'interno della comunicazione politica domestica. Come emerge dall'analisi svolta:

L'Unione diventa un livello di governo sul quale scaricare le responsabilità di politiche impopolari o uno scenario nel quale gli attori politici cercano di guadagnare popolarità; un sistema di vincoli con cui i governi devono, loro malgrado, fare i conti o un insieme di opportunità da cogliere per gli interessi domestici (Parito 2012, p. 151).

La comunicazione politica della UE si è caratterizzata per confusione e duplicità. In alcuni frangenti il racconto della classe politica ne restituiva una rappresentazione quasi schizofrenica: era, al tempo stesso, la peggiore nemica dell'Italia (e dei paesi più deboli dell'eurozona) e la sua unica ancora di salvezza. Oscillando continuamente tra le invocazioni "più Europa/meno Europa" e generando una sensazione di totale incertezza, l'UE è stata infine percepita come più interessata a stanziare enormi somme di denaro per salvare le banche, piuttosto che a preservare il futuro dei giovani cittadini europei (Beck 2012).

Gli effetti di una tale rappresentazione causano uno sfasamento tra la costruzione istituzionale dell'UE e l'opinione pubblica (Parito 2012, p. 151), e proprio per tale motivo il ruolo della comunicazione, e dunque dei media, diventa fondamentale. Jurgen Habermas (2012) ha denunciato il sistema dei media europei, co-responsabili insieme alla classe politica del deficit democratico di cui sarebbero vittime i cittadini dell'Unione. Coloro che abitano in paesi membri dell'UE, «I cittadini che leggono i giornali, guardano la televisione, seguono le notizie in internet, devono non solo venire a conoscenza delle decisioni prese a Bruxelles, ma anche comprenderne le ripercussioni sulla loro vita quotidiana» (Di Cesare 2012). Dunque, se i media saranno in grado di svolgere l'importante funzione di portare alla coscienza delle popolazioni nazionali «quanto le decisioni dell'Unione incidano nel loro quotidiano, crescerà il loro interesse a far uso dei loro diritti democratici, come cittadini dell'Unione» (Fazi, Pittella 2013).

Quanto sin qui illustrato fa emergere in particolare un tratto che ha contraddistinto la narrazione giornalistica: il prendere posizione rispetto alle ricette anticrisi proposte dai governi, il suo essere "contro". Gli effetti di un tale atteggiamento vanno ben oltre la definizione dello storytelling giornalistico, perché schierandosi contro la classe politica, i talk si sono inseriti nel dibattito politico e pubblico sulla crisi, affrontando questioni rilevanti dell'agenda dei cittadini e contribuendo a formare il clima d'opinione al riguardo (Rega, Ruggiero 2014, p. 193).

In questi termini, la validità del racconto giornalistico deve essere misurata tenendo conto di due aspetti: il grado di aderenza alla realtà rappresentata e, da un lato, il sostegno espresso verso le questioni dei cittadini, e dall'altro, il contrasto manifestato nei confronti della classe dirigente. Il racconto giornalistico è risultato efficace perché il suo maggiore impegno è stato quello di rappresentare la realtà del paese, tanto da rendere difficoltosa la distinzione dei due livelli di percezione (quello personale, prodotto dell'osservazione diretta, e quello su cui agisce la televisione), e confusa la dualità del clima d'opinione (Noelle-Neumann 1974, 2002).

Il racconto della crisi proposto dal giornalismo dei talk politici, pur prendendo in esame le dinamiche attive tra l'ambito attoriale dei decisori (nazionali e sovranazionali) e quello dei gruppi di pressione (partiti politici, sindacati, organizzazioni di categoria, ecc.), si è rivolto più intensamente alle moltitudini, ai gruppi di interesse esclusi dagli ambiti decisionali e più colpiti dalla crisi. Non limitandosi a fornire rappresentazioni, ma condividendo e sostenendo le istanze, le ragioni e le proteste di questi attori, le narrazioni dei talk hanno certamente raccontato l'opinione pubblica durante la crisi, ma soprattutto, si sono identificate con essa.

2. La crisi al cinema. La commedia precaria e il malessere (micro)sociale

L'intenzione di indagare la crisi economico-finanziaria del 2008 attraverso le sue rappresentazioni cinematografiche origina dall'idea dei film quali efficaci strumenti storico-sociologici, in grado di far emergere i meccanismi attraverso i quali una società si percepisce, di catturare i cambiamenti che subisce, i fenomeni che la attraversano e la agitano. Da sempre il cinema ha uno stretto legame con la società e il suo variegato e complesso immaginario che contribuisce a formare e a riflettere (Rimini 2014), pur dovendo registrare, in Italia, un ritardo della penetrazione degli studi sul cinema negli ambiti accademici come quello sociologico o delle scienze della comunicazione (probabilmente a causa della tradizione italiana che, per l'analisi dei fenomeni socio-culturali, privilegia i campi della letteratura e dell'arte).

Delle quattro grandi aree proposte da Casetti per una suddivisione degli studi sul cinema come fenomeno sociale (Casetti 1993, p. 119), la ricerca oggetto del presente articolo si colloca in quella che guarda al cinema come rappresentazione della realtà sociale. In tale ambito:

L'idea è che ogni film, anche quello che racconta le storie più improbabili, metta in qualche modo in scena la società che lo circonda. A partire da questa raffigurazione alcuni studiosi ricostruiscono lo spirito di un'epoca, altri cercano di costruire cosa una cultura considera visibile e cosa invece preferisce tenere nascosto. In ogni caso quel che si rincorre è la capacità del film d'essere un "segno" (da interrogare come tale) della realtà in cui prende corpo (ibidem).

I film individuati allo scopo di far emergere le rappresentazioni della crisi offerte dal cinema italiano, sono stati considerati nei termini di documenti^[6], la cui analisi è stata integrata con la consultazione di diverse fonti (ad esempio, la critica cinematografica, le analisi prodotte da esperti del settore, le classifiche dei film più visti)^[7].

Il corpus analizzato^[8] comprende produzioni italiane e americane, proiettate nelle sale tra il 2008 e i primi mesi del 2016 e inerenti, più o meno direttamente, al tema della crisi. Tale campione è stato composto e indagato tenendo conto della complementarità tra tema (topic+focus) e story concept (Bandirali, Terrone 2009).

Nell'accostarsi a un testo filmico che tratti la crisi economica (e il malessere ad essa collegato), non si può prescindere dal considerare la difficoltà insita nel rendere in immagini un evento economico, o meglio, una serie di eventi economici strettamente collegati, come la crisi del 2008. La rappresentazione visiva delle dinamiche del capitalismo

comporta un problema teorico relativo all'effettiva possibilità di costruire un'immagine del capitalismo, di vedere (e raccontare) un oggetto stando al suo interno (Bianchi 2012, pp. 7-8).

In tal senso, uno dei fattori più condizionanti è la povertà delle immagini del capitalismo e dell'economia circolanti nel nostro immaginario: macchine che stampano banconote o mani che le contano, schermi sui quali scorrono numeri digitali, persone concitate che parlano al telefono all'interno delle sedi delle borse valori, ecc. Tutto ciò ha contribuito a far diventare l'economia

una faccenda astratta, disincarnata, senza la concretezza delle ripercussioni sociali che invece continua a influenzare. È così che quando le prime conseguenze sociali della crisi dei subprime hanno iniziato a diventare significative, alcuni registi hanno provato a colmare questo gap e a volgere lo sguardo là dove l'economia si faceva carne. [...] L'esigenza comune è quella [...] di andare a guardare l'evento singolare che riesca a svelare la verità generale del capitalismo, là dove l'economia incrocia la vita delle persone e presenta la sua natura più vera. [...] Ma è possibile? (ivi, p. 9)

Tenendo ben presenti le difficoltà appena accennate, l'approccio dell'indagine ha consentito di osservare il fenomeno della crisi da due finestre d'analisi strettamente connesse: quella attraverso cui a emergere sono state le rappresentazioni della crisi, e quella il cui sguardo si è indirizzato alle rappresentazioni della società italiana attraversata dalla crisi. Per la rilevante presenza e significatività, i dati emersi possono considerarsi come tratti peculiari del racconto che il cinema italiano ha realizzato della più recente recessione, al punto da poterne tratteggiare una sorta di impronta, di traccia ben distinguibile: tradotta in immagini filmiche, la crisi economica in Italia ha assunto i caratteri di una commedia "precaria" e di un dramma (micro)sociale.

La presenza dominante della commedia dimostra ancora una volta la capacità del genere di rappresentare l'idea di inadeguatezza, diventando la «metafora vibrante di un'epoca in cui il malessere si diffonde» (Tomasello 2013, p. 11). Segno di un cinema che penetra nella realtà italiana contemporanea, le commedie hanno raccontato la crisi economica del 2008 all'interno di un variegato ventaglio di tematiche: i rapporti e i contrasti familiari e di coppia; il ritorno alla natura e al lavoro della terra come rinascita; il riferimento all'attualità e l'attenzione alle problematiche sociali, acuite dalla crisi.

Da queste narrazioni emerge, in modo più o meno marcato, un tratto peculiare con cui si è soliti rappresentare il carattere sociale della popolazione italiana, ovvero la fiducia nelle proprie capacità, la speranza di trovare sempre una soluzione ai problemi. Soprattutto, la commedia della crisi è stata "precaria", perché la sua rappresentazione cinematografica ha guardato con particolare attenzione e insistenza a due dimensioni del lavoro nelle quali gli effetti della crisi (e dei meccanismi del capitalismo in generale) si sono abbattuti, causando una precarizzazione che è colta nel suo strabordare dai confini del lavoro, per diventare esistenziale: quella precaria dei call center e dei giovani laureati dall'elevato ma inutile capitale culturale, i quali diventano «la faccia di una generazione fantasma e sconfitta a tavolino, a cui nessuno ha neanche permesso di giocarsi la partita del cambiamento o, almeno, quella del successo» (Sollazzo 2015, p. 141); quella della classe operaia, le cui maschere attoriali di Elio Germano e Valerio Mastandrea prendono il posto di quelle che nella commedia del boom degli anni Cinquanta e Sessanta furono di Alberto Sordi, Ugo Tognazzi e Vittorio Gassman. Del proletariato contemporaneo, il cinema italiano sembra aver colto in particolare i mutamenti che il capitalismo ha causato e la crisi del 2008 accelerato, in nome dei quali i principi fondativi dei lavoratori sono sostituiti dalla rincorsa al denaro, al benessere, al possesso delle cose materiali. Lo si percepisce ne *La nostra vita* (2010) di Daniele Lucchetti (ancor prima ne *La bella vita* di Paolo Virzì, del 1994), dove i personaggi che incarnano la classe operaia fanno emergere un malessere senza più riferimenti ideologici chiari, dove «anche la mascolinità tradizionale dell'operaio, del proletario, fondamentale per l'immaginario italiano, fin dal dopoguerra, diviene così una figura ibrida tentata [...] dal rifiuto delle tradizionali interpretazioni "comuniste" dell'esistente» (De Pascalis 2012, p. 44).

Il cinema ha rappresentato la crisi riuscendo a coglierne anche alcuni anticorpi presenti nella società italiana, come la famiglia, raccontata nel ruolo "salvifico" di tenuta della coesione sociale effettivamente svolto durante l'ultima recessione; o, ancora, il ritorno al lavoro della terra come antidoto alla crisi, come una possibilità di rinascita (*In grazia di Dio*, 2014).

Il sentore di una fiducia o di una speranza e il ruolo risolutore della famiglia sono assenti o poco percepibili nelle opere in cui il capitalismo e la crisi sono stati affrontati con un approccio più diretto e meno filtrato dagli sviluppi delle storie dei personaggi (*L'Industriale* di Giuliano Montaldo, 2012; *Il Capitale umano* di Paolo Virzì, 2014). Sono proprio queste storie ad aver qualificato la filmografia italiana della crisi, rappresentata essenzialmente attraverso il suo impatto sulle dinamiche sociali del paese. Più che la crisi, infatti, ad essere catturati e indagati sono stati i suoi effetti

sociali, raccontati soprattutto preferendo una dimensione micro-sociale, privata, intima: la famiglia, l'amicizia, il racconto biografico dei protagonisti, la coppia e i suoi conflitti, in grado di misurare «lo shock di adattamento contraddittorio della macchina sociale ai mutamenti epocali» (Tomasello 2013, p. 169).



Fig. 2 – Il cast de “Il capitale umano” (2014)

È stato il cinema americano – sia con la fiction, che con il documentario – a confrontarsi in maniera più diretta con le problematiche insite nella rappresentazione delle dinamiche di funzionamento del capitale.

In *The Wolf of Wall Street*, il protagonista Jordan Belfort (Leonardo Di Caprio), mentre sta spiegando i meccanismi di una delle sue truffe, si arresta sul più bello e rivolgendosi alla camera, quindi al pubblico, commenta: «Voi non potreste capire». Nel film *La Grande scommessa* di Adam McKay (2015) queste difficoltà sono superate, a prova che è possibile giungere a una conciliazione tra spettacolo cinematografico e racconto delle dinamiche del capitalismo finanziario. Il film narra di come nel 2005, quando il mercato immobiliare americano appariva più in salute che mai, tre gruppi di analisti outsider abbiano contemporaneamente scoperto la formazione della gigantesca bolla (quella dei mutui subprime) che sarebbe scoppiata due anni dopo, causando gli effetti disastrosi che sappiamo; di come le loro segnalazioni, derise, siano cadute nel vuoto, e di come questi analisti abbiano guadagnato milioni di dollari scommettendo proprio contro l'andamento del mercato. Il film, attraverso un mix di artifici stilistici e dialoghi serratissimi in linguaggio tecnico, riesce a svelarci il funzionamento della macchina del mondo della finanza.



Fig. 3 – Una scena de “La grande scommessa” (2016)

Il cinema italiano non ha restituito una rappresentazione chiara della crisi e delle sue dinamiche (al di là delle ripercussioni sociali), ed è significativo il fatto che tale mancanza sembra riflettersi anche sul consumo di cinema da parte del pubblico.

Nella classifica degli incassi delle stagioni cinematografiche italiane considerate (2008/2009 – prima metà 2015/2016), solo uno dei film americani analizzati si è collocato tra le prime venti posizioni dei film più visti: si tratta di *The Wolf of Wall Street* di Martin Scorsese, posizionatosi al settimo posto nel box office della stagione 2013/2014. Se si considera il fatto che nessun altro prodotto americano tra quelli citati ha raggiunto i primi venti posti, il dato del film di Scorsese può essere spiegato con l'attrazione esercitata, oltre che dalla figura del regista, dal sodalizio artistico Scorsese-Di Caprio.

Stessa sorte tocca anche alle produzioni italiane che più esplicitamente hanno rappresentato i meccanismi della finanza e la crisi del 2008: tra i primi venti posti dei box office, infatti, non compaiono né *L'industriale*, né *Il capitale umano*.

Un altro dato interessante che emerge dalla consultazione delle classifiche, mette in relazione alcuni generi cinematografici e le diverse fasi della crisi economica in Italia. Durante l'arco temporale compreso tra il 2011 e il 2013 – anni in cui la crisi ha colpito pesantemente il nostro paese – i film più visti sono stati quelli di animazione, fantasy o azione.

Il pubblico del cinema italiano, quindi, non è sembrato essere particolarmente attratto da film i cui temi erano più o meno direttamente collegati alla crisi; anzi, nei periodi più difficili, il pubblico ha preferito quei generi che meglio si prestano a una fuga dalla realtà. E se tale dato non fa certo scalpore, quello che fa riflettere è l'assenza, tra le prime venti posizioni, della maggior parte dei film che, anche attraverso la commedia, hanno fornito una rappresentazione della società italiana durante la crisi. A parte i nomi di Carlo Verdone e Checco Zalone, infatti, nessun altro autore tra quelli considerati nell'analisi compare nelle classifiche. Ulteriore prova di come siano soprattutto la reputazione e la fama di registi, attori/autori e il loro ruolo di personaggi pubblici, a esercitare un peso determinante nella capacità di attrarre lo spettatore cinematografico. Un caso particolare merita, però, di essere segnalato: si tratta di *Smetto quando voglio* di Sydney Sibilia, che nel 2014 – ancora sconosciuto al grande pubblico – è riuscito a incassare quasi quattro milioni di euro (Montini 2015, p. 84).

3. Conclusioni

Nel 14esimo rapporto Censis sulla comunicazione, "I media e il nuovo immaginario collettivo", la crisi del 2008 è indicata come uno spartiacque, «Da quel momento» ha spiegato il direttore generale Massimiliano Valerii, «il Paese ha perso l'innocenza, ha visto rompersi quel patto sociale che si basava sull'assunto per cui i giovani sarebbero stati meglio dei loro genitori. È successo l'opposto [...]» (Censis 2017)[9].

Lo si può individuare, quel punto di rottura, in un momento ben preciso della narrazione giornalistica televisiva. Quel momento copre un periodo che va dall'attacco speculativo all'Italia nell'estate del 2011, alla formazione del Governo Monti, nel novembre dello stesso anno. Lì, il meccanismo che gestisce la fisiologica dose di drammatizzazione e finzione nella rappresentazione dei media e nella comunicazione politica, va in tilt. Perché ci sono dei limiti all'ipocrisia che una narrazione può contenere e che il senso comune può assorbire, oltre i quali si «perde l'innocenza». L'analisi che qui si è presentata ha individuato due principali fattori che hanno contribuito a rendere visibile la rottura del patto sociale, di cui parla Massimiliano Valerii: gli effetti della crisi sull'economia reale con le sue drammatiche conseguenze sociali, e il racconto che, dal 2011 in poi, il giornalismo dei talk ha realizzato. In quel momento, la divergenza tra l'impatto della crisi, la sua percezione sociale e la narrazione politica rivelano la falsità e l'inadeguatezza di quest'ultima, causando il crollo della fiducia nello storytelling politico del centrodestra, e in tutta la classe dirigente del paese. Effetto testimoniato dal progressivo scollamento dei cittadini dalla politica, acuitosi durante la crisi. Un momento che ha arrestato un certo tipo di rappresentazione, attivando un racconto quanto più fedele possibile della realtà: quello sviluppato secondo il frame "dalla parte dei cittadini", che ha portato il giornalismo televisivo a immedesimarsi con l'opinione pubblica.

L'attacco speculativo, le dimissioni di Silvio Berlusconi e il Governo Monti hanno attuato una sostituzione nelle sfere dei decisori, anche nel nostro immaginario. Da un lato, i poteri senza volto: la burocrazia anonima dei mercati finanziari, delle agenzie di rating, delle istituzioni europee (un'azione senza rappresentazione, percepita dai cittadini come non democratica); poteri che la crisi del 2008 e la crisi dell'euro consacravano come effettivi decisori delle politiche nazionali. Dall'altro, i volti impotenti dei politici disarmati (una rappresentazione senza potere) (Salmon 2014, p. 21). Un ulteriore spartiacque, perché la crisi economica si è frantumata in tante crisi, causando diversi punti di rottura. I personaggi politici sono costretti dalle campagne elettorali permanenti (Blumenthal 1982) e dall'ibridazione

sempre più spinta tra politica e media (soprattutto new media) (Chadwick 2013), a una performance continua, alla sovraesposizione di un potere che dal 2008 è sembrato non esistere più. I politici italiani, irrimediabilmente nudi agli occhi dei cittadini, come il protagonista del racconto di Hans Christian Andersen, *I vestiti nuovi dell'imperatore*, non hanno potuto far nulla per fermare la perdita di credibilità agli occhi dell'opinione pubblica, né per potersi salvare dal paradosso che li vedeva scomparire proprio al culmine della loro sovraesposizione mediatica (Ginori 2014).

Anche attraverso il medium cinematografico la crisi ha segnato dei punti di rottura nel nostro immaginario: la classe operaia che aspira al capitale e, soprattutto, i giovani italiani, istruiti, colti, ai quali è stata tolta anche l'illusione di poter mettere a frutto il titolo di studio, quello che in passato veniva chiamato dispregiativamente "pezzo di carta". Tanto si finisce tutti a lavorare in un call center (*Tutta la vita davanti* di Paolo Virzì, 2008; *Fuga dal call-center* di Federico Rizzo, 2009) o, con più creatività, a inventarsi modi anche illegali per sopravvivere (*Smetto quando voglio*, 2014). Il cinema ha raccontato questo aspetto della crisi attraverso il genere che meglio riesce a farlo, la commedia all'italiana che fa sorridere mentre ti immerge nel malessere del tempo che si sta vivendo; che ti mostra sempre una speranza, ma è una speranza amara, proprio come quella che dal 15 settembre 2008 non riusciamo a smettere di immaginare.

Riferimenti bibliografici

Altheide D. L., *Creating Reality*, Sage, Beverly Hills, CA 1976.

Idem, *An ecology of Communication: Cultural Formats of Control*, Aldine/de Gruyter, New York 1995.

Idem, *Media logic and political communication*, in *Political communication*, Vol. 21 (3), pp. 293-296, 2004; DOI: 10.1080/10584600490481307.

Altheide D. L., Snow R. P., *Media Logic*, Sage, Beverly Hills, CA 1979.

Idem, *Media Worlds in the Postjournalism Era*, Aldine/de Gruyter, New York 1991.

Armocida P. (a cura di), *Esordi italiani. Gli anni Dieci al cinema (2010-2015)*, Marsilio, Venezia 2015.

Bandirali L., Terrone E., *Il sistema sceneggiatura. Scrivere e descrivere i film*, Lindau, Torino 2009.

Barisione M., *Comunicazione e società. Teorie, processi, pratiche del framing*, Il

Mulino, Bologna 2009.

Bianchi P., *Ejzenštein occupa Wall Street. Note sul Capitalismo e la sua immagine*, in «Cinergie. Il Cinema e le arti», n.s., Edizioni Mimesis, marzo 2012, pp. 6-13; in

<http://www.cinergie.it/cinergie-n1.pdf>, ultima consultazione, 10.09.2018.

Beck U., *La crisi dell'Europa*, Il Mulino, Bologna 2012.

Blumenthal S., *The Permanent Campaign*, Simon and Schuster, New York 1982.

Boni F., *Il superleader: fenomenologia mediatica di Silvio Berlusconi*, Meltemi, Roma 2008.

Casetti F., *Teorie del Cinema 1945-1990*, Bompiani, Milano 1993.

Chadwick A., *The Hybrid Media System. Politics and Power*, Oxford University Press, NY 2013.

Corbetta P., *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1999.

Colonna I., *Sette anni di crisi italiana nella narrazione dei media. Un'analisi socio-comunicativa*, Mimesis, Milano-Udine 2018.

Deaglio M., *Se i media fanno il tifo per il crollo*, in «La Stampa», del 10 novembre 2008, p. 31.

De Pascalis I., *Commedia nell'Italia contemporanea*, Il Castoro, Milano 2012.

Di Cesare D., *Habermas: "Dalla crisi economica può nascere l'Europa politica"*,

«Temi.Repubblica/MicroMega-online», del 19/11/2012; in <http://temi.repubblica.it/micromega-online/habermas-dalla-crisi-economica-puo-nascere-leuropa-politica/>, ultima consultazione, 10/09/2018.

Fazi E., Pittella G., *Breve storia del futuro degli Stati Uniti d'Europa*, Fazi Editore, Roma 2013, Kindle Edition.

Fidler R., *Mediamorfosi. Comprendere i nuovi media*, Guerini, Milano 2000

Forges Davanzati G., Pauli G., *Ideologia neoliberale e ristrutturazione del capitalismo italiano: alle origini della nuova università di classe*, in *H-ermes. Journal of Communication*, (7) 2016, pp. 163-188; DOI 10.1285/i22840753n7p163.

Ginori, A. *Christian Salmon: 'La politica è prigioniera dei racconti dei suoi leader'*, in «repubblica.it», http://www.repubblica.it/cultura/2014/11/24/news/christian_salmon_la_politica_prigioniera_dei_racconti_dei_suoi_leader-101287976/, del 24 novembre 2014, ultima consultazione, 10.09.2018.

Habermas J., *Questa Europa è in crisi*, Laterza, Roma-Bari 2012.

Hallin D., Mancini P., *Modelli di giornalismo*, Laterza, Roma-Bari 2004.□

Landerer N., *Rethinking the Logics: A Conceptual Framework for the Mediatization of Politics*, in *Communication Theory* 23, (3) 2013, pp. 239-258, 2013.

Liuccio M., Ruggiero C. (a cura di), *Studiare la comunicazione. Teorie e metodi per un approccio sociologico*, Maggioli Editore, Rimini 2013.

Marinelli A., Cioni E. (a cura di), «Public screens. La politica tra narrazioni medial e agire partecipativo», Sapienza Università Editrice, Roma 2014, p. 190; DOI 10.13133/978-88-98533-43-5.

McLuhan M., *Understanding Media*, 1964, tr. it., *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano 2011.

Meyer T., *Media democracy: How the media colonize politics*, Polity, Cambridge, England 2002

Montini F., *Prodotti e non distribuiti*, in Armocida P. (a cura di), *Esordi italiani. Gli anni Dieci al cinema (2010-2015)*, Marsilio, Venezia 2015, pp. 81-88.

Noelle-Neumann E., *The spiral of silence: a theory of public opinion*, in «Journal of Communication», n. 24, 1974, pp. 43-51.□

Idem, *La spirale del silenzio*, Meltemi, Roma 2002.□

Parito M., *Comunicare l'Unione Europea*, FrancoAngeli, Milano 2012.

Pesante G., *La fine dei talk e il futuro della televisione*, Historica Edizioni, Cesena 2015.

Rega R., Ruggiero C., *Storytelling e popolarizzazione della politica: quali conseguenze?*, in Marinelli A., Cioni E. (a cura di), «Public screens. La politica tra narrazioni medial e agire partecipativo», Sapienza Università Editrice, Roma 2014, p. 190; DOI 10.13133/978-88-98533-43-5.

Rimini T., *Il cinema italiano inquadra la crisi economica: "L'industriale e il capitale umano"*, in «Il Ponte», nn. 11-12, novembre-dicembre 2014, Il Ponte, Rimini 2014.

Ruggiero C., *La Macchina Della Parola. Struttura, Interazione, Narrazione Nel Talk Show*, Franco Angeli, Milano 2014

Salmon C., *La politica nell'era dello storytelling*, Fazi Editore, Roma 2014.

Sylos Labini F., *Furto d'informazione e crisi economica*, in «ilfattoquotidiano.it», del 4 agosto 2012, in <http://www.ilfattoquotidiano.it/2012/08/04/furto-d%E2%80%99informazione-e-crisi-economica/316961/>, ultima consultazione il 7.09.2018.

Sollazzo B., *La commedia della crisi. La crisi della commedia*, in Armocida P. (a cura di), *Esordi italiani. Gli anni Dieci al cinema (2010-2015)*, Marsilio, Venezia 2015, pp. 137-154.□

Splendore S., *Pop condicio (o cosa resta della logica politica)*, in *Mediascapes journal*, 3/2014; in <http://www.rspi.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/viewFile/12329/1215>, ultima consultazione il 10.09.2018

Strömbäck J., *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics*, in *The International Journal of Press/Politics* 13 (3), 2008, pp. 228-246.

Tolson A. (a cura di), *Television talk shows. Discourse, performance, spectacle*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ 2001.□

Tomasello D., *Ma cos'è questa crisi? Letteratura e cinema nell'Italia del malessere*, Il Mulino, Bologna 2013.

Filmografia

Il Sorpasso (1962), regia di Dino Risi

Il boom (1963), regia di Vittorio De Sica

Un borghese piccolo piccolo (1977), regia di Mario Monicelli

La bella vita (1994), regia di Paolo Virzì

Viaggio nel Cinema Americano (1995), regia di Scorsese M., Wilson M.

Parole Sante (2007), regia di Ascanio Celestini

Tutta la vita davanti (2008), regia di Paolo Virzì

Fuga dal call-center (2009), regia di Federico Rizzo

Generazione 1000 euro (2009), regia di Massimo Venier

Capitalism. A love story (2009), regia di Michael Moore

Wall Street. Il denaro non dorme mai (2010), regia di Oliver Stone

Inside Job (2010) regia di Charles Ferguson

La nostra vita (2010), regia di Daniele Lucchetti

Pugni chiusi (2011), regia di Fiorella Infascelli

Too big to fail (2011) regia di Curtis Hanson

Gli equilibristi (2012), regia di Ivano De Matteo

Posti in piedi in paradiso (2012), regia di Carlo Verdone

L'industriale (2012), regia di Giuliano Montaldo

L'ultima ruota del carro (2013), regia di Giovanni Veronesi

Sole a catinelle (2013), regia di Gennaro Nunziante

Fino a qui tutto bene (2013), regia di Roan Johnson

Smetto quando voglio (2014), regia di Sydney Sibilia

Sotto una buona stella (2014) regia di Carlo Verdone

In grazia di Dio (2014), regia di Edoardo Winspeare

Il capitale umano (2014), regia di Paolo Virzì

The Wolf of Wall Street (2014), regia di Martin Scorsese

Gli ultimi saranno ultimi (2015), regia di Massimiliano Bruno

La grande scommessa (2015) regia di Adam McKay

Quo vado? (2016), regia di Gennaro Nunziante

[1] Per una lettura completa della ricerca, cfr. Colonna I., *Sette anni di crisi italiana nella narrazione dei media. Un'analisi socio-comunicativa*, Mimesis, Milano-Udine, 2018.

[2] I Talk esaminati sono stati i seguenti: Agorà, Anno Zero, Ballarò, Di Martedì, Matrix, Otto e mezzo, Piazza Pulita, Porta a Porta, Servizio Pubblico, Virus: il contagio delle idee.

[3] Coniato nel 1979 da David Altheide e Robert Snow, il concetto di Logica dei Media (Media Logic), oltre a essere tra i più citati all'interno dei *media studies*, è stato soggetto nel corso del tempo a diverse riconsiderazioni – anche a opera dei suoi stessi autori – al fine di ridefinirne i confini. Operando una riduzione di complessità, si può vedere nella Media Logic il risultato di una combinazione di numerosi elementi (tecnologici, organizzativi, culturali, commerciali, politici), che presenta tra le sue più importanti caratteristiche, quella di modellare i contenuti veicolati dai media attraverso i codici dell'intrattenimento, dello spettacolo e della pubblicità. Le logiche mediali trovano espressione, ad esempio, nella corsa agli indici di ascolto, nella competizione tra gli attori dei media, nella produzione di contenuti attraenti per un vasto pubblico attraverso l'adozione del sensazionalismo, l'uso del gossip e della drammatizzazione.

Per un approfondimento sul tema cfr.: Altheide D. L., Snow R. P., 1979, *Media Logic*, Sage, Beverly Hills, CA; Idem, 1991, *Media Worlds in the Postjournalism Era*, Aldine/de Gruyter, New York; Altheide D. L., 1976, *Creating Reality*, Sage, Beverly Hills, CA; Idem, 1995, *An ecology of Communication: Cultural Formats of Control*, Aldine/de Gruyter, New York; Idem, 2004, "Media logic and political communication", in *Political communication*, Vol. 21 (3), pp. 293-296; DOI: 10.1080/10584600490481307; Landerer N., 2013. "Rethinking the Logics: A Conceptual Framework for the Mediatization of Politics", in *Communication Theory* 23 (3): 239–258.

Al fine di rilevare i livelli di ML nei talk considerati, si è fatto riferimento all'indagine svolta da Sergio Splendore su alcune trasmissioni televisive nel contesto della campagna elettorale del 2013: Splendore S., "Pop condicio (o cosa resta della logica politica)", in *Mediascapes journal*, 3/2014; in

<http://www.rspl.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/viewFile/12329/12152>, ultima consultazione il 10.09.2018.

[4] Tra le fonti citate con più frequenza compaiono l'Istat, il FMI, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, Federconsumatori, Fipe, Condacons, Eurostat

[5] Cfr anche, Sylos Labini F., *Furto d'informazione e crisi economica*, in «ilfattoquotidiano.it», del 4 agosto 2012, in <http://www.ilfattoquotidiano.it/2012/08/04/furto-d%E2%80%99informazione-e-crisi-economica/316961/>, ultima consultazione il 7.09.2018.

[6] «Per documento intendiamo materiale informativo su un determinato fenomeno sociale che esiste indipendentemente dall'azione del ricercatore. Esso quindi viene prodotto dai singoli individui o dalle istituzioni per finalità diverse da quelle della ricerca sociale: questa tuttavia se ne può impossessare per utilizzarlo ai propri fini conoscitivi»; Corbetta P., *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino, Bologna 1999, p. 437.

[7] Tutti i riferimenti a tali classiche sono consultabili sul sito <http://www.mymovies.it/boxoffice/>.

[8] Questi i film italiani esaminati: Parole Sante (2007), Tutta la vita davanti (2008), Fuga dal call-center (2009), Generazione 1000 euro (2009), La nostra vita (2010), Gli equilibristi (2012), Posti in piedi in paradiso (2012), L'industriale (2012), L'ultima ruota del carro (2013), Sole a catinelle (2013), Fino a qui tutto bene (2014), Smetto quando voglio (2014), Sotto una buona stella (2014), In grazia di Dio (2014), Il capitale umano (2014), Gli ultimi saranno ultimi (2015), Quo vado? (2016). I film americani oggetto di analisi sono: Wall Street. Il denaro non dorme mai, di Oliver Stone (2010), Too big to fail di Curtis Hanson (Tv movie d'autore, prodotta dalla HBO) (2011), The Wolf of Wall Street di Martin Scorsese (2014), La grande scommessa di Adam McKay (2015); tra i documentari, Capitalism. A love story, di Michael Moore (2009) e Inside Job, di Charles Ferguson (2010).

[9] Cfr., <https://www.articolo21.org/2017/10/i-media-e-il-nuovo-immaginario-collettivo/>, consultato il 4.09.2018.



Ph.D in Scienze della mente e delle relazioni umane Dipartimento di Storia, Società e Studi sull'Uomo Università del Salento.

[More Posts](#)

Tags: [cinema della crisi](#), [crisi 2008](#), [talk politici](#)

Category: [Iconocrazia 14/2018 - "2008. Lo spartiacque"](#), [Saggi](#) | [RSS 2.0](#) Responses are currently closed, but you can [trackback](#) from your own site.

Iconocrazia Rivista scientifica semestrale di scienze sociali e simbolica politica ISSN 2240-760X | Aut. Trib. di Bari n. 3690//2011 - num Reg. Stampa 42 Bari © 2012 | designed by POOYA