

# STRATEGIE DI RIFORMULAZIONE: IL CASO DELLA CRISI GRECA NELLA STAMPA SPAGNOLA CONTEMPORANEA

FRANCESCA DE CESARE  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "L'ORIENTALE"

**Abstract** - This study analyses the communicative strategies used by the Spanish national online press in a corpus of articles on the economic crisis in Greece. In the framework of discourse analysis of the popularization of science, the study focuses on the lexical expressions that are meant to replace or better explain specialized terminology; hence, on broader discourse strategies exploited to simplify specialized information on behalf of common readers. Assuming that media filter, organize and emphasize certain details, the press does not limit itself to transmit "the facts" but gives perspectives and images. In this way it builds realities.

**Keywords:** discourse analysis; divulgation; Greek crisis; economic communication; online press.

## 1. Introduzione. Obiettivi e descrizione del corpus

Lo studio concentra la propria analisi in un determinato momento storico della ben più ampia crisi economica greca. Alla fine del giugno del 2015, la Grecia è risultata inadempiente rispetto alla restituzione di un prestito al Fondo Monetario Internazionale. Da quel momento le trattative per ottenere nuovi aiuti, e una decurtazione del debito, si sono susseguite in maniera incalzante. La Banca Centrale Europea ha smesso di erogare credito alla Banca centrale greca. Come conseguenza di ciò, Alexis Tsipras ha annunciato il blocco dei depositi bancari e la chiusura temporanea delle banche (durato tre settimane). Il Primo ministro ha messo in atto misure strategiche per evitare che si diffondesse il panico tra i risparmiatori. In vista del referendum del 5 luglio, sulle misure di austerità proposte dai creditori (UE, FMI e BCE), si stava prefigurando uno scenario estremamente drammatico, una situazione che avrebbe potuto facilmente degenerare e portare al ritiro in massa di capitali dai conti greci. In tale periodo, effettivamente, si chiude la Borsa di Atene e si introducono restrizioni per la quantità di soldi prelevabili ai bancomat. L'esito del referendum è chiaro: il popolo greco rifiuta nettamente le proposte dei creditori (i no sono stati il 61,3 per cento). Tuttavia, dopo pochi giorni dal plebiscito, il 9 luglio, lo Stato greco si impegna, in un documento inviato a poche ore dalla scadenza di un ulteriore ultimatum, ad accettare la maggioranza delle proposte dei creditori. Ciò con il fine di convincerli a riprendere gli aiuti e ad evitare la *Grexit*, cioè l'uscita del paese dall'eurozona.

L'obiettivo del lavoro è analizzare le strategie divulgative dell'informazione economica e generalista relative al periodo storico preso in esame. Per fare ciò si è creato un corpus linguistico formato da 348 articoli apparsi in due periodici al vertice della audience digitale nelle loro rispettive categorie<sup>1</sup>. Mi riferisco alla testata generalista di *El País* (175 articoli raccolti) e al quotidiano economico e finanziario *Expansión* (173) nelle

<sup>1</sup> Secondo OJD e Comscore, le due agenzie che si occupano di confrontare la diffusione dei media spagnoli.

loro versioni online<sup>2</sup>. Per circoscrivere più facilmente l'argomento e il relativo discorso, l'espressione chiave cercata nei siti dei due quotidiani è stata "crisis griega" e i giorni analizzati vanno dal 25 giugno 2015 al 9 luglio dello stesso anno. In quei 15 giorni è stato molto intenso il numero di notizie che si occupavano della situazione concitata che stava vivendo la Grecia. Sono stati esclusi dal corpus articoli che non riguardassero esclusivamente il tema oggetto di indagine.

Poiché i titoli rivestono un'importanza fondamentale nel rappresentare la macrostruttura dell'articolo (van Dijk 1990, p. 83) e poiché essi suggeriscono il modo in cui interpretare l'informazione (Gallardo, Enguix 2014, p. 94), si procede prima all'esame di alcuni titoli e, successivamente, si prosegue con l'analisi delle strategie di riformulazione che la stampa generalista mette in atto per consentire una adeguata divulgazione dei concetti nel corpus oggetto del presente studio. Si concentra quindi lo studio sui termini specifici che contribuiscono al tipo di analisi oggetto del presente studio. La lista dei termini scelta è stata estratta grazie al software di Laurence Anthony, AntConc, che ha permesso di creare una *wordlist*, successivamente analizzata in relazione al contesto linguistico di uso. Dopo una lettura attenta degli articoli, è stata selezionata quella terminologia associata alla crisi economico-finanziaria più esemplificativa usufruendo, parallelamente, della banca dati terminologica *UPF\_Term* della Universitat Pompeu Fabra e del *Vocabulario multilingüe de economía* (sviluppati all'interno del progetto di ricerca RICOTERM2).

## 2. L'informazione economica e la stampa

L'informazione economica gode di un ampio spazio nella stampa nazionale e internazionale. In un'intervista rilasciata a Christian Benna, Mario Deaglio (2009) rifletteva sulle responsabilità che essa assume nell'accentuare la fiducia o la sfiducia nei mercati: "Per alcune testate, in particolare per quelle generaliste, l'audience ha preso il sopravvento relegando in secondo piano una certa responsabilità sociale". Non bisogna dimenticare che un giornale non può considerarsi mai libero del tutto da condizionamenti di ogni tipo. Di fatto, esso ha costi vivi altissimi, sicché non può evitare in assoluto dei compromessi. Ma l'enfasi con cui a volte si dà risalto a notizie negative per favorire l'audience e, quindi, la tiratura, o anche l'impiego di terminologia ad effetto, esasperata, possono produrre nei lettori deduzioni logiche improprie. Per quanto riguarda la finanza, ad esempio, se si stabiliscono nessi diretti tra il crollo delle quotazioni delle banche ed il rischio per i depositi dei risparmiatori, da un punto di vista della relazione causa-effetto si produce un'associazione impropria che può fuorviare il lettore.

La crisi economica mondiale ha fatto sì che le informazioni economiche siano quotidianamente riportate in primo piano nei vari mezzi di comunicazione e i termini appartenenti a un determinato ambito professionale siano diventati parte delle abitudini informative. Si sono intensificate le relazioni tra i vari campi informativi e le notizie politiche o economiche concernenti luoghi lontani appaiono vincolate a una relazione causa effetto legata a situazioni locali o personali. Quindi, da un lato i quotidiani generalisti hanno dovuto ridefinire il proprio ruolo e hanno dovuto intensificare e potenziare le proprie sezioni economiche, dall'altro la stampa economica ha dovuto semplificare, o quanto meno avvicinare, rendere comprensibili le proprie informazioni anche al lettore comune (Soriano 2012, p. 70; Arrese 2012). Tali affermazioni sono in

<sup>2</sup> Le attualizzazioni degli articoli che compongono il corpus risalgono al 4 novembre 2016.

linea con lo studio di William Walstad (1996, p. 87-88) che attesta che la cultura economica della maggior parte della popolazione è insufficiente. In uno studio successivo, James Corner ritiene che la scarsità di conoscenze del grande pubblico sia invece da ricercarsi nelle caratteristiche peculiari dell'economia. La natura astratta di questa disciplina e l'intangibilità delle sue variabili e delle relazioni causali, sono elementi che richiedono elevate doti speculative e interpretative non riscontrabili nel grande pubblico (Corner 1998, p. 56). Negli stessi anni, Álar Ezquerro attribuisce al giornalismo un "carácter catalizador" (1999, p. 128). Lo studioso spagnolo reputa l'informazione a stampa dotata di un requisito ancora più dinamico e lungimirante. La considera responsabile della diffusione in massa di varie discipline dai codici specializzati e, quindi, ritiene che essa faciliti non solo l'assunzione di tali esperienze nella quotidianità del lettore, ma che favorisca anche l'acquisizione delle relative competenze linguistiche.

### 3. La stampa online

Oltre alle caratteristiche generali dell'informazione economica, presente nel corpus oggetto di studio, vanno tenute ben presenti anche le caratteristiche specifiche dei mezzi di comunicazione con cui esse sono divulgate (Vara- Miguel 2004, pp. 104-105). La stampa cartacea è stata tradizionalmente il mezzo idoneo per informare sulle notizie di economia, tuttavia, le potenzialità di internet sono preziose. Concretamente esse permettono di integrare i vantaggi dell'immediatezza dell'informazione (con possibili attualizzazioni in tempo reale delle informazioni contenute) con la ampiezza di interpretazione e di spiegazione che da sempre la stampa cartacea consente di fornire. Il testo on line si adegua al mezzo di trasmissione, e quindi ai limiti di spazio dettati dallo schermo del computer e alle sue caratteristiche di lettura, che è molto più lenta rispetto al giornale cartaceo. Ma il testo on line si beneficia anche delle caratteristiche dell'ipertesto, che consentono al lettore, volta per volta, di costruirsi un proprio percorso di lettura personalizzato. Gli articoli digitali, pertanto, intesi come documento che risulta nella schermata quando si clicca sul link del titolo nella prima pagina, presentano paragrafi ridotti rispetto al modello tradizionale. Strategia questa che, peraltro, assicura una maggiore intellegibilità e fruibilità del testo (Alcoba, Freixas 2009, p. 48).

### 4. Metodologia e analisi

Il giornalismo non consiste solo nell'informare su determinati aspetti della conoscenza, bensì comporta un processo di ricerca e di elaborazione previa delle informazioni che poi consente loro di essere presentate al pubblico:

La plasmación del mensaje periodístico se lleva a cabo mediante un proceso intelectual –y en algunos casos mediante la utilización de determinados recursos físicos– que se sintetizan en estas tres fases productivas: el *reporting*, el *editing* y el *writing*. Es decir: la recogida de datos, la interpretación valorativa de estos datos y la codificación formal de los mensajes (Martínez Albertos 2001, p. 22).

Secondo una più recente definizione, il giornalismo consiste in un metodo che serve ad informare sulla attualità e a fungere da intermediario nella comunicazione sociale (Dader 2012, p. 40). Il lavoro giornalistico si fonda, quindi, su un passaggio da una fonte di dati e di nozioni astratti, e senza relazione con la vita quotidiana, a una riformulazione di esso in materiale comunicativo. I risultati si identificano con quanto Ciapuscio (1993, 1997, 2001)

definisce “textos reformulados”, cioè testi sottoposti a vari procedimenti di testualizzazione che aiutano a rendere comprensibili al pubblico generale il sapere specializzato.

Secondo un approccio discorsivo e pragmatico, in linea con gli studi di Helena Calsamiglia (1997, p. 16) e di Javier Vellón Lahoz (2014), la divulgazione si intende come una ricontestualizzazione in una situazione comunicativa comune, di un bagaglio di conoscenze precedentemente strutturato in contesti specializzati. In quest’ottica, la divulgazione di un contenuto scientifico esige non solo la riproduzione di una forma discorsiva adeguata al nuovo contesto (conoscenze previe del destinatario, interessi, canali comunicativi), ma anche la ricreazione delle stesse conoscenze per un pubblico diverso.

Concentriamo quindi l’analisi sulla ritestualizzazione, sulla riconcettualizzazione e sulla ridenominazione, le tre attività che Cassany, López e Martí (2000) propongono come essenziali perché abbia luogo la ricontestualizzazione.

Nel caso specifico preso in esame, consideriamo la ritestualizzazione nel suo aspetto di ricreazione di un quadro narrativo in base al quale si promuove un effetto di realtà nel lettore. Strategia questa che favorisce l’economia cognitiva nella ricezione. È questo il caso in cui spesso si rivela ciò che Lázaro Carreter (1977) ha chiamato la “epicidad” dello stile giornalistico. Nel linguaggio informativo del corpus preso in esame, la “epicidad” si manifesta con la abbondanza di nomi e verbi che fanno riferimento all’ambito della guerra: “el primer ministro será el símbolo de la lucha del pueblo griego por su dignidad” (*El País*, 01/07/2015); “Luchar y vivir como iguales en Europa” (*El País*, 04/07/2015); “Hay que proteger al pueblo griego y defenderlo de un Gobierno que lo empobrece más” (*El País*, 4/7/2015). O con l’impiego dell’iperbole epica nella descrizione degli eventi: “También en la capital miles de personas defendieron el sí en otro mitin” (*El País*, 04/07/2015); “Bajo una importante tormenta, miles de personas salieron ayer a la calle en Atenas para manifestarse a favor del sí en el referéndum del próximo domingo” (*El País*, 30/6/2015). O anche con il ricorso a espressioni che esprimono un’esagerazione nella presentazione dei fatti: “Grecia permite constatar que la vieja maldición -“Europa se forjará en las crisis”- sigue vigente” (*El País*, 05/07/2015). Tale strategia, oltre a manifestare sfumature ideologiche nella presentazione degli eventi da parte delle testate giornalistiche, consente al lettore una più facile comprensione degli elementi presentati.

Lo studio di Arrese e Vara- Miguel (2014) si concentra sulla valutazione del ruolo che i mezzi di comunicazione hanno rivestito nell’attuale crisi economica mondiale, proponendo una visione allarmista e semplificata della realtà. Un recente studio sulla rappresentazione della crisi greca nella stampa internazionale ha sottolineato che la visione che si propone del paese è essenzialmente negativa. Si riproduce l’immagine di uno Stato incapace di gestire la situazione e di realizzare le riforme necessarie (Tzogopoulos 2016).

Nel caso dei quotidiani spagnoli, nei titoli degli articoli riguardanti la crisi oggetto del presente studio, si registra che è l’obiettivo della spettacolarità ad interessare le testate. Il sensazionalismo si ottiene ricorrendo a condensazioni metaforiche o metonimiche: *El Eurogrupo elige hoy entre el colapso de Grecia o poner un parche temporal* (*Expansión*, 26/06/2015). Il *colapso* di cui si parla può essere bancario, finanziario o di vari sistemi, ma la scelta di usare un termine specifico che si riferisce alla Grecia dà un senso iperbolico all’espressione che trova come secondo termine di paragone, e possibile soluzione, la scelta di *parche*, un rattoppo, che dota invece l’informazione di una prossimità al mondo del quotidiano. Tale strategia, che palesa la propria funzione divulgativa, si esplicita anche nei seguenti titoli presentati a modo di esempio: *El Eurogrupo ve el órdago griego y abre la puerta a una ruptura* (*Expansión*, 27/06/2015), *El portazo de Syriza asusta a los inversores* (*Expansión*, 27/06/2015). A ciò va aggiunto che la struttura bimembre delle frasi suggerisce l’idea di un’intenzione comunicativa che tende ad evidenziare

maggiormente il conflitto tra i vari componenti. La funzione divulgativa si prospetta anche nel carattere dialogico proposto *¿Es posible que Grecia evite todavía un Grexit?* (*Expansión*, 29/06/2015), *¿Cómo son los nuevos consejeros?* (*El País*, 1/07/2015). O anche nei titoli apocalittici *El sueño europeo muere con Grecia* (*Expansión*, 29/06/2015), *Incertidumbre absoluta ante el riesgo de contagio por Grecia* (*El País*, 28/06/2015), *Trichet un “no, puro” llevaría a Grecia a “la catástrofe inmediata”* (*Expansión*, 4/07/2015).

La maggior parte dei contenuti specialistici, riguardante la crisi in atto, si trasforma in un discorso narrativo, *Tragedia griega con posible final feliz* (*Expansión*, 29/06/2015) *La tragedia griega continúa* (*El País*, 26/06/2015), per tale motivo appaiono interlocutori (animati e inanimati) che si confrontano con schemi semplificati. Merkel, Germania, Commissione Europea, FMI ed Eurogruppo sono i personaggi che si schierano contro Tsipras e la Grecia. Si riduce la complessità concettuale e informativa riportando la crisi che la Grecia sta vivendo a una questione di antagonismo e di forze che si tendono verso una soluzione: *La UE advierte a Tsipras: un 'No' en el referéndum es un 'No' a Europa* (*Expansión*, 29/06/2015), *Europa y Grecia endurecen su pulso* (*El País*, 1/07/2015), “Alemania se niega a negociar con Tsipras antes de la consulta del domingo” (in *Merkel confía en la fortaleza del euro para resistir un no en el referéndum*, *El País*, 1/07/2015). Un’ulteriore strategia messa in atto è l’uso della personificazione di enti responsabili del destino dei personaggi coinvolti. I mercati finanziari, ad esempio, compaiono sulla scena a risolvere i problemi, e spesso intervengono con modalità apparentemente non correlate alla logica interna della vicenda:

Habrà que ver, apuntan en la gestora de Natixis, si los mercados creen que el caso de Grecia es “único o un síntoma de un fracaso mayor que afecta a toda la zona del euro” (*Expansión*, 5/07/2015)

Y los mercados decidirán si el efecto contagio, muy moderado hasta ahora, reaviva la crisis del euro (*El País*, 1/07/2015, sez. *Internacional*)

Los mercados de valores aplauden el acercamiento de posturas entre el Gobierno griego, que ha aceptado tres concesiones importantes e incluso ha afirmado que la cumbre de líderes de la UE del domingo “puede no ser necesaria”, y empiezan a descontar el fin de la saga helena (*El País*, 9/07/2015, sez. *Economía*)

All’ambito del discorso narrativo appartiene la formulazione di aspettative riguardo allo svolgimento di una trama con una determinata temporalizzazione. Per cui appaiono deittici temporali che fanno riferimento al momento dell’enunciazione e riferimenti a scadenze all’ultima ora o a verdetti definitivi nell’ambito di una saga senza fine:

Juncker ha hecho esta oferta de última hora a Atenas en un intento por alcanzar un acuerdo sobre el rescate antes de que *expire este martes la fecha límite*, según fuentes de la Unión Europea (UE) y del Gobierno griego (*Expansión*, 30/06/2015)

en vísperas de la *crucial cumbre extraordinaria* de la zona euro, el presidente francés, François Hollande, y la canciller Angela Merkel coincidieron *este lunes* en París en afirmar que respetan la decisión del pueblo griego y que “la puerta está abierta” (*El País*, 7/07/2015)

El segundo programa de Grecia *vence a finales del martes*, quedan casi 48 horas y pueda [sic] haber acuerdo (*Expansión*, 29/06/2015)

El *veredicto definitivo* llegará el *domingo*, en una nueva *cumbre definitiva*, la enésima de esta *saga interminable* (*El País*, 8/07/2015)

La riconcettualizzazione si esplicita nella creazione di relazioni tra i termini specializzati e quelli non specializzati ricorrendo a spiegazioni o a riformulazioni (parafrasi, incisi, sinonimi, apposizioni). Di *volatilidad* si registrano 28 occorrenze nel quotidiano *Expansión*, con l'accezione che le è propria (instabilità dei prezzi nei mercati finanziari), ma solo 3 in *El País*, di cui una usata nel senso più generale di instabilità, “volatilidad del juicio”. Il termine *corralito*<sup>3</sup>, cioè la restrizione della libera disposizione di denaro di fondi depositati presso enti finanziari imposta da un governo, come termine proprio del discorso specializzato, non è un neologismo recentissimo. L'espressione nasce durante la crisi economica Argentina del 2001, quando vennero adottate misure restrittive simili a quelle adottate in Grecia:

El Banco Central Europeo (BCE) ha decidido mantener en 89.000 millones de euros los préstamos de emergencia para los bancos griegos, lo que, en la práctica, supone que no va a dar más liquidez de urgencia al sector financiero heleno. Las entidades dependen del BCE para hacer frente a las retiradas de depósitos, por lo que el país queda abocado a unas vacaciones bancarias o a controles de capitales que limitarán la retirada de fondos de las entidades. En Argentina lo llamaron “corralito” (*El BCE decide no dar más liquidez a la banca griega y la aboca al corralito, Expansión, 28/06/2015*).

Una spiegazione del termine *corralito* si esplicita anche nei seguenti esempi:

Una primera podría ser la implantación de un control de capitales (corralito). (*Expansión, 27/06/2015*).

El Gobierno decidió el estricto control de fondos o corralito. (*El País 29/06/2015, Opinión*).

Nel caso di *prima de riesgo*, *El País* (6/07/2015) nella sezione *Economía* si preoccupa di spiegarne il significato: “la prima de riesgo española, la rentabilidad extra exigida al bono del Tesoro a 10 años por encima del bono alemán”. In *Expansión* si ricorre al collegamento ipertestuale che rimanda a grafici esplicativi e a una definizione del termine presente nel *Diccionario Económico* di cui il giornale è dotato. Nel caso dell'acronimo FMI le due testate non si limitano solo alla descrizione dell'oggetto in questione, ma aggiungono dati sulla sua funzionalità e sulla relazione che esso ha con il tema della crisi:

el Fondo Monetario Internacional (FMI), que hasta ahora había sido uno de los principales obstáculos con los que había chocado Grecia, ha cambiado su discurso y muestra ahora un tono más conciliador (*Expansión, 7/07/2015*)

Paradójicamente, el FMI (la institución que exige más dureza) también es partidario de reestructurar la deuda griega —con una ampliación de los plazos de devolución— ante las dificultades para garantizar su viabilidad. (*El País 25/06/2015, sez. Internacional*)

*Cumbre* in UPF\_Term risulta definito in AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación) come “Cara superior de la parte vertical” e il *DRAE*, lo definisce come “Dicho especialmente de una reunión: Compuesta por los máximos dignatarios nacionales o internacionales para tratar asuntos de especial importancia”. Per quanto riguarda tale

<sup>3</sup> *Corralito*: “Limitación gubernamental impuesta temporalmente, con carácter general, a la libertad para disponer de los fondos depositados en las entidades financieras por parte de sus titulares, así como para transferirlos al exterior” (*DRAE*, versione online). Appare nella base dati NEOROM del Institut Universitari de Lingüística Aplicada, della Universitat Pompeu Fabra (IULA), “base de datos de neologismos de la red procedentes de la prensa diaria escrita en todas las lenguas románicas recogidos desde 2005”.

termine, sono necessarie varie specificazioni per capire a quale effettiva riunione ci si riferisca nei suoi vari contesti. È questo il caso di “cumbre de la UE (con los 28 jefes de Estado y de Gobierno)” (*El País*, 8/7/2015) e anche di numerosi altri casi: “cumbre de hoy” (lunes, martes...) “cumbre extraordinaria”, “de líderes”, “de crisis”, “de Eurogrupo”, “de países del euro”, “de la última oportunidad”. Nell’esempio che segue, le potenzialità di internet forniscono un aiuto extralinguistico:

Grecia incumplió este martes las expectativas y llegó a Bruselas, al Eurogrupo y a la cumbre de jefes de Estado y de Gobierno de la eurozona sin la esperada petición de rescate (*El País*, 8/07/2015, sezione *Internacional*).

Un link ipertestuale (segnalato nell’esempio proposto dal frammento sottolineato), che rimanda ad un articolo di approfondimento su chi costituiva la *cumbre* in quel momento e su quali risoluzioni sono state adottate. Scelta, questa, che consente di riconcettualizzare l’espressione. Anche il termine *austeridad*, che il *DRAE* definisce “1. f. Cualidad de austero; 2. f. Mortificación de los sentidos y pasiones”, nel contesto preso in considerazione esprime un concetto nuovo, si riferisce, infatti, alle misure di politica economica messe in atto. La differenza di trattamento del termine tra le due testate si evidenzia, visto che negli articoli di *Expansión* non appaiono specificazioni alcune, valga tra tutte come esempio:

para la firma de un acuerdo hay tres condiciones: el fin de la austeridad, una fuerte inyección de liquidez a la economía y una quita importante de la deuda (*Expansión*, 24/06/2015)

A sua volta, e anche in questo caso, *El País* ricorre al collegamento ipertestuale, indicato nell’esempio dalla sottolineatura: “Hemos hablado como pueblo y dicho basta a las medidas de austeridad.” (*El País*, 7/07/2015). Lasciando intendere che i lettori della testata generalista (sezione *Internacional*) non conoscano il concetto a cui ci si sta riferendo e possano essere necessari ulteriori approfondimenti.

Nel corpus preso in esame, la ridenominazione sceglie forme linguistiche che facilitano la comprensione. Può ricorrere all’uso di linguaggio figurato come nel caso di *El País* che invece di usare semplicemente il termine *crisis*<sup>4</sup> usa “polvorín<sup>5</sup> griego” per riferirsi alla situazione esplosiva della Grecia o usa il vocabolo *abismo*<sup>6</sup> o *precipicio*<sup>7</sup> per riferirsi a situazioni da cui è difficile riprendersi o uscire a causa della loro complessità. Si registrano casi in cui si ricorre alla creazione di neologismi, confermando ulteriormente l’originale capacità della lingua giornalistica di coniare nuove espressioni (Guerrero 2007). Nel caso preso in esame, la capacità creativa del prefisso euro dimostra una rinnovata intensità. Dopo l’uso di *eurolandia* e di *euroescépticos* coniati in una situazione storica precedente, ci si imbatte, nel caso della Grecia, in *eurocumbre*, totalmente assente però nel corpus del quotidiano economico *Expansión*. Tra i neologismi va citato

<sup>4</sup> *Crisis*: “5. f. Econ. Reducción en la tasa de crecimiento de la producción de una economía, o fase más baja de la actividad de un ciclo económico” (*DRAE*). *El País*: 92 occorrenze; *Expansión*: 161.

<sup>5</sup> *Polvorín*: “1. m. Lugar o edificio dispuesto para guardar la pólvora y otros explosivos. 2. m. Pólvora muy menuda y otros explosivos, que sirven para cebar las armas de fuego. 3. m. Situación que por su conflictividad puede estallar en cualquier momento. 4. m. Frasco para llevar la pólvora” (*DRAE*).

<sup>6</sup> *Abismo*: “1. m. Profundidad grande, imponente y peligrosa, como la de los mares, la de un tajo, la de una sima, etc. 2. m. Realidad inmaterial inmensa, insondable o incomprensible. 3. m. Diferencia inmensa. Entre el original y la copia hay un abismo. 4. m. p. us. infierno (lugar de castigo eterno). 5. m. Heráld. Punto o parte central del escudo. 6. m. Nic. Maldad, perdición, ruina moral” (*DRAE*). *El País*: 16 occorrenze; *Expansión*: 2.

<sup>7</sup> *Precipicio*: “1. m. Despeñadero por cuya proximidad no se puede andar sin riesgo de caer. 2. m. Despeño o caída precipitada y violenta. 3. m. Ruina espiritual” (*DRAE*). *El País* 10 occorrenze; *Expansión* 0.

decisamente il termine *Grexit*<sup>8</sup>, fusione delle parole *Greece* ed *exit*, che risulta essere coniato da due economisti di *Citigroup* (Willem Buiters e Ebrahim Rahbari) nel febbraio 2012 quando sembrava che anche allora la Grecia dovesse uscire dall'euro. A tal proposito, il *Sole24ore* informa che la parola *Grexit* era quasi scomparsa dai media, ma avverte anche che il termine è tornato ad accompagnare i difficili negoziati tra Atene e Bruxelles<sup>9</sup>. Rispetto all'uso di un'espressione più estesa, il termine *Grexit* potrebbe essere assimilabile ad un tecnicismo proprio di una comunità discorsiva sovranazionale e tipico del contesto dell'informazione mediatica.

## 5. Conclusioni

L'obiettivo generale del presente studio era di osservare il comportamento dei mezzi lessicali sostitutivi della terminologia specialistica, o complementari ad essa, e quindi delle strategie discorsive che veicolano l'informazione specializzata nei confronti del lettore comune nelle pubblicazioni divulgative prese in esame (*El País*, 175 articoli, e il quotidiano economico e finanziario *Expansión*, 173 articoli, nelle loro versioni online). Le riflessioni che sorgono, dopo l'indagine del corpus preso in esame, si rivolgono alla constatazione dell'esistenza di una ampia diversificazione delle situazioni comunicative specializzate secondarie. Per riferirsi al grado di originalità dei contenuti proposti nei discorsi scientifici, Gläser (1993) identifica forme primarie e derivate, considerando la divulgazione scientifica un esempio di forma secondaria, che ingloba al proprio interno distinti testi fonte più specializzati e generalmente composti da esperti del settore. Grazie anche alle nuove tecnologie, si è prodotta una proliferazione ed una interazione, sempre più numerose, di informazioni internazionali e di contenuti specializzati, che si aprono anche alle scienze umane e sociali. Termini specifici come *volatilidad*, *corralito*, *prima de riesgo*, *eurocumbre*, *Grexit*, usati in un contesto non specialistico, si adeguano alle strategie di ritestualizzazione, riconcettualizzazione e ridenominazione per essere comprensibili al grande pubblico. In un quadro teorico di analisi del discorso, i termini dimostrano, da un punto di vista linguistico, di possedere funzioni identiche a quelle che compiono le parole usate in discorsi non specializzati. In linea, tutto ciò, con la prospettiva discorsiva degli studi di Cabré (1999, 2003a, 2003b) che formulano il postulato di "valor especializado" che l'unità lessicale attiva nel discorso acquisendo lo status di termine:

una unidad léxica no es en sí terminológica o general, sino que por defecto es una unidad general y adquiere valor especializado o terminológico cuando por las características pragmáticas del discurso se activa su significado especializado. Toda unidad léxica sería pues potencialmente una unidad terminológica, aunque nunca hubiera activado este valor [...] Este significado no es un conjunto predefinido y encapsulado de información, sino una selección específica de características semánticas que se construye según las condiciones de cada situación de uso (Cabré 2005, p. 9).

L'informazione giornalistica nelle società attuali è una risorsa strategica fondamentale. È dotata di un enorme potere simbolico grazie alla sua capacità cognitiva e simbolica di definire e di ricostruire la realtà (Weimann G. 2000). Ciò le permette di ricreare, strutturando, i significati sociali. Partendo da tale scenario, il corpus preso in esame ha evidenziato che si costruisce un discorso sulla crisi greca a partire da una serie di

<sup>8</sup> *Grexit*: *El País* 34 occorrenze; *Expansión* 70.

<sup>9</sup> In <http://argomenti.ilsole24ore.com/parolechiave/grexit.html> (Aggiornato il 26 febbraio 2016). Ultima visita al sito 6/05/2017.



denominazioni che insistono, generalmente, su una caratterizzazione problematica e che ha a che vedere con l'ambito tematico della malattia, come per esempio "colapso", "muerte", "contagio", o del dramma, "catástrofe", "miedo", "ruptura". La strategia della personalizzazione favorisce l'uso di schemi semplificati degli interlocutori e la situazione greca si risolve nell'antagonismo di forze che si scontrano (tipico del discorso politico) e che tendono verso una soluzione. A tal proposito si inserisce l'uso della temporalizzazione, che compiace il lettore grazie alla creazione di aspettative che si rincorrono e, a volte, fatalmente si disattendono.

La mediazione tra un discorso specializzato ed il vasto pubblico, con tutte le varianti di cui essa è composta, implica quindi un processo di rielaborazione creativo e funzionale che va al di là del problema terminologico e che coinvolge i livelli linguistici nella loro globalità (Ciapuscio 2000). Nello spazio virtuale dell'informazione economica presa in esame, la funzione del termine e quella del giornalismo si incontrano, evidenziando le capacità camaleontiche che le espressioni hanno di adeguarsi alle caratteristiche discorsive nelle quali si contestualizzano.

**Bionota:** Francesca De Cesare si è addottorata in Iberistica presso l'Università degli studi di Bologna. È professore associato di Lingua e traduzione spagnola all'Università degli studi di Napoli "L'Orientale". È vicedirettore del Centro di Ricerca Interuniversitario *I-LanD* (Identity, Language and Diversity), e membro dell'AISPI (Associazione Ispanisti Italiani) e di AItLA (Associazione Italiana di Linguistica Applicata), fa parte del Comitato Direttivo del CLAOR (Centro Linguistico di Ateneo L'Orientale) e del comitato di redazione degli *Annali- Sezione Romanza*. Ha diretto vari progetti di ricerca sulla costruzione delle identità discorsive nella stampa spagnola. Attualmente, nell'ambito dell'Analisi del Discorso, i suoi interessi di ricerca si concentrano sulle rappresentazioni di alcuni fenomeni sociali nei discorsi della stampa.

**Recapito autore:** [fdecesare@unior.it](mailto:fdecesare@unior.it).

## Riferimenti bibliografici

- Alcoba S., Freixas M. 2009, *La prensa digital: condiciones y lengua*, in Sarmiento R.E e Vilches F. (a cura di), *La calidad del español en la red. Nuevos usos de la lengua en los medios digitales*, Ariel, Barcelona, pp. 27-57. [http://dfe.uab.es/dfeblogger/salcoba/files/2009/07/prensa\\_digital\\_lengua.pdf](http://dfe.uab.es/dfeblogger/salcoba/files/2009/07/prensa_digital_lengua.pdf) (05/05/2017).
- Álvar Ezquerro M. 1999, *El léxico nuevo en los medios de comunicación*, in Gómez Manzano P., Carbonero P., Casado Velarde M., *Lengua y discurso: estudios dedicados al profesor Vidal Lamíquiz*, Arco Libros, Madrid, pp. 125-144.
- Arrese Á. 2012, *¿Qué se espera del periodismo económico?*, in “Istmo” 268. [http://istmo.mx/index.php/2003/09/09/que\\_se\\_espera\\_del\\_periodismo\\_economico/](http://istmo.mx/index.php/2003/09/09/que_se_espera_del_periodismo_economico/) (05/05/2017).
- Arrese Á., Vara-Miguel A. 2014, *Alarma y alarmismo: medios de comunicación y crisis económica*, in “Estudios sobre el mensaje periodístico” 20 [2], pp. 933-951. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/47042/44113> (05/05/2017).
- Cabré M.T. 1999, *La terminología: representación y comunicación*, Instituto Universitario de Lingüística Aplicada, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.
- Cabré M.T. 2003, *Investigar en terminología: posibilidades y líneas de trabajo*, in AA.VV., *Panorama actual de la investigación en traducción e interpretación*, Editorial Atrio, S.L., Granada, pp.495-512.
- Cabré M.T. 2003, *Theories of terminology: their description, prescription and explanation*, in “Terminology” 9 [2], pp.163-199.
- Cabré M.T. 2005, *La Terminología, una disciplina en evolución: pasado, presente y algunos elementos de futuro*, in “Debate Terminológico” 1 [1], RITERM (Red Iberoamericana de Terminología), París. <http://seer.ufg.br/index.php/riterm/article/view/21286/15349> (04/05/2017).
- Calsamiglia H. 1997, *Divulgar: itinerarios discursivos del saber. Una necesidad, un problema, un hecho*, in “Quark” 7, pp. 9-18. <http://quark.prbb.org/7/estrella.htm> (04/05/2017).
- Cassany D., López C., Martí J. 2000, *Divulgación del discurso científico: la transformación de redes conceptuales. Hipótesis, modelo y estrategias*, in “Discurso y sociedad” 2 [2], pp. 73-103.
- Ciapuscio G. 2000, *Hacia una tipología del discurso especializado*, in “Discurso y Sociedad” 2 [2], pp. 39-71.
- Ciapuscio G.E. 1993, *Reformulación textual: el caso de las noticias de divulgación científica*, in “Revista Argentina de Lingüística” 9 [1-2], pp. 69-116.
- Ciapuscio G.E. 1997, *Lingüística y divulgación de ciencia*, in “Quark” 7, pp. 19-28.
- Ciapuscio G.E. 2001, *Procesos y recursos de producción textual en la divulgación de ciencia*, in Jenny Brumme (a cura di), *La historia de los lenguajes iberorrománicos de especialidad: la divulgación de la ciencia* (actas del II Coloquio Internacional 27-29 de mayo de 1999), Vervuert-Iberoamericana, Madrid, pp. 17- 42.
- Corner J. 1998, *Television news and economic exposition*, in Gavin N.T. (a cura di), *The Economy Media and Public Knowledge*, Leicester University Press, London, pp. 53-70.
- Dader J.L. 2012, *Periodismo político y política del periodismo: imaginando un futuro digno y sostenible*, in Berrocal G. S., Campos Domínguez E. (a cura di), *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios*, SEP, Madrid, pp. 35-58. [http://www.periodistica.es/sep2016r/images/La\\_investigacion.pdf](http://www.periodistica.es/sep2016r/images/La_investigacion.pdf) (05/05/2017).
- Deaglio M. 2009, *Ecco gli errori dell'informazione economica*, in “La Casana” 1, pp. 4-7. [https://www.gruppocarige.it/gruppo/html/ita/arte-cultura/la-casana/2009\\_1/pdf/04\\_07.pdf](https://www.gruppocarige.it/gruppo/html/ita/arte-cultura/la-casana/2009_1/pdf/04_07.pdf) (04/05/2017).
- DRAE, *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, <http://www.rae.es/> (04/05/2017).
- Gallardo P., Enguix O. 2014, *Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares*, in “Círculo de lingüística aplicada a la comunicación” 58, pp. 90-109.
- Gläser R. 1993, *A multi-level model for a typology of LSP genres*, in “Fachsprache. International Journal of LSP” 15 [I-2], pp. 18-26.
- Guerrero Salazar S. 2007, *La creatividad en el lenguaje periodístico*, Cátedra, Madrid.
- Lázaro Carreter F. 1977, *El lenguaje periodístico entre el literario, el administrativo y el vulgar*, in *Lenguaje en periodismo escrito*, Fundación March, Madrid, pp. 9-32.
- Laurence Anthony's AntConc. <http://www.laurenceanthony.net/software/antconc/> (05/05/2017).
- Martínez Albertos J.L. 2001, *El mensaje periodístico en la prensa digital*, in “Estudios sobre el mensaje periodístico” 7, pp. 19-32. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110019A/12799> (30/04/2017).
- Soriano J. M. 2012, *Prensa económica ¿Ángel o demonio? De la democracia a la actualidad*, Servicio de publicaciones de la Fundación para la investigación Juan Manuel Flores Jimeno, Madrid.
- Tzogopoulos G. 2016, *The Greek Crisis in the Media: Stereotyping in the International Press*, Routledge.

- UPF\_Term della Universitat Pompeu Fabra <http://terminus.iula.upf.edu/cgi-bin/upfterm/upfterm.pl?intLang=Es> (05/05/2017).
- Van Dijk T.A. 1990, *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Barcelona, Paidós.
- Vara-Miguel A. 2004, *Naturaleza y retos actuales de la información económica*, in Sanz Establés C., Sotelo González J. e Rubio Moraga A.L. (a cura di), *Prensa y periodismo especializado*, Editores del Henares C.B, Guadalajara, pp. 101-110.
- Vellón Lahoz J. 2014, *Divulgación y didacticidad en el discurso periodístico: la información económica durante la crisis*, in “Revista de estudios de comunicación” 36, pp. 99-119. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/124323/zer36-05-vellon.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (05/05/2017).
- Vocabulario multilingüe de economía (RICOTERM2) <http://www.iula.upf.edu/rec/ricoterm/docums/vocecon/esp/> (05/05/2017).
- Walstad W. 1996, *Economic knowledge and the formation of economic opinions and attitudes*, in Peter Lunt y Adrian Furnham (a cura di), *Economic socialization: the economic beliefs and behaviours of young people*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 162-182.
- Weimann G. 2000, *Communicating Unreality. Modern Media and the Reconstruction of Reality*, Sage Publications, Thousand Oaks.