

# Il valore delle parole

## La narrazione sbagliata della violenza stradale

*“Furgone investe madre e figlio”; “Auto impazzita entra nello stabilimento balneare”; “Ecco la curva maledetta”; “Fatale il cordolo della ciclabile”; “Non mi sono accorto di niente”; “Il ragazzo è letteralmente volato”;* sono solo alcuni dei numerosi esempi su come i media usino spesso, nel caso della violenza stradale, un linguaggio assurdo che tende a giustificare chi ha comportamenti sbagliati alla guida, umanizzando le cose e spostando spesso l’attenzione sulle vittime e attribuendo loro qualche volta anche un ruolo attivo nella loro morte.

I media, le forze dell’ordine, i cittadini continuano inoltre a chiamare incidente un evento che incidente non è. Secondo la definizione della Treccani, incidente è “un avvenimento inatteso, per lo più con effetti dannosi, che interrompe il corso regolare di un’azione”.

Se superi i limiti di velocità, se guidi dopo aver bevuto alcolici o esserti drogato, se fai inversione ad U dove non consentito, se non ti fermi mentre un pedone attraversa le strisce pedonali oppure sorpassi superando la linea continua, tanto per fare degli esempi, l’evento che ne può conseguire non è certo “inatteso” per la statistica. Forse lo è nella testa di chi lo compie, ma non lo è sicuramente per il calcolo delle probabilità!

In questo libro, grazie al prezioso aiuto di esperte sul tema e amiche dell’Associazione Lorenzo Guarnieri, come Simona Bandino, Maddalena Carbonari, Anna Maria Giannini ed Elisabetta Mancini, cerco di rendere evidente al lettore come questa tipologia di narrazione a senso unico sia ormai da tempo consolidata nei media, nelle pubblicità e anche nel linguaggio delle forze dell’ordine e quali conseguenze porti, sia nell’opinione pubblica che nelle numerose vittime di violenza stradale.

E’ un racconto molto pericoloso perché porta la nostra società a “giustificare” 3.000 morti e 15.000 feriti gravi l’anno e prima causa di morte fra i giovani sino a 29 anni, come una naturale conseguenza del fatto che ci spostiamo da un luogo all’altro

Andando indietro nel tempo troviamo che non è sempre stato così. Negli anni 20 gli automobilisti erano



La copertina del libro

visti come molto pericolosi e osteggiati dalla stampa e dai cittadini. Nel tempo, grazie anche alla spinta delle case automobilistiche, è nata questa narrazione “giustificatrice” del mezzo meccanico molto aiutata da pubblicità che ci propongono un contesto irrealistico nel quale le auto sono sempre da sole, in città disabitate e prive di pedoni, semafori, incroci, ciclisti e auto parcheggiate. In un recente spot televisivo quando l’auto trova di fronte a sé dei pedoni appare all’improvviso un tunnel sotterraneo dove può continuare a sfrecciare senza perdere tempo. Il linguaggio e le immagini rafforzano senza dubbio un sistema di mobilità basato sull’auto e sulla moto, che esalta il diritto alla velocità dei mezzi e penalizza gli altri utenti della strada. L’auto viene sempre mostrata in un contesto irrealistico, facendoci percepire il mezzo e la strada come luoghi assolutamente sicuri e piacevoli evitando di allertarci sulla facilità con la quale possiamo uccidere o ferire una persona quando siamo alla guida di un mezzo di due tonnellate e che può raggiungere facilmente i 150 km/h. Le motivazioni che stanno dietro a queste scelte pubblicitarie non sono difficili da immaginare e attingono probabilmente alla volontà di associare i prodotti, nella mente dei consumatori, ad emozioni positive (quali la libertà e il divertimento), rendendoli così più attraenti e, di conseguenza, facilitandone la vendita. Sorvolando sulla natura meno gioiosa, spesso molto stressante e talvolta rischiosa del contesto stradale, questi brand si sottraggono però al compito, che in parte dovrebbe spettare anche a loro, di sensibilizzare ed educare al rispetto delle regole.

Come ben descritto in psicologia dalla teoria Social-Cognitiva e in particolare da Bandura, questa narrazione facilita senza dubbio i meccanismi giustificativi naturali che sono presenti nella nostra mente, come ad esempio i meccanismi di disimpegno morale. Si tratta di processi cognitivi che mettiamo in atto come funzionali alla giustificazione di atti aggressivi e moralmente inaccettabili. Queste strategie, facilitate dal contesto descritto sopra, ci portano, spesso inconsapevolmente, a giustificare comportamenti illegali alla guida e che possono uccidere, come ad esempio l’alta velocità e la guida in stato di ebbrezza. “In fondo cosa che vuoi che voglia dire un bicchiere in più se devo guidare, vadano a fermare i delinquenti invece che me”; “devo andare a lavorare, ho un lavoro importante cosa interessa a me dei limiti di velocità” sono due semplici esempi di queste giustificazioni morali.

## GLI AUTORI



### **Simona Teresa Mildret Bandino**

Giornalista, impegnata da anni nel supportare l’Associazione Lorenzo Guarnieri nella comunicazione.



### **Maddalena Carbonari**

Dottoranda in Comunicazione, presso il dipartimento di comunicazione e ricerca sociale (CORIS) di Sapienza, Università di Roma.



### **Anna Maria Giannini**

Professore ordinario di psicologia generale e direttrice del dipartimento di psicologia della facoltà di medicina e psicologia di Sapienza, Università di Roma.



### **Stefano Guarnieri**

Vice presidente dell’Associazione Lorenzo Guarnieri e autore del libro *Il torto di essere vittime*.



### **Stefania Lorenzini Guarnieri**

Presidente dell’Associazione Lorenzo Guarnieri e autrice del volume *Felici di seguirvi*.



### **Elisabetta Mancini**

Primo dirigente della Polizia di Stato, capo ufficio staff del vice direttore generale della pubblica sicurezza, ideatrice del *Progetto Chirone* e curatrice delle linee guida per la gestione delle vittime di scontri stradali e ferroviari.



Mentre ben poco possiamo fare nel cambiare il linguaggio delle pubblicità del mondo dei motori, che hanno il legittimo obiettivo di vendere più possibile, anche se almeno un codice di autoregolamentazione sarebbe auspicabile come hanno altri settori merceologici, crediamo che molto possa essere fatto con i media, le forze dell'ordine, i nostri amministratori e soprattutto con i cittadini. Tutte queste categorie, secondo me, devono acquisire nel campo della sicurezza stradale maggiori capacità critiche che permettano una valutazione maggiormente oggettiva del fenomeno eliminando la parola incidente dal loro vocabolario e aiutando a costruire un sistema di mobilità più sostenibile e sicuro a misura d'uomo e non di macchina.

Non dobbiamo poi dimenticarci delle vittime e l'impatto devastante che le parole sbagliate possono avere su di loro. Descrivere una vittima con "poveretto" o ancora peggio usare termini pulp come "spapolato" è una chiara mancanza di rispetto verso i familiari e può anche creare una vittimizzazione secondaria.

Non vogliamo lasciare il lettore solo con i problemi ma anche fornire esempi di possibili soluzioni che possono essere adottate. Le linee guida per gli operatori di Polizia Stradale e Ferroviaria per la gestione dei familiari delle vittime, definite dal progetto Chiron della Polizia di Stato, sono un bellissimo esempio di come formalizzare una conoscenza già presente e renderla disponibile a tutti. Il manuale aiuta gli operatori a evitare di usare le parole sbagliate nei confronti delle vittime e suggerisce atteggiamenti e comportamenti corretti. Il libro si chiude con un decalogo a firma di Laura Laker dell'Università di Westminster dal titolo *Linee guida per descrivere gli scontri sulla strada*. Si tratta di un documento che definisce dieci semplici regole, valide non solo per i giornalisti, ma per tutti quelli che devono scrivere e parlare di violenza stradale.

Non pensiamo certo che questo volume possa portare un cambio di direzione nel complesso mondo dei media. Proviamo soltanto a fare la nostra parte per aumentare lo spirito critico di chi legge e guarda la pubblicità, per abbandonare quella mentalità che ancora considera la morte sulla strada un incidente di percorso, un prezzo da pagare alla modernità. Tutto questo per continuare sempre a dare "VaLore alla vita", alla nostra e a quella degli altri. ■

Il libro **Il valore delle parole – La narrazione sbagliata degli scontri stradali** – edito da Giunti e curato da Stefano Guarnieri sarà disponibile su Amazon e ordinabile a richiesta in tutte le librerie a partire dal 10 dicembre 2022. L'incasso sarà interamente devoluto all'Associazione Lorenzo Guarnieri Onlus.

## I LIBRI DELL'ASSOCIAZIONE LORENZO GUARNIERI



disponibili su [www.lorenzoguarnieri.com](http://www.lorenzoguarnieri.com)

**\*Vice presidente Associazione Lorenzo Guarnieri Onlus**