

L'intervista

Nasce il «gentismo» la politica diventa uno spettacolo tv E apre all'antipolitica

Federico Mazzei. «Nei primi anni '90 la testimonianza della gente comune (antenata delle posizioni anticasta) e le "voci dal basso" sollecitate da personalità come Santoro imprimono un marchio da marketing, la politica diventa un prodotto di consumo tv»

È

il verbo «contaminare» l'anello di congiunzione fra talk show e politica (anche antipolitica): questo l'ingrediente essenziale dell'impasto da marketing comunicativo, come spiega Federico Mazzei, docente di Storia contemporanea e Storia del giornalismo all'Università di Bergamo.

Professore, il talk show domina l'universo mediatico, ma viene da una lunga storia.

«È un macrogenere televisivo che si inserisce nella progressiva mediatizzazione della politica e contribuisce anche in Italia alla nascita della "politica spettacolo", tematizzata per primo dal sociologo Gianni Statera. A cavallo degli anni '70-'80 si è transitati da un rapporto gerarchico, che assicurava ai partiti il controllo politico della televisione, all'esplosione di programmi che hanno imposto alla politica le logiche del medium televisivo. Il passaggio dall'austerità mediatica delle *Tribune elettorali* di Jader Jacobelli, trasmesse a partire dal 1960, nelle quali i partiti continuavano a gestire in propria mano la loro comunicazione televisiva, ad

in proprio la loro comunicazione televisiva, ai nuovi formati spettacolari può essere fissato nella campagna referendaria sul divorzio del 1974. Nelle elezioni del 1979, e soprattutto in quelle del 1983, si affacciano anche in Italia gli spot televisivi che pubblicizzano l'offerta politica».

Una netta discontinuità.

«Il talk show segna un salto di qualità: impone nuovi stili e linguaggi non solo politici, e quindi espropria la politica della propria retorica, rispondendo in qualche modo alla crisi dell'organizzazione dei partiti e al declino della tensione ideologica. Tutto ciò ha un prezzo: lo snaturamento del discorso politico».

Entriamo così in una realtà ibrida e complessa.

«Il talk show non nasce come genere politico. Penso ad esempio alle prime trasmissioni sportive degli anni '60, dal *Processo alla tappa* di Sergio Zavoli alla *Domenica sportiva* di Enzo Tortora. Si apre un nuovo scenario mediatico: la discussione politica è costretta a condividere lo spazio televisivo con altri contenuti e quindi diventa un genere che si presta alla contaminazione e alla ibridazione

degli argomenti, ma anche alla sovrapposizione delle presenze fisiche degli ospiti in studio. Rinvio al primo talk show politico, sia pure impuro: *Bontà Loro* di Maurizio Costanzo, che esordisce nel 1976 e arriva a ospitare l'anno seguente il presidente del Consiglio Giulio Andreotti. Ecco che le parole politiche non possono più essere autoreferenziali, interinali al circuito delle élite, ma abbattendo i confini ne abbassano il livello. La comunicazione politica è costretta a scendere a patti con formati

e logiche d'intrattenimento che non sono le sue. Il presupposto e l'esito impongono una radicale trasformazione del linguaggio e mettono in crisi le reticenze del "politichese".

Il conduttore è qualcosa di più di un semplice organizzatore-mediato.

«Emerge già negli anni '80 la figura dell'anchor man all'americana, meno notarile e più seduttore. Non più "soggetto terzo", piuttosto parte in causa fra le parti in campo. Il conduttore si spoglia dell'abito di giornalista-moderatore alla Jacobelli ed emergono personalità carismatiche e arrembanti, che personalizzano e professionalizzano il talk. Un esempio su tutti: Costanzo dà il proprio nome al nuovo programma, il *Maurizio Costanzo Show*, che va in onda dal 1981 con una longevità tuttora insuperata. Sulle reti pubbliche il solco è tracciato da un rotocalco d'attualità come *Mixer* di Giovanni Minoli, che reinventa con il "Faccia a Faccia" il genere dell'intervista politica televisiva, spettacolarizzata dall'aggressività delle domande incalzanti».

Un processo senza tregua.

«Si espande con un effetto-domino e la trasformazione comunicativa, accelerata dal decollo della tv commerciale, sfida la politica su un terreno inedito: quello dell'antipolitica. E qui siamo ai primi anni '90, la fine della Prima Repubblica e Mani pulite. Le voci dell'antipolitica trovano rappresentazione televisiva attraverso i collegamenti dallo studio alle piazze. Mi riferisco in particolare a *Milano Italia* di Gad Lerner e soprattutto a *Samarcaonda* di Michele Santoro, teletribuno per eccellenza. La testimonianza della gente - il "gentismo" antenato delle posizioni anticasta - svolge un duplice ruolo: coinvolge l'opinione pubblica e si tramuta in una pressione sul sistema dei partiti ed esplicitamente contro i suoi leader (Craxi su tutti) più esposti mediaticamente. Le "voci dal basso", dell'uomo comune, sollecitate da personalità istrioniche come il "giornalaio" Gianfranco Funari, imprimono un nuovo marchio al talk televisivo, che mette in scena la politica come spettacolo».

È un po' questa la svolta.

«Direi di sì e ben inserita nel terremoto dei primi anni '90. Con questa discontinuità la politica diventa un bene di consumo televisivo, che il cittadino-spettatore assorbe in modo seriale. L'informazione politica, fino a prima appannaggio dei "lettori privilegiati" della carta stampata, si tramuta in un prodotto audiovisivo accessibile al pubblico generalista della tv, finendo a sua volta fagocitata dall'overdose di teledemocrazia».

C'è infatti l'altra faccia della medaglia.

«C'era, e c'è, un rischio: quello di provocare un'inflazione del genere che comincia a occupare militarmente i palinsesti televisivi in tutte le fasce orarie, anche perché avvantaggiato dai bassi costi di produzione. Esplose e dilaga, come in nessun altro Paese, trasformando la politica in un'arena nella quale le logiche della competizione, dell'antagonismo e della drammatizzazione, più emotive che razionali, finiscono per prevalere. Il risultato è una spettacolarizzazione della messa in scena, una litigiosità a effetto che ostacola la comprensione

dei contenuti, una sovrabbondanza verbale che crea disinformazione e rischia di scivolare nel vaniloquio».

Con effetti ora ricercati ora indesiderati.

«C'è un effetto bias che i massmediologi ben conoscono: l'eccesso di offerta tv parcellizza il pubblico, il quale si espone al consumo di quei talk che confermano le proprie opinioni. La distanza fra pregiudizi e giudizi che la televisione veicola tende a diminuire. In sostanza il nesso fra politica e piccolo schermo diventa un fattore di crisi dello stesso genere, che si spettacolarizza con le presenze tv sempre crescenti per compensare una minore influenza sui processi decisionali. Detto in altro modo: una politica che conta sempre meno e che non costituisce più il centro di potere vuole recuperare attraverso il mezzo televisivo un ruolo pubblico che in realtà si traveste da messa in scena».

Quello che, come lei ricorda, il critico televisivo Aldo Grasso definisce «rito tribale».

«Sì, un rito tribale mascherato da spontaneità democratica e in definitiva pure poco decisivo. La presenza del pubblico in studio o in collegamento è ormai un contorno rispetto a una scenografia rissaiola che vede nel conduttore il cerimoniere indiscusso e sempre più orientato. Il quale a sua volta è sfidato dalla Rete. È vero che il web consente al talk di sopravvivere interattivamente, ma si tratta di un matrimonio complesso. Il talk attualmente è tallonato dal reality e quindi rischia di essere inglobato in altri format, un contenitore di altri generi in cui la politica non è più l'argomento unico. Si torna in questo modo al talk impuro, alla trasmissione che alterna contenuti politici e di costume, gossip e spettacolo. Una miscela in stile spezzatino, dove il talk è un contenitore fra i contenitori, mentre il pubblico comincia a stancarsi del narcisismo e del presenzialismo».

E qui entra in scena l'ospite: il competente e il incompetente, il generalista e il tuttologo, il buonista e il cattivista.

«Parliamo di una presenza fissa e ormai professionalizzata, in cui l'ospite si limita, e per certi aspetti vi è costretto, a recitare un ruolo. Personaggi che devono la loro popolarità non tanto alla cognizione dei temi trattati quanto alla capacità di interpretare e recitare una parte preconstituita. L'ospite diventa la componente decisiva per la massimizzazione dell'audience. Volendo applicare a questo genere la categoria politologica di Giovanni Sartori, si può dire che assistiamo ad una sorta di arena del "pluralismo polarizzato". E cioè: la differenti posizioni vengono declinate in modo estremo e radicalizzato, l'inclinazione allo scontro si fa programmatica. Ci troviamo, come dicevo prima, nel perimetro dello "scontro tribale", dove le voci si sovrappongono impedendo qualsiasi comprensione».

Il talk show come ha condizionato, in quale misura s'è riflesso sulla carta stampata?

«È un tema interessante, che mi capita spesso di discutere anche con i miei studenti, partendo da un testo che ho adottato nei miei corsi: *Giornali-*

Chi è Cultura e politica nel '900



UNIVERSITÀ DI BERGAMO

Federico Mazzei è ricercatore di Storia contemporanea presso il Dipartimento di Lettere, Filosofia, Comunicazione dell'Università di Bergamo, dove insegna anche Storia del giornalismo nel corso di laurea triennale in Scienze della Comunicazione e Storia del giornalismo 2 nel corso di laurea magistrale in Comunicazione, Informazione, Editoria. Si occupa di storia dell'Italia contemporanea e ha pubblicato, fra gli altri, numerosi contributi scientifici sulla cultura politica democristiana e la figura di Alcide De Gasperi. Il suo ultimo volume è «Cattolici di opposizione negli anni del fascismo. Alcide De Gasperi e Stefano Jacini fra politica e cultura» (1923-1943), Edizioni Studium, Roma 2020. Fa attualmente parte del Comitato scientifico della mostra-cantiere Bergamo Novecento.



smi. *Media e giornalisti in Italia* di Angelo Agostini, edito dal Mulino. La prima fase di questa rivoluzione politico-televisiva ha avuto un forte impatto sul panorama dei quotidiani e sulla sua ultima, grande mutazione modernizzatrice. All'inizio degli anni '90, con l'arrivo della neotelevisione tematizzata da Umberto Eco, la tv non si concepisce più come finestra aperta sulla realtà, ma come centro del mondo e suo universo simbolico. Insomma, questa fragorosa irruzione della politica spettacolo inscenata dalla tv, che diventa luogo e strumento di approfondimento dei temi politici di giornata, ha rappresentato una traumatica novità per i giornali, che hanno dovuto tenerne conto. Possiamo riferirci, in particolare, all'ultimo grande direttore di rottura, Paolo Mieli, che dal 1990 al 1997 ha guidato la *Stampa* e il *Corriere della Sera*, svecchiandone l'identità tradizionale con quel nuovo canone giornalistico (il "mielismo", appunto) riconosciutogli dai colleghi. Da editore, Gianni Agnelli notava che Mieli aveva "messo la minigonna alla vecchia signora", cioè aveva popolarizzato con l'intrattenimento il quotidiano di via Solferino. E proprio Mieli avrebbe spiegato, in un'intervista rilasciata nel 2001 allo stesso Agostini, che aveva dovuto misurarsi con l'ondata di mobilitazione civile alimentata nei primi anni '90 dall'inchiesta della magistratura milanese, che costringeva la carta stampata a intercettare un pubblico di lettori sempre più catturato dalla televisione d'assalto dei talk, divenuti vero centro di potere».

Contaminazione anche qui.

«L'operazione di Mieli è appunto quella di contaminare la grande stampa d'informazione con il nuovo approccio neotelevisivo. Fare della tv un serbatoio di notizie, nel momento in cui quel mezzo sta diventando baricentro degli umori antipolitici che lo stesso pubblico televisivo si attende di trovare rappresentati sulla carta stampata. Questo è lo stadio iniziale».

E infatti c'è una seconda storia.

«Il connubio dura per un certo periodo, poi comincia a sciogliersi. Diciamo che l'apice della telepolitica è il "Contratto con gli italiani" firmato da Berlusconi l'8 maggio 2001 nella trasmissione *Porta a Porta* di Bruno Vespa, la "terza Camera" televisiva del Parlamento, come è stata a suo tempo definita da Andreotti. Se fino ad allora la carta stampata era costretta a inseguire la tv, da un po' di anni mi sembra di scorgere un certo declino: il talk, che si dilata ovunque, comincia a dare segni di stanchezza sotto il peso della propria esorbitanza. Attualmente mi sembra prevalga una logica di separazione, nella quale talk e giornali sono costretti, con i loro rispettivi strumenti, a inseguire altri fronti mediatici: i nuovi consumi informativi dislocati sui canali dei social. I talk li vedo in crisi, al pari dei giornali, e in cerca di una nuova identità informativa».

Franco Cattaneo

©RIPRODUZIONE RISERVATA

LA POLITICA È
COSTRETTA A SCENDERE
A PATTI CON FORMATI
D'INTRATTENIMENTO

UNA POLITICA CHE
CONTA SEMPRE MENO
VUOLE RECUPERARE
CON IL MEZZO TV

È «SCONTRO TRIBALE»:
QUANDO LE VOCI
SI SOVRAPPONGONO
È DIFFICILE CAPIRE

IL FORMAT CON LA SUA
LITIGIOSITÀ ESPLODE
DA NOI COME IN
NESSUN ALTRO PAESE



Dall'alto in basso:
il «Maurizio Costanzo Show» ospita Francesco Rutelli nel teatro Parioli trasformato in studio televisivo;
Matteo Renzi ne «L'Arena» di Massimo Giletti;
Matteo Salvini con Lilli Gruber a «Otto e mezzo»;
Bobo Maroni a «Ballarò» di Giovanni Floris

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

007035