



L'INTERVISTA DEL LUNEDÌ

di GINO DATO

IL SOCIOLOGO RUGGIERO AUTORE DI «LA MACCHINA DELLA PAROLA» PER FRANCO ANGELI

# La vita è spettacolo «talk» che ti passa

## Un saggio sulla politica che fa show in Tv

In origine fu la parola, che poi divenne la macchina della parola. Che sia un salotto, una piazza, o un faccia a faccia, è la Tv che si è impossessata di questa facoltà e competenza fascinosi, rendendole un giocattolo di intrattenimento ma, soprattutto, un ordigno al servizio dei potenti. Oggi non potremmo vivere e comunicare senza i *talk show* che occupano il nostro quotidiano con un rumore di fondo continuo, spesso fastidioso, ma ineliminabile.

Ma quali sono appunto la struttura, l'interazione e la narrazione che ci vengono dai *talk show*? Decodificarli ci aiuta a usarli meglio, magari a starne anche lontani. Ne parliamo con Christian Ruggiero, ricercatore in Sociologia dei Processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Università «La Sapienza» di Roma, autore per le edizioni Franco Angeli del saggio *La macchina della parola*.

**Ruggiero, cos'è stato in origine e cos'è, invece, oggi il «talk show»?**

«In origine il *talk show* è intrattenimento. Ma è l'accezione americana, quella del *Tonigh Show* o del *Letterman*. In Italia il *talk* «nasce» con Maurizio Costanzo, ed è sin da subito una creatura ibrida, che

vuole intrattenere ma che dà molto spazio alla politica e soprattutto ai politici, soggetti tutti da scoprire alla metà degli anni Settanta e che, ancora oggi, devono dimostrare la loro capacità di «tenere la scena» anzitutto in Tv».

**In Italia, quindi, il «talk show» televisivo è prima di tutto il luogo dove avviene una politica parallela?**

«Certo, se non apertamente in concorrenza, con quella del Palazzo, dove il nuovo leader cerca legittimazione e il vecchio leader cerca la conferma delle sue prerogative; e questo non solo nei dati di ascolto del giorno dopo, ma anche nell'interazione del momento con il conduttore, gli altri ospiti, i giornalisti, il pubblico».

**Elenchiamo le tipologie principali di «spettacolo della parola» che oggi prevalgono nella tv italiana?**

«Nel mio libro, riprendendo importanti studi della metà degli anni Novanta - dalla fine di quel decennio l'attenzione si è spostata prepotentemente sulla Rete, ed è per certi versi un gran peccato - individuo tre «tipi» che mi sembra riescano a rappresentare adeguatamente la realtà di oggi. Il salotto, quello a *la Bruno Vespa*, che è il modello più longevo ma non per questo il più innovativo. La piazza, quella di Santoro, ma anche di Floris e ora di Giannini, che è a

### I MODELLI IN AUGE

Salotto, piazza, o faccia a faccia: l'intrattenimento è un ordigno al servizio dei potenti



«PORTA A PORTA» Matteo Renzi ospite di Bruno Vespa. In alto, Lucia Annunziata

mio giudizio il più vivace. Il faccia a faccia, che rappresenta quel giornalismo «cane da guardia» al quale guarda Lucia Annunziata, e che mi sembra essere il più in crisi, proprio perché le domande richiedono una risposta approfondita, e la dimensione spettacolare è ridotta al minimo».

**Ma il «talk show» ha cambiato la televisione?**

«Senza dubbio. Almeno dal 1994, come dimostrano gli studi dell'Osservatorio Mediamonitor Politica che coordino e che è diretto dal prof. Mario Morcellini, registriamo una ricerca di informazione che si fa spasmodica in tempi di campagna elettorale. Se prendiamo atto che il modello della «campagna permanente» è diventato una dura realtà nel nostro Paese, non possiamo stupirci del fatto che, ad ogni stagione, i *talk* si ripresentino in così gran numero, occupando così tanta parte delle energie degli autori nel tentativo di inserire elementi di novità, ma a patto che, gattopardescamente, nulla cambi davvero».

**L'avvento della Rete, dei «social network», di Facebook, hanno modificato la forza e la natura dei «talk show»?**

«Sì, ma non nei termini di una rivoluzione «sanguinosa». I *talk* hanno dovuto fare i conti con un ambiente, quello della Rete, che sono stati tentati di usare al minimo, come veicolo di promozione dei

programmi e archivio delle puntate passate, ma con il quale sono stati costretti a dialogare. Non tanto con Facebook, quanto con Twitter, il cui flusso continuo di discorsi frammentati in 140 battute si intreccia con il discorso televisivo: soprattutto i giovani, guardano i *talk* con un occhio allo schermo del computer o del ta-

blet, dove scorrono commenti sulla trasmissione o sul personaggio che interessa loro. Queste due piattaforme ancora debbono acquisire familiarità l'una con l'altra, ma è vitale che si parlino».

**Dica la verità: questo «format» televisivo alla fine ha svilito o esaltato la principale arte dell'uomo, l'arte della conversazione?**

«L'ha spettacolarizzata. Che è al tempo stesso un'esaltazione e uno svilimento. È vero che nei *talk* il dibattito è confuso, fatto di interruzioni anche violente e di fra-

si-spot che non rispondono davvero al desiderio d'informazione del pubblico. Ma è anche vero che l'arte della retorica nasce nelle piazze reali, e nasce per convincere, anche a costo di usare artifici. Dalla piazza reale a quella elettronica, l'uso di questi artifici, che siano linguistici o riguardino il linguaggio del corpo, si è affinato in maniera inimmaginabile, ed è significativo che un uomo politico come Renzi "renda" altrettanto bene alla stazione Leopolda e a *Porta a Porta*, che a rigore sarebbero dei "modelli" di talk molto diversi. Sullo schermo, poi, rimane viva quella dimensione dell'interazione fisica tra i soggetti che la conversazione in Rete, giocando sulla logica testuale più che su quella dell'immagine, non può restituire».

