

(versione provvisoria e incompleta)

Il discorso politico come media event

Enrico Caniglia

All'interno dell'arena politica mediale, il *media event* è ormai tra i pochi spazi pubblici in cui è possibile realizzare alcuni importanti riti simbolici della politica, come l'investitura del leader. Gli studi tradizionali hanno evidenziato il suo aspetto di pseudo evento, con i suoi annessi effetti simbolici. Poco spazio è stato riservato all'elemento centrale dei *media event*, l'oratoria e il discorso del leader. Attraverso un approccio mutuato dall'etnometodologia, il paper vuol evidenziare come il discorso del leader non è solo un pronunciamento unilaterale e meramente funzionale alla teatralità dell'evento, ma sia al contrario una sorta di comunicazione dialogica. A questo scopo, l'analisi si concentrerà sul discorso di investitura di Veltroni alla segreteria del Partito democratico, e sul discorso di Silvio Berlusconi al primo Convegno del Pdl, trasmesso in diretta da una televisione nazionale.

1. *Un rituale ancora vivo e vitale: il discorso politico in pubblico*

Il mio intervento prova ad analizzare nel dettaglio alcuni aspetti costitutivi dei *media events* politici: il congresso del partito e il discorso di investitura del leader-segretario. Nel mio attuale percorso di ricerca sto cercando di applicare prospettive alternative a quelle classiche per lo studio della leadership, della personalizzazione e del carisma. Piuttosto che farne l'oggetto di una trattazione teorica (ad esempio, cfr. Cavalli 1982; 1994; 1999), la mia intenzione è di riportare tali temi su un piano prettamente empirico. In che modo? Principalmente provando a spostare l'attenzione alle pratiche e alle procedure con cui si costruisce il fenomeno indicato dai concetti di leadership-personalizzazione-carisma. Si tratta di interpretare il carisma e la personalizzazione come un insieme di procedure, di abilità e di pratiche, secondo una prospettiva forse meno politologica, ma più congeniale agli studi della comunicazione politica.

I discorsi ai congressi di partito o i discorsi di investitura sono una delle forme ancora vive e vitali del ritualismo politico nella società contemporanea nella si ritiene che gli aspetti cognitivi e razionali dovrebbero essere prevalenti e informare il nostro modo di concepire e di fare la politica. Congressi, investiture, *nomination*, *conventions* e simili attirano ampio spazio mediatico, ma questo non ne ha ridotto la valenza simbolica, anzi la copertura mediatica ne ha perfezionato la natura di autentici rituali moderni, secondo l'analisi straordinaria di Dayan e Katz (1993). Il mio interesse si concentra sull'analisi dettagliata e minuziosa dei meccanismi e delle metodiche che rendono un discorso di investitura un tipo di materiale fondamentale per il *media event* o rituale moderno. Chiarisco subito che non sono interessato a quello che il rituale politico significa per la rappresentazione della democrazia o per la cultura politica in generale di una società e quindi cosa ci dice sui suoi valori e le sue rappresentazioni, interessi che sono tipici dell'analisi di Jeffries Alexander – si pensi ai suoi studi sulle audizioni dello scandalo Watergate, in cui si metteva in evidenza la loro natura di rituali volti a sancire e a rafforzare i valori fondamentali della società americana. Non sono neanche interessato al tema del perché il *media event* costituisca un vero e proprio rituale anche se sono privi dei tratti che la letteratura antropologica attribuisce ai riti, un tema già ampiamente trattato dai già citati Daniel Dayan e Eliu Katz. Il mio obiettivo è differente: si tratta di scoprire *come* si costruisce un discorso politico in forma di rituale, *come* un discorso di investitura viene realizzato in modo da renderlo riconoscibile come un rituale. Insomma, si tratta di entrare nel dettaglio delle pratiche e procedure di cui è fatto un rituale politico. Questo mio interesse che può sembrare troppo formalistico, ma alla fine spero di mostrarne l'utilità per gli studi che si occupano di cultura politica, di comunicazione politica e di democrazia contemporanea.

L'approccio da me utilizzato è quello etnometodologico, e in particolare l'analisi della conversazione (Sacks 2007). Questo vuol dire che la mia attenzione non si concentra tanto sui contenuti dei discorsi, come invece fa l'approccio degli atti linguistici, la semiotica e la prevalente sociologia della cultura e le tecniche di ricerca come l'analisi del contenuto. Dal punto di vista etnometodologico, il discorso politico non è analizzato come testo, ma come "azione sociale". Ciò

che mi interessa è quello che si fa e non quello che si dice, in base alla prospettiva che lo specifico contenuto di quanto viene pronunciato, l'aspetto testuale di un discorso politico in pubblico, si regga su pratiche e procedure. Sono tali pratiche e procedure creano di significato di quanto viene. In breve: la forma determina e rende possibile il contenuto. In altre parole, se certe parole acquistano un certo significato o un certo valore, non è perché le parole possiedono significato in sé, ma perché sono realizzate in un certo modo attraverso l'applicazione di specifiche procedure e metodiche. Insomma, mi occupo non di quanto viene detto, ma di come viene detto.

L'interesse formale, morfologico, differenzia l'analisi etnometodologica del discorso e del rito politico dagli approcci prevalenti di tipo linguistico o psicologico, che sono quasi unicamente incentrati sui contenuti. Occorre subito sgombrare il campo da un altro possibile equivoco. Il fatto che il contenuto passi in secondo piano, non significa che l'analisi etnometodologica delle pratiche coincida con la classica analisi degli elementi non discorsivi, come le immagini, la postura, la prossemica. Psicologi, sociologi e studiosi della comunicazione, nel momento in cui hanno delegato a linguisti e semiotici il discorso inteso come testo, hanno finito per circoscrivere il loro interesse a questi aspetti non discorsivi: il corpo dell'oratore, i movimenti delle sue mani e della sua testa, la scenografia, i suoni, i gesti. Al contrario, nell'analisi etnometodologica il linguaggio resta centrale, ma in modo del tutto diverso rispetto alla linguistica e alla semiotica. L'etnometodologia è un approccio di tipo naturalistico che focalizza la sua attenzione sulle azioni-interazioni, sui metodi e sulle pratiche con cui si produce il significato di quanto viene detto e quindi del linguaggio (Sacks e Schegloff 1974; Sacks 2007).

Il materiale empirico su cui ho sperimentato la mia analisi è costituito dal discorso di apertura di Berlusconi al congresso dei PDL del 2009, il discorso di accettazione della candidatura a segretario del PD da Veltroni del 2007¹, il discorso di inaugurazione dell'assemblea di confindustria di Montezemolo del 2007, il discorso di investitura di Barak Obama del 2008.

2. *Il discorso politico come interazione*

Per prima cosa occorre immaginare il discorso politico – sia esso un discorso di apertura o chiusura di un congresso, un comizio elettorale, un discorso di investitura – come un'interazione e non come una comunicazione operata da un singolo. Il discorso politico, inteso come rituale e non come testo, è il prodotto dell'interazione tra oratore e pubblico. In particolare, come chiarirò più avanti, i passaggi che del discorso vengono poi ripresi dai media televisivi e quindi diventano parte integrante del *media event*, sono quelli in cui tale procedere interazionale è particolarmente evidente. In generale, i modi e le forme con cui il pubblico partecipa al rituale sono molteplici e vanno dagli applausi alle risate, dai fischi alle grida di approvazione, dai mormori di disapprovazione alla reiterazione urlata di slogan o del nome dell'oratore, oltre che ovviamente la semplice attenzione silenziosa. Con il loro concentrarsi sui contenuti, sul testo dell'intervento, le analisi classiche hanno finito per trascurare questa ricca e variegata fenomenologia di pratiche rituali. Eppure si tratta di aspetti che sono fondamentali anche per la produzione dei contenuti, del testo pronunciato. Proviamo a spiegarlo meglio.

Il discorso politico come quello dei casi da me prescelti per la mia analisi, è espressamente finalizzato a far manifestare affiliazione, consenso e apprezzamento per quello che viene detto e quindi, di converso, per oratore. Rispetto al classico comizio in piazza, nei tre casi analizzati esiste un aspetto cognitivo-contenutistico, nel senso che nel discorso politico sono articolati ragionamenti, argomentazioni, spiegazioni, descrizioni – ad esempio, dal punto di vista contenutistico gli oratori organizzano il loro discorso come l'esposizione di una serie di ragioni che portano alla candidatura, come la descrizione di un percorso di eventi e di fatti che hanno portato alla scelta di candidarsi, come un'occasione per fornire un bilancio e una valutazione di quanto si è fatto e di quanto si programma di fare nel futuro, come un modo per permettere all'uomo politico di dire come la pensa

¹ Ringrazio ISIMM e in particolare, Simona Cannataro e Marco Mazzoni per avermi procurato le registrazioni delle trasmissioni televisive relative a Berlusconi e Veltroni.

In quanto forma di auto-legittimazione, il discorso del leader in un comizio, al congresso di partito, o durante un rituale di investitura, si muove tra due poli: da un lato, favorire l'adesione razionale alle proposizioni enunciate, dall'altro, stimolare la partecipazione emotiva e per questa via l'identificazione con il leader. Il consenso viene quindi cercato sia sul piano razionale, di convergenza delle posizioni politiche, sia sul piano emotivo, di entusiasmo e di identificazione (Duranti 2003). Per fare queste due cose occorrono abilità, competenze e pratiche che non sono comuni, ma che devono fare parte dell'armamentario indispensabile dell'uomo politico, quanto meno in un contesto democratico.

Fin dai suoi albori, la retorica classica ha studiato il discorso politico in termini di abilità a persuadere un'audience. Le abilità oratorie sono essenzialmente capacità rivolte trasmettere contenuti, ma anche a emozionare, a far partecipare. Ciò comporta l'attenzione ad alcuni aspetti problematici, come la capacità di mantenere l'attenzione del pubblico e con essa di garantire la comprensione di quanto viene detto. Il politico carismatico è spesso anche un grande oratore, anzi gran parte dell'effetto carisma si identifica con la sua abilità nel parlare in pubblico (Atkinson 1984). Si pensi a John F. Kennedy, a Mussolini, a Giovanni Paolo II, a Hitler, a Lenin a De Gaulle a Martin Luter King e così via dicendo. Non bisogna tuttavia rischiare di ridurre il discorso politico in pubblico come un'azione di manipolazione e di persuasione, non fosse altro per il fatto che il pubblico a cui si rivolgono è composto assai spesso unicamente da sostenitori, quindi da soggetti che non bisogna certo persuadere. Il pubblico normale di tali discorsi non è spesso fatta da indecisi o da sostenitori dei partiti avversari. Se esiste un effetto persuasorio nelle opinioni e nelle convinzioni politiche, questo è il "valore aggiunto" dei mass media, e quindi attraverso la realizzazione dei *media event*, che allarga l'audience dell'oratore a soggetti diversi, come il pubblico televisivo e i giornalisti. Secondo alcuni sono proprio questi ultimi i veri destinatari dei discorsi e delle strategie persuasorie di questi rituali politici. Dopo la svolta mediatica, di fatto, nei congressi dei partiti, come anche nella *conventions* elettorali americane, il pubblico presente fisicamente all'evento ne costituisce parte integrante più che esserne il destinatario.

Alcuni studiosi hanno letto tale aspetto in chiave critica, evidenziando ad esempio che il pubblico compresente all'evento è ridotto al ruolo di "comparsa televisiva", mentre i veri destinatari sono in realtà i giornalisti e gli spettatori che seguono l'evento da casa. In realtà, se è vero che non è l'unico o forse neanche il principale destinatario, pur sempre il pubblico compresente non è una mera parte decorativa o superflua, ma un autentico e indispensabile protagonista nella produzione del rituale e dell'evento mediatico. L'intensità della partecipazione e del coinvolgimento del pubblico al rituale costituisce un ingrediente fondamentale per la riuscita del rituale politico e per la sua realizzazione stessa. Per questa ragione, il pubblico non va considerato come un mero destinatario passivo o un semplice elemento della scenografia, ma come parte integrante del rituale, un attore attivo nelle procedure che costituiscono il rituale.

L'oratore è ovviamente la figura centrale, ma non solo perché è colui che è al centro dell'attenzione e che, di fatto, espone gli argomenti. L'oratore è la figura centrale del rituale perché è chiamato a un ruolo di coordinamento e di attivazione del pubblico degli ascoltatori compresenti, se mi si consente il paragone, l'oratore è una sorta di "gran sacerdote" del rituale politico. Da qui l'importanza di abilità, capacità e competenze. L'oratore carismatico è colui che sa parlare in pubblico, ma parlare in pubblico non significa solo non essere timidi, ma significa sapere come attivare gli interventi degli ascoltatori (appalusi, risate, etc.) e come coordinarli all'interno del proprio discorso e quindi all'interno del rituale. Spesso si pensa che il pubblico degli ascoltatori sia una misera *claque* che si attiva a comando di qualche addetto alla cerimonia, come di fatto avviene nelle trasmissioni televisive, dove il ruolo del pubblico presente in sala è oggetto di una precisa sceneggiatura. In politica, questo aspetto è poco rilevante se non del tutto assente, e questo perché non è necessario: un buon oratore non ha bisogno di una *claque* che applaude a comando, sa come suscitare attenzione, applausi, risate e altre forme di approvazione. Non sto parlando soltanto dell'attuale politica spettacolo, poiché questo vale anche per i classici comizi in piazza o per le riunioni nelle sedi dei partiti, di cui alcuni di noi hanno avuto esperienza diretta. Questo non vuol

dire che qualche politico non possa ricorrere a una *claque* che aiuti un politico nella sua esposizione. Ma si tratta di eccezioni, poiché il bravo oratore non ne ha bisogno. Come il bravo comico riesce a far ridere la gente a teatro o in televisione senza bisogno di risate preregistrate o di gruppi di spettatori compiacenti a pagamento, lo stesso vale per il politico carismatico².

3. Che significa parlare in pubblico

In democrazia, il politico per antonomasia è l'oratore. Fin dall'antica Grecia, il saper parlare in pubblico è una capacità sempre richiesta all'uomo politico che agisce in sistemi democratici e fondati sulla creazione di consenso libero. Il sistema mediatico ha solo amplificato tale esigenza e in parte l'ha resa più stringente e rigorosa (Meyrowitz 1995). La forma del discorso politico tipo comizio o intervento in assemblea richiede capacità pratiche necessarie per risolvere una serie di problemi tecnici – ad esempio, problemi relativi alla produzione del significato, alla descrizione del sé politico del parlante, allo stimolare manifestazioni di consenso etc. Durante le campagne elettorali o le primarie, il politico ha sempre a disposizione altre forme comunicative, come l'intervista simulata, in cui la collaborazione di un giornalista o altro soggetto permette l'esposizione del politico nella forma classica della risposta a domande, oppure il confronto tipo "tavola rotonda" con altri politici. In queste forme, il discorso elettorale risulta comunicato in modo sicuramente più comodo e spesso risulta anche più facile da seguire per il pubblico degli spettatori. Queste forme sono diffuse specialmente nella politica teletrasmessa, ma anche le occasioni di interventi sul "terreno" sono spesso organizzate in tal modo.

Tuttavia, questo spesso può denotare che il candidato non è capace di tenere un discorso. Il tenere un discorso pubblico non è infatti una cosa tanto facile e che si può dare per scontato. Non è alla portata di tutti. Recentemente ho assistito agli interventi di Ignazio Marino, candidato alle primarie per la segreteria del PD (25 ottobre 2009) che consistevano in interviste simulate davanti a un pubblico in sala. Ma si tratta, appunto, di un politico "non professionista", che non ha fatto la normale gavetta politica. Il politico professionista di successo ha nel suo bagaglio sicuramente la capacità di tenere un discorso. Inoltre, coloro che vengono da professioni in cui parlare in pubblico è un aspetto richiesto (giornalisti, professori universitari, gente dello spettacolo etc.) riescono spesso a trasformarsi in figure politiche popolari e di successo.

Ma quali sono gli obiettivi e gli ostacoli che contraddistinguono il discorso in pubblico? Quale che sia la circostanza (comizio elettorale, discorso di apertura a un congresso o altra assemblea, pronunciamento davanti a una sala di giornalisti, intervento durante i lavori di qualche assemblea), gli obiettivi e gli ostacoli restano grosso modo sempre gli stessi. Provo a schematizzare:

Obiettivi:

- 1) catturare e mantenere l'attenzione del pubblico,
- 2) convincere ed entusiasmare.

Ostacoli:

- 1) tenere la parola a lungo: circa un'ora (senza interruzioni, soste o pause),
- 2) si parla ad un pubblico e in pubblico (pubblico fisicamente distante, numeroso e spesso rumoroso),
- 3) riuscire a comunicare i significati che si vogliono trasmettere senza essere fraintesi, ovvero controllare il messaggio (*stay on message*).

Cominciamo con gli obiettivi. L'oratore deve farsi capire, mantenere l'attenzione del pubblico per tutta la durata dell'intervento, ma deve anche nel contempo suscitare manifestazioni di apprezzamento e di entusiasmo presso il pubblico. L'applauso è uno dei momenti centrali del

² Sono decisamente contrario a tutte queste visioni ciniche e apocalittiche della politica, che sono in buona parte gratuite, deleterie e strumentali. Il cinismo non è una visione saggia e realistica della politica, ma spesso è uno strumento spregiudicato per la stessa lotta politica.

comizio o dell'intervento ³. Tanti applausi equivalgono a un successo del suo intervento, mentre pochi o flebili applausi sono invece indice di insuccesso. Ciò spiega l'importanza costitutiva della reazione dell'audience durante il discorso-rituale politico-*media event*. Il discorso in pubblico va inteso come un'interazione, un po' come se si trattasse di una conversazione. Naturalmente le modalità di intervento del pubblico sono molto limitate. Nei discorsi rituali, i membri del pubblico non possono prendere la parola, ma i loro interventi sono limitati e circoscritti: il primo e il più noto è l'applauso. Un discorso politico diventa allora una sorta di alternanza tra parlare dell'oratore e risposte (applausi) del pubblico in sala. La struttura base, elementare, di un discorso rituale in pubblico può essere rappresentata come segue:

[enunciati dell'oratore] + [applausi] + [nuovi enunciati dell'oratore] + [applausi] + [nuovi enunciati dell'oratore] etc.

Sotto questo punto di vista, il discorso politico assume la forma di una specie di fitto dialogo tra l'oratore e i suoi ascoltatori compresenti, per questa ragione è possibile applicare al discorso politico riflessioni sviluppate dagli etnometodologi sull'interazione verbale ordinaria. Esistono convergenze significative tra discorso pubblico e interazione verbale – anche se ovviamente il procedere del discorso in pubblico ha le sue ovvie differenze rispetto alla conversazione ordinaria, come vedremo meglio. Proviamo adesso ad approfondire. Innanzitutto, non tutti gli applausi sono uguali, nel senso che non comunicano o fanno la stessa cosa. Innanzitutto, applaudire è spesso un modo con cui il pubblico si unisce all'elogio dell'oratore verso qualche personaggio da lui citato. Specialmente agli inizi del discorso, l'oratore procede a richiamare e a elogiare alleati politici o figure politiche del passato. La struttura di questi passaggi del discorso-rito diventa assai simile a quella che caratterizza le presentazioni di attori o cantanti all'interno degli spettacoli televisivi o la proclamazione dei vincitori nelle premiazioni dei festival cinematografici (Atkinson 1984).

Estratto n. 5

Berlusconi: E <contravvenendo a tutte le regole della politica> mi sono permesso di insistere affinché avessimo con noi qualcuno che non è con noi ma <che è il nostro più leale (.) e affettoso alleato> (.) avere soltanto con noi >Umberto Bossi<
 Pubblico: xxXXXXXXXXXXXX

Estratto n. 6

Veltroni: ... è quello a cui ha pensato (.) a cui ha lavorato (.) per cui si è speso per coerenza e determinazione ed >io voglio oggi ringraziarlo veramente a nome di tutti noi<
 Pubblico: <il fondatore dell'Ulivo Romano Prodi>
 xxxXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Nella conversazione ordinaria, quando capita di esprimere un giudizio su qualcuno, il nostro interlocutore del momento è tenuto a pronunciarsi su tale giudizio, e la risposta *preferita* è l'assenso su tale giudizio (Pomerantz 2000), previa costituzione di una situazione ostile non solo verso il giudicato ma anche verso il parlante. Lo stesso avviene nel comizio. L'oratore produce un giudizio positivo su un personaggio e, come avviene nella conversazione ordinaria quando ci capita di citare ed elogiare un amico, l'interlocutore (in questo caso il pubblico) è tenuto a manifestare assenso verso questo giudizio, quindi applaudire. In caso contrario, si costituisce una situazione ostile o di dissenso verso l'oratore. In altre parole, l'elogio si realizza in forma di coppia adiacente (Sacks 2007). Tale meccanismo a coppia adiacente è ben visibile nelle premiazioni o nelle presentazioni di attori o cantanti negli spettacoli televisivi

Presentatore: e con vero piacere che vi presento Lina Consoli

³ In questa sede, lo spazio a disposizione mi costringe a occuparmi di manifestazioni di consenso, come appunto gli applausi. Le forme per la manifestazione collettiva di dissenso da parte di un'audience, come ad esempio i fischi e i mormorii, sono trattati in Clayman 1993.

Nei discorsi politici è la stessa cosa: vi è un giudizio positivo che è la prima parte di una coppia, che deve essere completata con una seconda parte (applauso = consenso sull'elogio), pena l'interpretazione del silenzio (essenza di applauso) come dissenso verso l'oratore. Il che non è certo un'opzione facile o un comportamento normale per un'occasione celebrativa, come può essere un congresso fatto di sostenitori.

In secondo luogo, esiste l'applauso che serve a indicare che il pubblico compresente sta seguendo con attenzione il discorso e il silenzio della platea non significa che stanno dormendo o stanno ciascuno pensando a qualcos'altro. Un po' come nelle conversazioni segnaliamo a chi sta parlando che lo stiamo ascoltando producendo i cosiddetti "continuatori" ("certo", "ah", "uhm", "si" etc.), così con gli applausi il pubblico testimonia e rende di volta in volta manifesta la sua attenzione. Come nelle conversazioni, anche nei comizi o negli interventi il pubblico è tenuto a manifestare che sta seguendo con attenzione e che sta comprendendo quanto viene detto dall'oratore di turno. Questo vuol dire che gli applausi non significano sempre e soltanto "approvazione" verso certi passaggi del discorso o "consenso" verso certe prese di posizione dell'oratore, ma sono un modo per indicare che si sta seguendo con attenzione e far andare avanti tranquillamente l'oratore nella sua esposizione.

Per quanto appaiono "dovuti" o "formali" (Fele 1999, 512), tali applausi richiedono purtuttavia un certo lavoro di coordinazione tra oratore e pubblico. Convenzionalmente, si è considerato l'applauso come una mera manifestazione di accordo che viene spontaneamente suscitata dal pronunciamento di certi contenuti appropriati. In realtà, il pubblico non applaude a tutte le cose dette su cui è d'accordo, ma gli applausi scoppiano in certi punti precisi del discorso⁴. In altre parole, non sono i contenuti di per sé a produrre l'applauso. Se così fosse gli applausi dovrebbero avvenire ad ogni contenuto condiviso, e quindi molto spesso se non addirittura costantemente per tutta la durata dell'intervento o del comizio. Invece, come è evidente a tutti, gli applausi si verificano solo in certi punti. Quali sono questi punti? Come nelle conversazioni si interviene nel parlato di qualcuno quando riconosciamo un punto di completamento nella sua esposizione, quando cioè ha completato di esprimere un enunciato completo, lo stesso avviene nel discorso politico: gli applausi scoppiano al primo punto di completamento di un ragionamento su cui si è d'accordo. Questa è anche la ragione per cui, da parte sua, il pubblico è tenuto a prestare attenzione al discorso per riconoscere per tempo questi punti di completamento. A sua volta, l'oratore deve in qualche modo preparare la riconoscibilità di questi punti di completamento, renderli non solo riconoscibili, ma anche agevolmente prevedibili. I ragionamenti sviluppati nell'argomentazione devono tendere a suggerire agli ascoltatori quali possano essere le conclusioni finali: ad esempio, si possono produrre giudizi non esplicitati e spingere così il pubblico a trarre le logiche conclusioni.

Il discorso politico funziona come se l'oratore gestisse l'intera situazione interazionale: è lui che organizza la sua esposizione non solo facendo attenzione ai contenuti ma anche in modo tale da allertare il pubblico ad applaudire alla prima occasione utile. In breve, gli applausi non sono esplosioni spontanee di accordo, quanto piuttosto il prodotto dell'azione accorta dell'oratore. A questo scopo l'oratore ha a sua disposizione diverse tecniche. Una di queste è la domanda retorica a cui segue la risposta dell'oratore: la fine della risposta è sicuramente un punto di completamento riconoscibile e ampiamente prevedibile per il pubblico. Sollevare un interrogativo e poi rispondere significa aiutare a riconoscere un punto di completamento, ed è lì che scatta l'applauso. Le domande retoriche servono anche a sollevare la curiosità di chi ascolta e così facendo sono utili anche per incentivare l'attenzione.

Un'altra importante tecnica è offerta dal sistema delle liste (Atkinson 1984; 2003). Se si fa bene attenzione, ci si accorge che il discorso in pubblico è rigidamente strutturato, e la struttura più comune sono le liste. Le liste servono a facilitare la comprensione del pubblico su quanto viene

⁴ Inoltre, l'applauso è un'azione collettiva, nel senso che i singoli membro del pubblico non applaudono a loro piacimento, ma gli applausi sono strettamente collegati. Gli applausi singoli sono rari e stigmatizzati negativamente.

- 3) => Dobbiamo avvicinare reciprocamente la scuola e l'impresa, colmando il divario tra ciò che si insegna e ciò che serve nel mondo del lavoro.

Nel discorso politico e nei messaggi politici in generale, la lista a tre elementi è un modo per riassumere e semplificare questioni complicate, dando l'impressione di aver coperto tutte le possibilità e la varietà delle componenti della questione. L'uso di tre elementi non è quindi casuale, ma risponde a precise esigenze pratiche di esposizione del messaggio, come anche di predisposizione dell'attenzione-concentrazione del lettore-ascoltatore. Infatti,

più la lista è estesa oltre il terzo elemento, più ridondante diventa ogni ulteriore aggiunta. C'è perciò non solo un numero minimo necessario per eliminare ogni ambiguità che può sussistere nel connettere una serie di elementi, ma anche un numero massimo per fare ciò senza lavorare eccessivamente un punto (Atkinson 1984, 160)

La produzione di un discorso richiede quindi una sorta di azione volta a disciplinare, incanalare e gestire il messaggio (Duranti 2007). Ciò avviene mettendo in sequenza le cose che si dicono. Si tratta di un aspetto fondamentale non solo per mantenere una facilità di ascolto e comprensione ma anche per controllare la forza (i significati e le azioni) che le parole hanno. Spesso le parole possono assumere per gli ascoltatori significati diversi da quelli voluti dall'oratore. Possono cioè significare al di là delle intenzioni di chi parla: le parole sono spesso popolate dalle intenzioni (significati) di altri (Duranti 2006). Nelle critiche agli avversari, ad esempio, «c'è troppa storia alle spalle del discorso politico perché chi lo usi possa sembrare completamente sincero o ingenuo nel muovere delle critiche a un avversario» (Duranti 2007, 78). Da qui l'abilità dell'oratore di prestare attenzione alla reazione del pubblico e provare a chiarire il senso e le intenzioni delle sue parole.

In ogni caso il procedere attraverso uno stretto coordinamento tra parlato dell'oratore e applausi del pubblico non dà il senso di un mero artificio, ma crea il fluire armonico, spontaneo, naturale e dà la sensazione di una mutua comprensione e intesa tra oratore e pubblico (Atkinson 1984). Insomma, tale procedere produce la riuscita del rituale e il suo riconoscimento come tale.

4. Applausi e claptrap

Nei rituali politici, come i congressi di partito, le *conventions* o le investiture, sono assai diffusi altri tipi di applausi: quelli che indicano partecipazione emotiva, autentico entusiasmo, oltre che piena adesione e massimo consenso su quanto viene detto. L'applauso assume la forma dell'ovazione (applauso di forte intensità e di ampia durata) che costituisce il climax, il momento centrale del discorso rituale, spesso ne costituisce l'opportuna e felice conclusione. Si può dire che il discorso politico non solo è volto a trasmettere ragionamenti e sviluppare argomentazioni, ma è costantemente e continuamente finalizzato alla produzione di applausi. L'applauso intenso viene spesso incentivato dall'oratore con l'impiego di tecniche particolari (*claptrap*). Insisto sul ruolo dell'oratore perché spesso si pensa che l'applauso sia un'azione esclusiva del pubblico – del resto è quest'ultimo che ovviamente applaude e non l'oratore. Al contrario, l'applauso è l'esito di una cooperazione tra oratore e pubblico, è qualcosa di co-prodotto, un evento che risulta dal lavoro coordinato di oratore e pubblico.

Al momento dello scoppio di un applauso *voluto*, l'oratore tace, proprio a dimostrare l'importanza e il carattere intenzionalmente pianificato dell'applauso. Spesso però l'applauso può verificarsi in un momento in cui l'oratore non lo vuole. In questa occasione, l'oratore non si ferma nel suo parlare, ma prosegue proprio per tacitare l'applauso e indicare così che non è quello un punto utile o opportuno per l'applauso, che gli preme continuare il ragionamento e sviluppare l'argomentazione. In altre parole, tacere all'applauso indica che l'applauso è opportuno ed è stato progettato, mentre continuare a parlare sull'applauso sta a significare un applauso che non è voluto dall'oratore, un applauso che non è caduto nel punto opportuno. Tale sovrapposizione di turni (Sacks, Schegloff e Jefferson 2000) di intervento tra oratore e pubblico va comunque ben gestita. Parlando durante l'applauso al fine di tacitarlo, l'oratore fa infatti attenzione a non dire cose

tutto può sembrare scontato, ritualistico nel senso di meccanico e poco spontaneo, e addirittura di recitato e quindi falso. In realtà, non è così. Interpretare il rituale come una mera recita senza alcuna partecipazione emotiva o cogniva, anzi come una mera messa in scena, non aiuta la comprensione dei rituali politici, anzi risulta fuorviante rispetto alla loro importanza politica nelle società moderne. Chiediamoci innanzitutto: perché il pubblico applaude con partecipazione rispetto a cose che ha già sentito? L'applauso è il semplice prodotto del pronunciare cose su cui il pubblico è d'accordo? Una risposta è offerta da Alessandro Duranti nella sua analisi dei discorsi politici (comizi elettorali) di un candidato democratico al Congresso: i membri del pubblico applaudono non solo perché sentono dire quello su cui sono d'accordo «ma [perché] lo sentono detto in un modo che è migliore di quello che loro stessi avrebbero potuto immaginare» (Duranti 2007, 111). In altre parole, il bravo oratore non si limita a soddisfare gli ascoltatori nelle loro aspettative, ma è capace di riuscire a sorprenderli, e così offre loro una ragione in più per essere entusiasti. L'abilità dell'oratore sta tutta in questa capacità di sorprendere il pubblico con le soluzioni retoriche con cui si esprimono i valori ampiamente consensuali e che l'analisi meramente contenutistica si limiterebbe a considerare come risaputi.

5. *La naturalezza: uno dei segreti dell'oratore carismatico*

L'insistere sugli aspetti tecnici e metodici che strutturano il discorso politico può dare l'impressione di inautenticità della politica e, dato il successo e il consenso che circonda gli oratori più abili, potrebbe suggerire che i cittadini o meglio noi tutti ci siamo ormai rassegnati a una politica recitata e falsa. In realtà le cose stanno diversamente. La schiettezza e la sincerità continuano a costituire valori politici importanti, anzi per il fatto che sono rari, ancora più importati e decisivi. Il bisogno di autenticità non è scomparso anzi è diventato più pressante: a ogni occasione di comunicazione politica, il pubblico trascura i contenuti, non perché è distratto o confuso dallo "spettacolo comunicativo" e dalle subdole strategie di marketing messe in atto dagli *spin-doctor*, quanto perché cerca l'autenticità nelle parole del politico. Non è tanto la creduloneria a essere il tratto caratterizzante la cultura politica contemporanea, quanto invece il cinismo. Al pubblico contemporaneo, il messaggio politico appare sempre interessato, scaltro e falso. E la reazione non è solo rifiuto o incredulità verso i contenuti propinati dalle dosi quotidiane di comunicazione politica, ma anche e soprattutto fatta di assuefazione. Ecco allora per i politici l'importanza cruciale di riuscire a risultare sinceri e autentici, insomma "diversi".

Questo aspetto è stato ben compreso dall'oratore carismatico contemporaneo, il quale punta a dare l'impressione di schiettezza e autenticità attraverso la produzione di una naturalezza nell'esposizione e nel messaggio. Nel senso comune, la naturalezza e la spontaneità sono indicatori di autenticità e di sincerità. La gente cerca e apprezza la spontaneità, che significa sincerità e onesta, e rifiuta l'artificiosità, che identifica con l'inganno e la manipolazione. Ragion per cui basta essere (sembrare) naturali per essere considerati schietti e onesti. Sembrare naturali, un'intensità schetta e sincera nel dire le cose o nel pronunciare un discorso, può allora aiutare a convincere e a entusiasmare.

Nei discorsi politici, un modo per dare l'impressione di naturalezza è quello di realizzare una corrispondenza tra gesti e parole, tra espressioni facciali e parole. Tuttavia, leggere un testo scritto rende assai difficoltoso coordinare i movimenti delle mani o delle braccia, in quanto l'oratore è assorbito dalla lettura. Di converso, quando si procede "a braccio" l'impressione di spontaneità è massima, ma c'è sempre il rischio che si perda il filo del discorso: l'oratore rischia di non ricordarsi cosa ha appena detto, anche perché nel discorso in pubblico esistono diverse fonti di distrazioni: movimenti delle persone sedute in prima fila, brusii etc.. La lettura è allora un aiuto indispensabile.

Una felice soluzione a questo problema è quella di dare l'impressione di non leggere un testo scritto ... nonostante si legga un testo scritto. I problemi del procedere a braccio sono assenti e nello stesso tempo l'oratore dà l'impressione di non leggere. L'effetto è quello di un oratore che procede in modo spontaneo e autentico, quindi sincero nelle cose che dice, anche se di fatto legge. Non a

caso, questa soluzione si basa su un mezzo tecnologico chiamato “macchina della sincerità” (*sincerity machine*). La macchina della sincerità è stata introdotta per la prima volta da Ronald Reagan nella *nomination* repubblicana del 1980 (cfr. Atkinson 1984). Le parole appaiono su schermi trasparenti che possono essere visti solo dall’oratore e sono invisibili al pubblico. Un assistente posto dietro la scena segue il discorso e fa scorrere le frasi negli schermi. In genere, gli schermi sono due e posti ai lati dell’oratore in modo che quando vi legge l’oratore può contemporaneamente rivolgere, o sembra rivolgere, lo sguardo al pubblico. Il tutto dà l’impressione di una non-lettura e quindi di naturalezza nell’esposizione e quindi nelle cose che dice. Il candidato di fatto legge il discorso, ma non su fogli di carta, e ciò funziona nel dare l’impressione di procedere “a braccio”, in modo spontaneo. Inoltre, un oratore che rivolge lo sguardo verso l’uditorio mantiene alta l’attenzione del pubblico, rispetto a un oratore che sta invece tutto il tempo con gli occhi e la testa piegati sulle pagine che sta leggendo.

L’importanza della schiettezza e dell’autenticità è poi evidente nella tendenza del politico a parlare di se stesso, a raccontare i propri fatti ed eventi privati, scegliendo toni calmi e confidenziali e allontanandosi dalla formalità e dalla solennità, anche quando si tratta di offrire giustificazioni di iniziative politiche. Il parlare di sé, di quello che si prova, il raccontare aspetti strettamente privati danno sempre l’impressione di avere di fronte un politico “umano” e quindi onesto e sincero. Del resto, per il pubblico contemporaneo tutte le più importanti parole politiche, o simboli chiave come li chiamava Lasswell, come “democrazia”, “libertà”, “solidarietà”, “pace”, “governo”, “autorità”, “Stato”, “giustizia”, “popolo”, “giovani”, “futuro” etc. sono ormai termini consumati e che non riescono a rappresentare realmente qualcosa per il pubblico odierno – con buona pace dell’analisi del contenuto. Le dosi massicce di comunicazione politica elettorale e non, li hanno rese ormai inservibili per l’appeal politico. Per il pubblico sono ormai meri paraventi di interessi personali e di gretti calcoli utilitaristici. Attenzione: questo non vuol dire che esista una disaffezione e un disinteresse definitivo come certe frettolose analisi dell’antipolitica hanno suggerito, al contrario, il desiderio di una politica in grado di entusiasmare cresce ed è sempre vitale. Da qui la ricerca da parte dei politici di forme verbali e di “trovate” linguistiche sempre nuove, come anche l’ingresso di parentesi di natura non politica nei discorsi ufficiali. Ecco un esempio tratto dal discorso di Veltroni

Estratto

Veltroni	<p>Permettetemi di concludere citando queste poche righe (.) queste parole questi pensieri sono parole pensate e scritte da una ragazza di quindici anni [.....] non ho pensato che ci sono persone nel mondo [.....] per questo ho deciso di regalarvi anzi di regalarci un’adozione a distanza. Spero di avervi fatto felici. Mi dispiace di avere un regalo che possiate scartare ma spero così di lasciarvi sorpresi <eccoli i nuovi italiani (.) sono così></p>
Pubblico Veltroni	<p style="text-align: right;">XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> <p>sono i nostri figli e sono i nostri nipoti e a loro (.) proprio a loro abbiamo il dovere di consegnare un’Italia unita un’Italia moderna e un’Italia giusta grazie <p style="text-align: right;">XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</p> </p>
Giornalista	<p>[musica Albinoni arrangiato anni Settanta] è questo era il discorso di Walter Veltroni. Ha parlato per circa un ora è mezzo. Ha toccato moltissimi argomenti. Un discorso preciso, dettagliato nei contenuti e anche nelle proposte. Un discorso che, lo avete sentito dalle ultime battute, è cresciuto mana a mano anche a livello di emozioni e di partecipazione. Ne parleremo tra pochissimi istanti</p>

L’entusiasmo, le emozioni e la partecipazione, e quindi gli applausi e l’ovazione, restano ancora aspetti centrali dei processi di legittimazione politica. Per questa ragione, l’oratore è più che mai pressato a rafforzare la sua abilità comunicativa.

6. Conclusione. Discorso politico e media elettronici

Può forse far impressione parlare di comizi, interventi e discorsi in un mondo sempre più caratterizzato da forme comunicative ultratecnologiche e in cui l'immagine prevale sulla parola. Certamente è vero che oggi esistono diverse altre modalità comunicative, come il *talk show*, l'intervista televisiva, i filmati, le immagini. Purtuttavia, sono convinto che il discorso politico, che in passato è stata la forma di comunicazione politica per eccellenza tra politico e pubblico, continui ad avere una sua rilevanza nella produzione del consenso e nell'auto-legittimazione del politico. Una ragione è che il bisogno di momenti rituali non sia scomparso nella società moderna. Il sistema delle primarie e la fusione dei partiti non producono un venir meno dei bisogni di identificazione e di costruzione di confini tra identità, gruppo e collettività politiche. Anzi, tali bisogni aumentano, e con essi crescono le azioni e le situazioni rituali in cui tali bisogni possano essere soddisfatti. Il discorso politico in pubblico è quello che meglio si presta a organizzare un rituale di identificazione. Ovviamente, con questo non sto dicendo che i discorsi ai congressi di partito o alle *nominations* creino le identificazioni politiche, purtuttavia non si può negare che costituiscano i luoghi in cui tali identificazioni possono esprimersi e farsi conoscere.

Inoltre, la personalizzazione richiede la messa in luce del politico: infatti, se la politica è fatta da individualità, allora queste individualità devono trovare l'occasione per mettersi alla prova, l'occasione per parlare e quindi per convincere. E qui si torna al punto fondamentale. Al di là dei proclami sull'abbassare le tasse e sulle battute e i gestacci, al di là delle strategie elettorali e delle immagini televisive, o del sostegno dei media, il successo di personaggi politici come Berlusconi, come lui stesso ammette, è quello di saperci fare con la comunicazione – anche se come un oratore è abbastanza convenzionale e riesce meglio nelle interviste e nei confronti. Il carisma, malgrado tutto, non è una “dote naturale” come non è soltanto una mera percezione altrui, ma è essenzialmente un metodo. Il leader carismatico possiede un'abile oratoria e un'efficace oratoria è il prodotto dell'azione di specifici meccanismi che strutturano l'interazione tra oratore e pubblico.

Concentrarsi sul discorso politico che caratterizza i comizi o gli interventi introduttivi nei congressi, non vuol però dire che la tecnologia mediatica non abbia la sua rilevanza. L'attuale discorso pubblico si è modificato per adattarsi agli imperativi della comunicazione politica contemporanea, essenzialmente mediatica. In Gran Bretagna, il declino dell'ala sindacale all'interno del partito laburista è stata sancita dal ridimensionamento dell'importanza dei comizi elettorali nelle piazze, quelli in cui i vecchi leader sindacali erano esperti, e l'importanza dei discorsi teletrasmessi che richiedono altre qualità e altre abilità (Atkinson 1984), poi ben dimostrate da politici come Tony Blair.

Inoltre, i discorsi pubblici sono sempre più spesso infarciti di affermazioni tipo slogan, perché questi possono essere più facilmente ripresi dai giornalisti. I grandi ragionamenti sono conclusi con forme sintetiche, che sono poi assunte dai giornalisti come “il succo” del messaggio e del significato complessivo di un intervento e soddisfare così la loro esigenza professionale di “sintesi”. I giornalisti riversano le loro attenzioni alla ricerca di passaggi citabili, e il discorso politico si adatta e si fa molto più semplice, più strutturato, e sempre più costellato da enunciati brevi e concisi. Il discorso politico in pubblico ha quindi provato a far propria una delle caratteristiche della politica mediatica e cioè: «ridurre ogni cosa a slogan brevi e di facile memorizzazione per poi usarli in modo martellante» (Wallace 2005, 239). Non solo. I momenti di un comizio o di un intervento che poi passano in Tv o che troviamo su *youtube* sono quelli sottolineati da applausi intesi e da ovazioni. In altre parole, gli applausi sono usati dai giornalisti, o da chi carica i propri video su *youtube*, per individuare i passaggi più significati di un discorso, per stabilire quali sono le cose più importanti che sono state dette. Il pubblico a casa interpreta quanto detto anche alla luce dell'applauso suscitato – non a caso nei servizi dei telegiornali, più il Tg5 meno Tg1, viene riportato sia il pezzo del discorso sia anche l'applauso che lo ha accompagnato. L'applauso è visto come criterio per stabilire ciò che è saliente e rilevante in un comizio. In altre parole, il successo di un *media event* politico non è fatto solo di pubblicità concertata tra organizzatori e giornalisti, ma si nutre principalmente delle capacità comunicative del bravo oratore.

La comunicazione ha le sue leggi e le sue regole. Si possono avere le migliori idee del mondo, il massimo della sincerità e dell'onestà, ma se queste cose non si riescono a comunicare è come se non esistessero. Questo non vuol dire che la comunicazione spinga all'ipocrisia, che sia la quintessenza della manipolazione o che sia l'equivalente democratico della coercizione, ma solo che è un fenomeno che ha la sua autonomia, la propria struttura, e non può ridursi al contenuto argomentativo o all'identità di chi parla. Solo quando il discorso politico si riduce a tecniche comunicative senza contenuto, allora come cittadini dovremmo cominciare a preoccuparci. L'analisi delle tecniche di cui si avvalgono gli oratori carismatici per produrre applausi e quindi un sostegno rituale visibile e teletrasmissibile, dovrebbe renderci più consapevoli ed esigere dai politici riflessioni e argomentazioni più sostanziali e più razionali.

Riferimenti bibliografici

- Atkinson M. (1984), *Our Masters' Voices*, Routledge & Kegan, London.
- Atkinson M., (2004), *Lend Me Your Ears*, Oxford University Press, Oxford.
- Dayan D. e Katz E. (1993), *Le grandi cerimonie dei media*, Baskerville, Bologna.
- Duranti A. (2001), "The voice of the audience in contemporary American political discourse", in Tannen D. and Alatis J. (a cura di), *Linguistics, Language, and the Real Word: Discourse and Beyond*, Georgetown University Press, Washington.
- Duranti A. (2006), "Narrating the political self in a campaign for U.S. Congress", in *Language in Society*, 35, pp. 467-497.
- Duranti A. (2007), *Etnopragmatica. La forza nel parlare*, Carocci, Roma.
- Cavalli L. (1982), *Il capo carismatico*, Il Mulino, Bologna.
- Cavalli L. (1994), *La personalization of the Leadership in Italy*, working paper Ciuspo, n. 2.
- Cavalli L. (1999), *Carisma*, Laterza, Roma-Bari.
- Clayman S. (1990), "From Talk to Text: Newspaper Accounts of Report-Source Interactions", in *Media, Culture and Society*, 12, pp. 79-103.
- Clayman S (1993), "Booing: The Anatomy of a Disaffiliative Response", in *American Sociological Review*, vol. 58, pp.110-130.
- Clayman S. e Heritage J. (2002), *The News Interview*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Fele G. (1999), "Un grande partito non si celebra: discute", in *Rassegna italiana di sociologia*, n.4, pp. 495-525.
- Heritage J. e Greatbatch D. (1986), "Generating Applause: A Study of Rhetoric and Response at Party Political Conferences" in *American Sociological Review*, 92, pp.110-157.
- Lynch M. e Bogen D. (1996), *The Spectacle of History*, Duke University Press, Durham and London.
- Sacks H. (a cura di Enrico Caniglia) (2007), *L'analisi della conversazione*, Armando, Roma.
- Sacks H., Schegloff E. e Jefferson G, (2000), "L'organizzazione della presa del turno", in Giglioli P. e Fele G. (a cura di), *Linguaggio e contesto sociale*, Il Mulino, Bologna, 97-135 (ed. orig. 1974).
- Schegloff E. e Sacks H.(1974) "Opening and Closings in Conversation", in Turner R. (a cura di), *Ethnomethodology*, Penguin, Harmondsworth, pp. 289-327.
- Wallace D.L. (2005), "Forza, Simba. Sette giorni in Cammino con un Anticandidato", in Wallace D.L., *Considera l'aragosta*, Einaudi, Torino, pp.169-260.