

IN LIBRERIA

di Serenella Baggio



L'italiano al voto

Un volume dell'Accademia della Crusca sul linguaggio dei politici



Totò in Gli onorevoli, di Sergio Corbucci (Italia, 1963)

È uscito di recente dai tipi dell'Accademia della Crusca il volume *L'italiano al voto*, a cura di Roberto Vetrugno, Cristina De Santis, Chiara Panzieri, Federico Della Corte. L'iniziativa partiva dalla cattedra di Storia della lingua italiana di Pavia (professor Angelo Stella), con la collaborazione della Crusca e dell'Osservatorio Linguistico dell'Italiano Contemporaneo di Bologna. Vi hanno aderito storici della lingua di Bologna, Firenze, Lecce, Milano, Palermo, Pavia, Roma "La Sapienza", Siena e Trento.

Ma non si pensi a proiezioni demoscopiche o a sondaggi d'opinione: la campagna elettorale di cui nel libro si dà un'analisi linguistica è quella del 2006, ben più interessante dell'ultima svolta nel 2008 per i toni bellici che assunse, l'intensa drammaticità, l'estenuante durata. Manifesti elettorali, sfide mediatiche, battaglie giornalistiche, interventi in radio, in televisione e in web (compreso il blog di Grillo) vengono passati al microscopio,

con un'attenzione particolare all'efficacia delle diverse forme della comunicazione politica e alla stilizzazione delle differenze ideologiche che si polarizzarono in modi opposti di presentarsi e di interagire con l'elettorato. Si spense definitivamente una tradizione di decoro istituzionale, di doppi petti depositari di una lingua politica astrusa nelle sue alchimie (il "politichese"), un po' intimiditi dagli intervistatori; la discesa in campo di Berlusconi e la crisi dei partiti avevano già rivoluzionato il quadro politico, imponendo modi di espressione immediati, populistici, vicini al parlato comune, meglio se trascurato. Nella campagna del 2006 strategie pubblicitarie promossero la visibilità ad ogni costo, anche con il ricorso al turpiloquio e all'aggressione verbale dell'avversario; dal gran rumore del *g(D)ossip* non ci furono risparmiati i beceri

Allo studio della comunicazione politica e alla stilizzazione delle differenze ideologiche che si polarizzarono in modi opposti di presentarsi e di interagire con l'elettorato. Si spense definitivamente una tradizione di decoro istituzionale, di doppi petti depositari di una lingua politica astrusa nelle sue alchimie (il "politichese"), un po' intimiditi dagli intervistatori; la discesa in campo di Berlusconi e la crisi dei partiti avevano già rivoluzionato il quadro politico, imponendo modi di espressione immediati, populistici, vicini al parlato comune, meglio se trascurato. Nella campagna del 2006 strategie pubblicitarie promossero la visibilità ad ogni costo, anche con il ricorso al turpiloquio e all'aggressione verbale dell'avversario; dal gran rumore del *g(D)ossip* non ci furono risparmiati i beceri

Allo studio della comunicazione politica e alla stilizzazione delle differenze ideologiche che si polarizzarono in modi opposti di presentarsi e di interagire con l'elettorato. Si spense definitivamente una tradizione di decoro istituzionale, di doppi petti depositari di una lingua politica astrusa nelle sue alchimie (il "politichese"), un po' intimiditi dagli intervistatori; la discesa in campo di Berlusconi e la crisi dei partiti avevano già rivoluzionato il quadro politico, imponendo modi di espressione immediati, populistici, vicini al parlato comune, meglio se trascurato. Nella campagna del 2006 strategie pubblicitarie promossero la visibilità ad ogni costo, anche con il ricorso al turpiloquio e all'aggressione verbale dell'avversario; dal gran rumore del *g(D)ossip* non ci furono risparmiati i beceri

coglione, culattoni, porcata, caccola, cesso, culo, fottere, cazzeggiare, incazzarsi, rompersi le palle, far pipì, col cavolo, e altri vivaci regionalismi spesso di carattere gergale (*frappe, scarpato, impapocchiare, scassamento di minchia, andare a ramengo / a schifio / in mona, pirla, cacchio, pistola, bamba, minchione, bischero, pischello, crapa, ghel-lo, palanca, lumbard*).

Li usarono i giornalisti, in maniera provocatoria soprattutto quelli di *Libero* e del *Foglio*; li usarono anche, per la prima volta in questa forma e in questa quantità, i leader politici, suscitando scandalo e stupore, ma certo molta attenzione. Fu però la televisione il principale (e non inerte) contenitore di questi messaggi, la scena dove esibire i personaggi politici, impegnati a dimostrarsi bravi comunicatori, ma, all'occorrenza, duellanti pugnaci e

spregiudicati, irrispettosi del turno di parola dell'antagonista. La spettacolarizzazione della politica si rivolse al grande pubblico mediatico, riducendo il contenuto argomentativo del discorso e lasciando prevalere l'enfasi, le ripetizioni, le serie di parole opache e di numeri sparati a raffica, la trasgressione spontaneistica delle regole della "buona lingua", i gesti clamorosi. Ogni incontro mediatico di politici alimentò metafore belliche (*guerra civile, paese spaccato*) o, per eufemismo, sportive, soprattutto calcistiche (*partita, partitissima, match, big-match, derbissimo, incontro di ritorno, partita tattica, contropiede, goleada, supplementari, fallo a gamba tesa, colpi bassi, tridente, punta, tifoserie, tifo da stadio*). Metafore calcistiche erano, del resto, da sempre nel lessico politico di Forza Italia, il partito degli azzurri.

Il libro della Crusca ci documenta tendenze, comportamenti, che vengono studiati differenziando i canali comunicativi, le parti politiche, i tempi della campagna (per l'effetto di crescendo). Ma davvero nuova è la valutazione degli aspetti regionali. E qui l'analisi condotta sul materiale trentino da due mie giovani e brave allieve, Laura Da Rugna e Raffaella Zini, offre una sorpresa. Mentre la nazione si accalorava nella competizione e indulgeva al vituperio e all'oscenità, il Trentino sviluppava una particolare ripugnanza, insieme etica e stilistica, alla volgarità. Nei talk-show e sui giornali regionali la campagna veniva giudicata *anomala, brutta, la più brutta della storia*, perché *pesante, disordinata, sguaiata, avvelenata, una delle più cattive e isteriche di questi sessant'anni di repubblica*. Le parole diffuse dai politici si definivano *parolacce, parole*

La spettacolarizzazione della politica rivolta al grande pubblico mediatico

Il libro della Crusca ci documenta tendenze, comportamenti, che vengono studiati differenziando i canali comunicativi, le parti politiche, i tempi della campagna (per l'effetto di crescendo). Ma davvero nuova è la valutazione degli aspetti regionali. E qui l'analisi condotta sul materiale trentino da due mie giovani e brave allieve, Laura Da Rugna e Raffaella Zini, offre una sorpresa. Mentre la nazione si accalorava nella competizione e indulgeva al vituperio e all'oscenità, il Trentino sviluppava una particolare ripugnanza, insieme etica e stilistica, alla volgarità. Nei talk-show e sui giornali regionali la campagna veniva giudicata *anomala, brutta, la più brutta della storia*, perché *pesante, disordinata, sguaiata, avvelenata, una delle più cattive e isteriche di questi sessant'anni di repubblica*. Le parole diffuse dai politici si definivano *parolacce, parole*

La spettacolarizzazione della politica rivolta al grande pubblico mediatico

pesanti; si riportavano con imbarazzo, ben virgolettate, e si esorcizzavano smorzandole in un contesto volutamente ironico, dove si faceva pesare il buon senso di chi, come i trentini, non si lascia trascinare dalle apparenze. Nei talk-show i politici locali, con la sola eccezione della Lega Nord, si adeguarono e usarono toni pacati e professionali. Nelle conversazioni informali non si dimenticò di unire alla inevitabile metafora calcistica immagini di vita alpina e ammiccamenti lessicali ai dialettografi: *l'è tre mesi che no vardi calcio, la magnadora l'è alta, non fermarci a queste migole, va a pascolar!* La campagna trentina si chiudeva con un sospiro di sollievo, riferendo le parole di un'elettrice all'uscita dal seggio: *finalmente l'è finida*. ♦

Serenella Baggio è professore associato di Storia della lingua italiana presso la Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Trento.