

## SPETTACOLARIZZAZIONE DELLE NOTIZIE ED ESPRESSIVITÀ IN ALCUNI QUOTIDIANI POLITICI

Per operare un'analisi linguistica incentrata sulla stampa quotidiana non è possibile prescindere da alcune linee di tendenza, di carattere anche non strettamente linguistico, ormai comuni a tutti o quasi i principali quotidiani nazionali e individuabili con tutta evidenza, seppur come è ovvio in forme diverse, anche nelle tre testate qui studiate (“Il Foglio”, “Liberazione” e “il Riformista”): mi riferisco in particolare alla propensione alla spettacolarizzazione delle notizie, per quanto attiene all'aspetto più legato alle strategie comunicative e informative, e all'ormai generalizzato e stabile impiego di uno stile espressivo che sfrutta fenomeni riconducibili all'italiano dell'uso medio, per quanto concerne invece considerazioni di carattere più propriamente linguistico.

Al primo di questi due aspetti è possibile connettere la scarsa separazione rilevabile tra informazione e commento che contraddistingue il giornalismo italiano di contro, per fare un esempio, a quello anglosassone,<sup>1</sup> cui va aggiunta la tendenza a concepire le notizie di cui si dà conto più nell'ottica di quello che è stato definito un «racconto mitico» che di un'«informazione»;<sup>2</sup> al secondo aspetto è invece possibile ricondurre una prosa che si caratterizza per il cosiddetto “stile o registro brillante”, sempre più impiegato nel giornalismo italiano a seguito della spinta avuta in questo senso a partire dagli anni Settanta, in particolare con la nascita e la successiva affermazione della testata “la Repubblica”.<sup>3</sup> Questi due aspetti risultano tra loro complementari e non sempre scindibili in modo netto e

<sup>1</sup> Su questo si veda ad esempio Ilaria Bonomi, *La lingua dei quotidiani*, in *La lingua italiana e i mass media*, a cura di Ilaria Bonomi, Andrea Masini, Silvia Morgana, Roma, Carocci, 2003, pp. 127-64.

<sup>2</sup> A questo proposito si veda Michele Loporcaro, *Cattive notizie. La retorica senza lumi dei mass media italiani*, Milano, Feltrinelli, 2005.

<sup>3</sup> Si vedano Ilaria Bonomi, *L'italiano giornalistico. Dall'inizio del '900 ai quotidiani on line*, Firenze, Cesati, 2002 e Maurizio Dardano, *Il linguaggio dei giornali italiani*, Roma-Bari, Laterza, 1986<sup>3</sup>.

preciso, soprattutto qualora si considerino fenomeni o caratteristiche compositive specifiche; basti pensare, per limitarsi a un esempio che riguarda da vicino anche le testate qui studiate, a come si colloca in questo senso la notevole presenza del discorso riportato: esso contribuisce infatti a rendere con una modalità più drammatizzante e iconica i fatti descritti di cui vengono riportate alcune “battute” dei diversi “personaggi” coinvolti nelle vicende, e al tempo stesso contribuisce alla diffusione nella prosa giornalistica di tratti tipici del parlato.

Quanto fin qui descritto vale anche per i tre quotidiani oggetto d'indagine, che si inseriscono nella più generale prassi compositiva e linguistica che caratterizza la prosa giornalistica nazionale contemporanea. Ciò che invece costituisce la peculiarità di queste tre testate è il fatto che esse sono espressione di aree culturali e politiche specifiche; a questo proposito è però opportuna una precisazione: mentre “Liberazione” è un vero e proprio quotidiano di partito, essendo l'organo di stampa ufficiale di Rifondazione Comunista, “Il Foglio” e “il Riformista” non sono direttamente legati ad alcuna forza politica specifica. Il primo di questi ultimi infatti, ideato e diretto fin dalle origini (1996) da Giuliano Ferrara, risente certamente dell'ispirazione tendenzialmente liberale e conservatrice vicina alla politica del centro-destra di Silvio Berlusconi, ma questo non implica affatto che il quotidiano incarni le posizioni e le istanze di Forza Italia o che manchino critiche a volte anche molto severe nei confronti dell'ex Presidente del Consiglio e dell'azione del suo governo. Analogamente, “il Riformista” nasce nel 2002 come quotidiano vicino alla sinistra dalemiana non identificandosi però mai con la linea politica dei Democratici di Sinistra, fino al punto che il direttore Antonio Polito ha preferito candidarsi al Senato nelle liste della Margherita, venendo poi peraltro eletto e lasciando la guida del quotidiano all'ex condirettore Stefano Cingolani.

A differenziare tra loro “Liberazione” da un lato e “Il Foglio” e “il Riformista” dall'altro sono anche la foliazione e l'impostazione grafica generale: mentre infatti la prima testata è composta mediamente da dodici facciate e si caratterizza per una buona presenza di immagini talvolta anche abbastanza grandi, le altre due si aggirano di norma sulle otto facciate a numero e si giovano di un apparato iconografico più ridotto tanto nel numero quanto nelle dimensioni delle immagini, spesso costituite da vignette satiriche. Questo determina anche una veste tipografica differente che accomuna “Liberazione” ad altri importanti quotidiani nazionali e che, di contro, determina una generale maggiore sobrietà e compostezza da parte del “Foglio” e del “Riformista”, scritti di norma con caratteri più minuti. In linea di massima, quindi, è possi-

bile considerare queste ultime due testate più come quotidiani di opinione e commento che di commento e informazione, come avviene invece nel più ampio e completo “Liberazione”.

Queste considerazioni sono imprescindibili qualora si vogliano considerare i destinatari dei messaggi trasmessi dai diversi pezzi: come infatti avviene con gli altri giornali di partito o, più in generale, con i giornali politicamente non indipendenti, i lettori sono persone già “schierate” che non vanno tanto alla ricerca di un’informazione neutra e il più possibile oggettiva (spesso oltretutto le vicende sono già state apprese tramite la televisione o gli altri mezzi di comunicazione), quanto piuttosto di un commento alle notizie che corrisponda al proprio sentire e che consenta di approfondire alcuni aspetti di ciò che si sta leggendo secondo un’ottica dichiaratamente di parte.

Tutto ciò peraltro presuppone una trasmissione del messaggio da parte del mittente tale da creare nel destinatario un processo di sostanziale identificazione, almeno ideologica, con quanto sta leggendo e, di conseguenza, con l’autore stesso. Ma questo non può ovviamente che avere delle conseguenze linguistiche, comunicative e testuali rilevanti: anzitutto la lingua impiegata da chi scrive deve essere vicina a quella di chi legge, anche se non è precluso ad alcune firme autorevoli di poter spaziare maggiormente tra altri registri linguistici. Inoltre il fatto che, come si diceva, spesso il destinatario sia già al corrente degli avvenimenti implica che questi vengano presentati e descritti secondo modalità che li rendano più coinvolgenti, vivaci e meritevoli di attenzione; pertanto ci si trova in talune circostanze ad avere a che fare con tipologie testuali non sempre catalogabili in modo univoco (soprattutto con “Il Foglio” e “il Riformista”) per la loro commistione di cronaca, commento, opinione e dichiarazioni di uno o più esponenti politici.<sup>4</sup>

È bene precisare a questo proposito che nella scelta degli articoli che compongono il *corpus* qui analizzato sono state predilette le tipologie di articoli sostanzialmente riconducibili alla cronaca, agli editoriali e ai corsivi, limitando invece al minimo le interviste (peraltro pressoché assenti

<sup>4</sup> Nell’analisi dei singoli fenomeni presi in esame si procederà a specificare il tipo di articolo solo quando ciò dovesse avere una rilevanza particolare. Grazie a queste considerazioni è possibile inoltre comprendere perché nello spoglio non si sono rilevate sostanziali difformità linguistiche a seconda della tipologia testuale analizzata, salvo quelle più generali proprie di ciascun genere: in un editoriale, per esempio, è probabile riscontrare un’elaborazione sintattica e retorica più ricercata e complessa rispetto agli articoli di cronaca che, dal canto loro, presentano strategie comunicative fondate sulla descrizione e la narrazione, in forma di resoconto. Le differenze riguardano quindi più i parametri testuali che le direttive stilistiche e gli usi della lingua.

nel “Foglio” e nel “Riformista”) e le lettere dei lettori: questo perché si è preferito effettuare l’indagine su un campione il più possibile omogeneo non solo fra le tre testate, ma anche all’interno di una medesima testata.<sup>5</sup> I numeri dei quotidiani censiti sono compresi tra l’1 febbraio e l’8 aprile, e in totale per l’esemplificazione si è concentrato lo spoglio su una quarantina di articoli a testata in modo tale da avere un campione equilibrato e confrontabile al suo interno dal punto di vista sia quantitativo sia, ove possibile, contenutistico.

Per quanto attiene infatti alle tematiche, alle vicende e agli argomenti trattati negli articoli, si è cercato di circoscrivere, in coerenza con le finalità del presente studio, solamente ciò che ha riguardato più o meno direttamente la campagna elettorale in senso stretto: eventi, programmi elettorali, candidature, previsioni di risultati e di successivi probabili scenari politici, commenti e opinioni relativi allo svolgimento della campagna elettorale stessa, ai suoi contenuti, alle sue criticità e alle sue peculiarità. Campagna che si è caratterizzata per toni molto accesi e in taluni casi decisamente volgari, per una contrapposizione asprissima e connotata da una visione quasi manichea dello schieramento avversario (conseguenza di un sistema bipolare non ancora maturo e per diverse ragioni, tanto storiche quanto leaderistiche, portato alla delegittimazione reciproca), e allo stesso tempo per un alto tasso polemico e di litigiosità anche all’interno di una medesima coalizione (a causa della nuova legge elettorale sostanzialmente proporzionale che ha incentivato la competizione interna volta a enfatizzare l’identità di ogni singola componente politica per marcare una differenza anche con i propri alleati).

## 1. INFORMAZIONE DRAMMATIZZANTE E STILE BRILLANTE

L’avvento in Italia della cosiddetta “seconda Repubblica” che ha visto il crollo delle ideologie, la faticosa ma graduale affermazione di un sistema bipolare e una generale e diffusa disaffezione dei cittadini nei confronti della politica e dei partiti tradizionali (molti dei quali evolutisi o scomparsi) soprattutto a seguito dello scandalo di Tangentopoli, ha portato a far sì che la ricerca del consenso elettorale si basasse non più tanto sul tentativo di convincere i cittadini della bontà della propria visione

<sup>5</sup> All’interno del campione ci si è limitati a prendere in considerazione una sola intervista rivolta da “Liberazione” a Fausto Bertinotti e una lunga risposta dello stesso a due lettere pervenute alla redazione del quotidiano di Rifondazione Comunista, in quanto strettamente legate alla campagna elettorale.

della società e del mondo, quanto piuttosto sull'immagine, sulla fiducia in un leader, sulla concretezza dei programmi: emblema di tutto ciò è senza ombra di dubbio Silvio Berlusconi, il quale ha saputo sfruttare in modo assolutamente nuovo ed efficace la sua abilità comunicativa, la sua personalità e i mezzi di comunicazione (prima fra tutti la televisione e in particolare quelle di cui egli stesso è proprietario).

È naturale che anche l'informazione della carta stampata abbia risentito di queste circostanze e di questi cambiamenti, cui va aggiunta la sempre maggiore concorrenza che i quotidiani cartacei hanno subito da parte della televisione e oggi di Internet, mezzi che risultano visivamente molto più coinvolgenti ed efficaci della semplice parola "stampata". I lettori di quotidiani politici, come è già stato rilevato, sono di norma già informati sui fatti descritti, ed è perciò naturale che i giornalisti ricorrono ad espedienti linguistici e comunicativi che rendano il più possibile vivaci, iconici e stimolanti i loro pezzi.

A partire dall'attacco, gli articoli sfruttano la suspense prodotta dai *lead*<sup>6</sup> che è possibile definire cataforici in quanto ritardano in modo più o meno insistito il tema centrale su cui si sviluppa il pezzo:<sup>7</sup>

C'è chi lo avrebbe voluto più corto, all'insegna del meglio meno ma meglio. E chi lo avrebbe voluto a mo' di comandamento per evitare d'incagliarsi a pagina ancora calda su quisquilie come la Tav o i Pacs. E chi avrebbe fatto volentieri a meno delle impronte latenti dei Caruso e dei Ferrando. In molti volevano l'impossibile: perché se quella è la coalizione, questo è il programma. (Fog 16/2/06)

Caldo, caldissimo, Mentana lo definisce incandescente, noi ci accontentiamo di dire che è stato appassionato. Abbastanza da farci tornare a credere nella Politica. Insomma, il confronto – il faccia a faccia, come meglio si dice di questi tempi – tra Bertinotti e Casini è stato vero, un bel match di idee e di filosofie. (Lib 9/3/06)

Hai voglia a combattere come un leone contro tutto e tutti, a recuperare nei sondaggi soprattutto da Vicenza in poi, a fare il botto mediatico lunedì sera con l'annuncio sull'Ici. Lo aveva preparato con cura, seguendo il consiglio della testa più lucida di Forza Italia, l'azzurro della prima ora, al quale torna ad appellarsi nei momenti peggiori. Lo

<sup>6</sup> Intendendo genericamente con questo termine l'inizio di un pezzo giornalistico.

<sup>7</sup> Su questo aspetto si vedano Elisabetta Bonucci, *Scrivere per i giornali*, in *Manuale della comunicazione*, a cura di Stefano Gensini, Roma, Carocci 1999, pp. 289-313 e *Le tecniche del linguaggio giornalistico*, a cura di Gianni Faustini, Roma, La Nuova Italia Scientifica, 1995.

chiamano già il «ragionier sottile», per fare il verso al «dottor sottile», quel Giuliano Amato che non ha mai nascosto di ammirare, insomma, Giulio Tremonti da Sondrio. Ma ieri pomeriggio Silvio Berlusconi ha stabilito a tavolino il risultato delle elezioni di domenica e lunedì prossimi. Lo ha fatto a modo suo, nel modo che nel 2001 le elezioni, invece, gliel'ha fece vincere: ha detto sinceramente quello che pensa. «Ho troppa stima per l'intelligenza degli italiani per credere che ci possono essere in giro tanti coglioni che votano per il proprio disinteresse», ha spiegato intervenendo a un'assemblea di Confcommercio il presidente del Consiglio, davanti a un pubblico amico che si spellava le mani per gli applausi. (Rif 5/4/06)

È evidente come in tutti e tre i casi lo scopo dell'autore sia quello di suscitare curiosità nel lettore, sfruttando una forte reticenza tematica e informativa, in modo tale da invogliarlo nella prosecuzione della lettura dell'articolo. Inoltre ciascuno degli esempi proposti presenta una ricchezza di espedienti linguistici e retorici che testimoniano quanto lo stragemma della catafora non sia fine a se stesso ma, anzi, rientri in una più ampia ricerca di elaborazione stilistica volta a colpire e a coinvolgere il destinatario del messaggio. Nel passo del "Foglio" si individuano infatti anche una ripetizione anaforica del pronome *chi*, espressioni stereotipate e colloquiali come *meglio meno ma meglio* (in cui peraltro non sfugge l'allitterazione) e *quisquillie*, la locuzione metaforica *incagliarsi sulla pagina ancora calda* e l'uso deittico e quindi iconico degli aggettivi dimostrativi *quella* e *questo*. Nell'incipit di "Liberazione" si segnalano invece la climax degli aggettivi *caldo-caldissimo-incandescente* cui segue la parziale anticlimax di *appassionato*; la deissi personale di *noi ci accontentiamo* e di *farci tornare a credere*, che segnalano un intervento autoriale diretto e volto all'esplicitazione di un giudizio che in qualche modo possa influire anche su quello del lettore (a conferma, ancora una volta, dell'assoluta usualità della commistione tra informazione e commento); la nobilitazione del concetto di *Politica*, la metafora sportiva con l'anglismo *match*. Ancora più elaborato, anche perché più lungo, il *lead* tratto dal "Riformista", dove emergono il tricolon *a combattere a recuperare a fare*, la similitudine *combattere come un leone*, il gioco di parole tra le definizioni ironiche di *ragionier sottile* e *dottor sottile*, le espressioni stereotipate e colloquiali *fare il botto*, *stabilire a tavolino* e *si spellava le mani*, le locuzioni creative *l'azzurro della prima ora* e *Giulio Tremonti da Sondrio*, la sintassi marcata con dislocazione a sinistra di *nel modo che nel 2001 le elezioni, invece, gliel'ha fece vincere*, l'inserzione della frase offensiva e volgare di Berlusconi che ha tenuto banco negli ultimi giorni di campagna elettorale, ma soprattutto il doppio ritardo cataforico tanto del tema vero e proprio dell'arti-

colo (il modo e la frase con cui Berlusconi avrebbe *stabilito a tavolino il risultato delle elezioni*) quanto di un elemento tematico secondario e transitorio ma necessario alla comprensione della prima parte del passo (ovvero *Giulio Tremonti*).

Anche talune scelte sintattiche possono contribuire a rendere il messaggio più efficace dal punto di vista comunicativo, nonché a rappresentare gli eventi descritti con il più alto tasso di iconicità possibile: ciò accade soprattutto quando il giornalista decide di sfruttare con queste finalità la sintassi nominale o, in alcuni casi, quella franta, eventualmente anche in combinazione l'una con l'altra.<sup>8</sup> Le due modalità di costruzione frasale in questione sono peraltro stabilmente presenti già da diversi anni nella prosa giornalistica nazionale, consentendo in diversi casi una maggior sinteticità, sempre gradita alla lingua dei giornali; ma, considerati la particolarità delle testate e il periodo elettorale da cui i numeri delle stesse sono tratti, a ciò si somma spesso anche una precisa volontà autoriale di trasmettere un proprio punto di vista e di guidare l'interpretazione del lettore relativamente all'avvenimento descritto:

Dunque D'Alema, intelligentemente, si è mosso per tempo. Ma ha anche capito che rischia di perdere la partita. Quella principale, la prima che voleva giocare, e che riguardava la successione a Carlo Azeglio Ciampi, per lui è definitivamente chiusa, perché il centrodestra non gli darà mai i voti. Ma se anche la presidenza della Camera rischia di sfumare per D'Alema torna, inevitabilmente, un'unica altra opzione: il ministero degli Esteri. Ma anche per la Farnesina vi sono dei problemi. Innanzitutto per quel che riguarda i rapporti internazionali del presidente dei Ds, il quale ha paragonato i kamikaze agli americani che in Iraq hanno utilizzato il fosforo bianco. Ma non solo per quello: anche Fassino, si dice, non gradirebbe la presenza di D'Alema al governo (punta anche lui agli Esteri). Sembra un paradosso, ma nella legislatura del centrosinistra vincente rischia di non esserci un posto proprio per un personaggio del calibro di D'Alema. Ma il paradosso è spiegabile: nella precedente legislatura D'Alema poteva contare sulla maggioranza dei gruppi parlamentari; ora non è più così, molti dalemiani sono stati fatti fuori e non verranno ricandidati, alcuni sono stati salvati, ma per il rotto della cuffia, e hanno nei suoi confronti una forte dose di rancore. E que-

<sup>8</sup> Si vedano a questo proposito Angela Ferrari, *Quando il punto spezza la sintassi*, «Nuova secondaria», 1997-98, pp. 47-56 e, della stessa autrice, *La frammentazione nominale della sintassi*, «Vox Romanica», 2001, pp. 51-68, oltre a Claudio Giovanardi, *Interpunzione e testualità. Fenomeni innovativi dell'italiano in confronto con altre lingue europee*, in *L'italiano oltre frontiera*, Atti del convegno internazionale di Leuven, 22-25 aprile 1998, a cura di Serge Vanvolsem *et al.*, Firenze, Cesati, 2000, vol. I, pp. 89-107.

sto complica le cose e rende più difficile la partita del presidente dei Democratici di sinistra. Ma il presidente dei Ds, che oltre a essere un politico intelligente è anche un uomo di spirito, ha sempre sostenuto che per uno come lui non importa assumere delle cariche perché il suo carisma e la sua leadership restano indiscusse. “Non ho bisogno di sedermi a capotavola” è la frase che gli veniva attribuita tempo fa a questo proposito. Ma erano altri tempi, quelli del D’Alema sempre – o quasi – vincente. (Fog 28/2/06)

Simboli, colori (anzi, un colore: il rosso), parole d’ordine. Soprattutto quella così strana per una campagna elettorale, così piena di «temperato stupore» ma anche di impegni per il dopo. Per il dopo 9 aprile. «Vuoi vedere che stavolta l’Italia cambia davvero». Slogan. Ma poi anche un partito. Un partito vero. Che per «presentarsi» agli elettori crede che la strada più semplice sia quella di raccontarsi. Di raccontarsi con i mille conflitti, con le mille battaglie che anima un po’ ovunque. Raccontarsi col linguaggio del leader, certo, ma anche con i mille linguaggi diversi di quelle lotte. Ecco cosa è stata domenica la manifestazione al Quirino, il primo appuntamento di quella lunga serie di incontri che accompagneranno Rifondazione fino al voto politico. (Lib 28/2/06)

Risultati, per intenderci, da partito di lotta e di governo. Che si tiene alla larga dai grandi dibattiti in corso, ma che appena può rilancia la “legge del taglione”, come davanti al carabiniere ucciso nella rapina dell’altro ieri. Che sta tornando prepotentemente alla politica locale, quella fatta soprattutto nei bar, e non per questo “da bar”, sfruttando l’opera dei militanti che, seppur molto diminuiti rispetto ai numeri di pochi anni fa, sono già molto attivi. (Rif 1/2/06)

Il primo esempio si segnala per la successione insistita della congiunzione *ma* a inizio periodo (se ne contano ben sette occorrenze) dopo un punto fermo anche laddove, in una scrittura più neutra e vicina allo standard, si sarebbe potuto optare per segni di interpunzione e pause meno forti;<sup>9</sup> a ciò va poi aggiunto il periodo che si apre con la congiunzione *e*.<sup>10</sup> Anche qui, come pure nei due casi successivi, è evidente il ricorso ad altri

<sup>9</sup> Il che, peraltro, dimostra come anche le testate qui studiate presentino la medesima semplificazione dei segni di interpunzione individuata più in generale anche nel resto della stampa nazionale, ad esempio da Bonomi, *La lingua dei quotidiani*, cit.

<sup>10</sup> Su questo modo di iniziare i periodi si vedano anche Daniele Leoni, *La lingua della stampa*, in *Quaderni dell’Osservatorio Linguistico. Vol. I-2002*, a cura di Fabrizio Frasnèdi et al., Milano, Franco Angeli, 2003, pp. 193-219 e Francesco Sabatini, *Pause e congiunzioni nel testo. Quel “ma” a inizio di frase*, in AA.VV., *Norma e lingua. Alcune riflessioni fra passato e presente*, Milano, Istituto lombardo di Scienze e Lettere, 1997, pp. 113-46.



espedienti linguistici e retorici che rendono il passo più vivace, animato e per certi versi vicino alla colloquialità: tra questi le espressioni stereotipate e metaforiche *perdere la partita, sono stati fatti fuori e per il rotto della cuffia*, e la *confutatio* finale della frase attribuita a Massimo D'Alema. Molto più significativo il passo tratto da "Liberazione" per ciò che riguarda la sintassi nominale, con la quale si mira a dare al destinatario dei flash concettuali e visivi, all'interno di un andamento periodale molto frammentato e contraddistinto da diverse altre accortezze compositive: le tre anadiplosi *per il dopo, un partito e di raccontarsi* (con cui poi si crea anche un'anafora successiva), la separazione della relativa *Che per presentarsi agli elettori...* dal sostantivo antecedente di riferimento mediante punto fermo, nonché l'utilizzo dell'avverbio *Ecco* con funzione deittica oltre che testuale e quindi, ancora una volta, iconica e spettacolarizzante. Infine nel terzo esempio proposto meritano attenzione le due relative di fatto anaforiche ed entrambe separate dal nome cui si riferiscono, l'impiego metaforico dell'espressione stereotipata *legge del taglione e*, all'interno della frase nominale di apertura, l'inserzione di un intervento autoriale che si rivolge in modo quasi confidenziale al lettore giudicato evidentemente, e comprensibilmente, di identico giudizio politico (a ulteriore conferma del rapporto che intercorre tra mittente e destinatario quando si ha a che fare con quotidiani politici).

Come dunque è già risultato evidente, in diversi casi la spettacolarizzazione e la ricerca di uno stile vivace e colloquiale vengono raggiunte tramite un'apertura a fenomeni e costrutti propri, o comunque più caratteristici, delle produzioni orali. Questo si connette con la più o meno criticata diffusione del parlato che si è avuta negli ultimi anni all'interno della prosa giornalistica, la quale ha cercato di ovviare anche in questo modo alla concorrenza dell'informazione televisiva e di quella radiofonica. Oltre a tali finalità linguistiche e drammatizzanti, l'inserzione di "battute" pronunciate da "personaggi" identificati (ovviamente molto più presenti negli articoli di cronaca che in altre tipologie) contribuisce molto spesso a produrre nel lettore un fenomeno di identificazione con l'*auctoritas* politica, o, per converso, un meccanismo di contrapposizione per antitesi qualora si riportino le parole di un esponente di un partito o della coalizione avversaria. È ovvio che tutto ciò presuppone un abile lavoro di "regia" da parte del giornalista che deve sapere selezionare e disporre gli stralci di discorso riportato nel modo più efficace e funzionale possibile rispetto ai suoi intenti:

E i Ds che subito fanno sapere che trattasi di patacca, che loro i voti li prenderanno, ma mai così tanti, che razza di sondaggi fa il Cav., è ammattito? (Fog 17/2/06)

Coi suoi occhialini che gli donano molto, Casini si agita: «Ma per quel cuneo fiscale lì ci vogliono dieci miliardi. E dove li trova Prodi i dieci miliardi?». Quasi grida. Semplice, la risposta è semplice, replica Bertinotti. Provate a tassare i ricchi, avete visto mai? Provate a ridurre anche solo della metà lo scandalo dell'evasione contributiva, «parlo di quella economia sommersa che vale il 30 per cento dell'intero Pil nazionale». (Lib 9/3/06)

Per il Cavaliere, tanto per cominciare, Romano Prodi «è un poveraccio che si illude di contare qualcosa, ma che ha ricevuto l'elemosina di cinque deputati». Piero Fassino, invece, «è ricercatissimo dall'associazione delle pompe funebri che vuole prenderlo come testimonial». Quanto a Nanni Moretti, «ha raccontato una fiaba, mi ha dato un nuovo soprannome che francamente mi mancava: signori, io sono il Caimano. Poi, per dimostrare che è vero, hanno anche aggiunto che quando apro la bocca con la chiostra dei miei 32 denti, non si sa mai se è per ridere o per mangiare un comunista». E però «leggetevi il libro nero sul comunismo: scoprirete che nella Cina di Mao i bambini non li mangiavano ma li bollivano per concimare i campi». Rimanendo alle letture, Berlusconi non compra più «i giornali della grande stampa, quella dei direttori che si telefonano per concordare titoli contro di noi». In mezzo a tanta propaganda, non poteva mancare un attacco ai magistrati: «Lo Stato che vogliamo è uno Stato in cui i giudici non devono garantire l'impunità a chi sta dalla parte loro, dalla parte rossa, che ne commette di tutti i colori e la scampa sempre e comunque». In conclusione, «la sinistra vuole governare solo per avere il potere, per mantenerlo e per profittarne». Applausi, bravo, bis. (Rif 27/3/06)

Gli esempi proposti vogliono essere rappresentativi delle più significative modalità con le quali i giornalisti si servono del discorso riportato: sono infatti evidenti, nel primo e nel secondo caso, il discorso indiretto e diretto liberi dove non sempre è possibile individuare ciò che costituisce la diegesi e ciò che invece costituisce la mimesi, a causa della sovrapposizione dei diversi centri deittici e delle diverse voci in campo (ad esempio nel passo tratto da "Liberazione" è molto probabile che l'inserito *avete visto mai?* sia da attribuire al giornalista piuttosto che a Bertinotti), senza contare che non è affatto escluso che l'autore ricorra pure all'accostamento ravvicinato di più di una tipologia di discorso riportato (come è dimostrato anche dagli usi delle virgolette). Nel passo tolto dal "Riformista" è invece ben visibile la volontà di apparire il più oggettivo possibile da parte del giornalista che, impiegando con molta precisione le virgolette citazionali, apparentemente si limita a riportare quanto detto da Berlusconi raccordando tra loro in modo chiaro e logico i diversi stralci del discorso dell'ex Presidente del Consiglio. Anche in

questo caso però la scelta delle frasi non è casuale, essendo l'intento quello di ridicolizzare gli attacchi iperbolici dell'avversario di certo poco apprezzati anche dai lettori del quotidiano. Notevoli sono poi le conseguenze comunicative di tali usi del discorso riportato: anzitutto va rilevato che in tutti e tre gli esempi la narrazione si svolge al presente indicativo, facendo sì che anche la morfologia verbale contribuisca a rendere più visivi e quindi animati gli avvenimenti descritti, come se essi si stessero svolgendo sotto gli occhi del lettore e quindi come se non vi fosse differenza tra momento dell'enunciazione e momento dell'avvenimento; taluni interventi descrittivi (si pensi qui agli *occhialini* di Casini) fungono da ulteriore ausilio alla descrizione della "scena" e dei "personaggi" che in essa agiscono. Dal punto di vista sintattico è inoltre importante segnalare la presenza abbastanza diffusa di costrutti marcati propri dell'oralità e accolti con sempre maggior frequenza nella normale prosa giornalistica: ciò si verifica qualora essa impieghi registri tendenti alla colloquialità o anche solo qualora si sfrutti la sintassi marcata a fini comunicativi per mettere in risalto, a seconda delle esigenze, alcuni contenuti informativi tematici o invece rematici. Per quanto attiene poi alla morfosintassi, si osservi tra l'altro il rafforzamento pleonastico dell'aggettivo dimostrativo in *quel cuneo fiscale lì*, mentre a proposito del lessico è possibile individuare voci normalmente impiegate in registri diafasicamente non elevati, come *patacca* e *poveraccio*.

Tra le figure retoriche che più contraddistinguono lo stile brillante vi sono poi le metafore, che contribuiscono a descrivere gli avvenimenti servendosi di analogie e di immagini figurate che possono rendere più gradevole al cittadino-lettore la presentazione delle vicende descritte. Le metafore hanno cittadinanza praticamente da sempre proprio nel linguaggio della politica italiana i cui discorsi si basavano nei decenni passati appunto su un alto grado di elaborazione retorica. Non stupisce affatto, quindi, che anche nelle tre testate si sia riscontrata una notevole presenza di simili espedienti, che possono manifestarsi tanto come vere e proprie metafore quanto come similitudini o paragoni, tanto sotto forma di singoli lessemi quanto sotto forma di locuzioni più elaborate. Abbastanza stereotipati e prevedibili sono risultati gli ambiti semantici principali da cui i giornalisti attingono per la creazione di espressioni figurate.<sup>11</sup> Tra questi ambiti semantici il primo posto spetta indubbia-

<sup>11</sup> Per un'analisi delle metafore nella lingua politica contemporanea si vedano in particolare Maria Catricalà, *Nuovi accenti politici*, «Italiano & oltre», XIII (1998), pp. 20-25 e Maria Vittoria Dell'Anna e Pierpaolo Lala, *Mi consenta un girotondo. Lingua e lessico nella Seconda Repubblica*, Galatina, Congedo, 2004.

mente a quello bellico, anche se bisogna precisare che le occorrenze al riguardo si sono rivelate forse meno numerose di quanto sarebbe stato legittimo aspettarsi da parte di giornali politici impegnati in una campagna elettorale molto dura e nella quale gli scontri tra le parti si sono troppo spesso acuiti oltre il dovuto. Può quindi non essere fuori luogo ipotizzare che la propaganda svolta dagli organi di informazione politica sia stata di fatto più, per così dire, “intellettuale” e meno volta a colpire emotivamente il destinatario in modo semplice e diretto: ciò non stupisce affatto se si considera che i lettori dei quotidiani di partito sono già convinti della parte politica in cui si identificano, e che è quindi meno opportuno rivolgere loro quel tipo di comunicazione semplificata, semplice e aggressiva che invece anche in queste ultime elezioni ha dimostrato di essere particolarmente efficace quando rivolta a un cittadino medio, spesso indeciso e non particolarmente competente, e interessato solo relativamente alle questioni politiche:

Un accordo per la sospensione delle ostilità tra alleati, mentre è in corso la battaglia, sarebbe il minimo richiesto a dei professionisti della politica (Fog 2/2/06)

I “poteri forti” evocati dal direttore di “Italia Oggi” non spaventano Bertinotti: «In Italia comanda il partito della rendita. È l'avversario principale. La ricchezza va ridistribuita». Maroni non accetta il terreno. Prova a spostare l'attenzione e tesse le lodi della piccola impresa. È la sua battaglia contro i poteri forti. (Lib 16/3/06)

I colonnelli per definizione del governatore (l'onorevole Lupi e l'euro-parlamentare Mauro) hanno le bocche cucite. «Fare un nome oggi vuol dire bruciarlo, il partito sta ancora discutendo», dicono, ma dai sottotenti sul campo qualcosa filtra. Innanzitutto che la squadra uscente non si tocca. Vuol dire già un bel gruppetto: il capopattuglia è, naturalmente, Lupi [...] E la pattuglia dei «nuovi», invece? (Rif 2/2/06)

Altro campo semantico particolarmente gradito per la coniazione di traslati è quello ludico, e, al suo interno, un favore significativo viene attribuito all'ambito sportivo; quest'ultimo consente molto spesso di presentare la stessa conflittualità che è possibile esprimere con metafore belliche ma in modo meno cruento e violento, senza per questo rinunciare alle componenti competitiva e contrappositiva tipiche anche dello sport. Non stupisce affatto poi, considerando le passioni e i gusti della società italiana, che tra tutti gli sport quello che gode di maggior fortuna, per l'ideazione di traslati, sia il calcio. Se da un lato ciò è appunto motivato da una sensibilità generale e diffusa, dall'altro lato non bisogna dimenticare

che molto in questo senso ha operato fin dal 1993-94 la strategia comunicativa ed elettorale di Silvio Berlusconi, il quale, presidente di una delle più importanti squadre di calcio italiane, ha sfruttato lessico e immagini tratti da questo sport (basti pensare anche solo al nome stesso del partito, *Forza Italia*, e all'ormai storica espressione *discesa in campo*).<sup>12</sup>

È molto significativo che tutte e tre le testate facciano ampio uso di questo genere di traslati, il che dimostra due cose: anzitutto, sotto questo profilo i quotidiani analizzati si pongono su un piano sostanzialmente identico a quello degli altri principali giornali nazionali evidenziando la diffusione e l'ormai assoluta usualità del fenomeno; ma, soprattutto, anche i lettori di per sé più interessati alla politica e quindi di norma più competenti al riguardo, quali sono quelli che acquistano "Il Foglio", "Liberazione" e "il Riformista", non disdegnano affatto (al contrario di quanto si è visto a proposito delle metafore belliche) che le vicende e gli avvenimenti vengano loro presentati facendo ricorso agli stessi espedienti accattivanti e di vivacizzazione con cui i giornalisti sono soliti cercare di attirare l'attenzione dei lettori più distaccati e meno preparati. Alcuni esempi significativi:

C'è la scaramanzia del derby. Si gioca nel weekend tra Roberto Formigoni e Silvio Berlusconi. In palio la candidatura del governatore al Senato. Lasciapassare per Roma e la politica nazionale. Formigoni è convinto di vincere. Ma nel precampionato (leggi il tentativo di fare un listino "riformista" autonomo per le Regionali del 2005) le ha sempre buscate. Dunque nervosismo e bocche cucite al Pirellone, dopo le dichiarazioni sanguigne dei giorni scorsi. Mentre i cori da curva della Lega, che non vogliono sentir parlare di nuove elezioni in Lombardia, aumentano l'incertezza. (Fog 4/3/06)

«Abbassiamo gli stipendi pubblici più alti. Mettiamo un tetto», ha proposto Bertinotti. «Partiamo dalla media delle retribuzioni del pubblico impiego e stabiliamo che parlamentari, giudici, alti funzionari, non possano percepire più di dieci volte tanto». Un tipico gol in contropiede su azione nel primo minuto. (Lib 16/3/06)

Soprattutto, però, conta altro: dopo i 90 minuti più recupero di ieri sera, gli italiani hanno finalmente chiaro dove andrebbe il paese con l'un leader o con l'altro. La palla al centro è stata messa, puntualissima, alle

<sup>12</sup> Sulla comunicazione di Silvio Berlusconi e sul suo legame con il gergo calcistico si veda Alessandro Amadori, *Mi consenta. Metafore, messaggi, simboli. Come Silvio Berlusconi ha conquistato il consenso degli italiani*, Milano, Scheiwiller, 2002.

21.15 dall'arbitro Clemente Mimun. [...] Insomma, al Professore bastava un pareggio, al Cavaliere serviva la vittoria. [...] Non a caso, complici le domande dei guardalinee Roberto Napoletano e Marcello Sorgi, lo scontro è subito scivolato sull'economia. (Rif 15/3/06)

Tralascio di mettere ancora una volta in rilievo i numerosi stratagemmi retorici e linguistici che si sommano alle metafore considerate e che non fanno che testimoniare ulteriormente l'ampio utilizzo dello stile brillante e di una varietà di lingua tendente alla medietà se non addirittura alla colloquialità. Merita invece di essere sottolineato come il primo e il terzo esempio sono tratti da articoli che giocano tutti su un accumulo insistito di traslati calcistici, a riprova della non occasionalità della cosa: infatti il passo del "Foglio" è tratto da un articolo significativamente intitolato *Derby ad Arcore*, mentre, per quanto riguarda "il Riformista", il primo dibattito televisivo che ha visto confrontarsi Silvio Berlusconi e Romano Prodi è in esso descritto quasi sotto forma di cronaca di una partita di calcio.

Dall'analisi del campione è poi emersa una sostanziale omogeneità anche degli altri principali campi semantici metaforici rispetto alla restante stampa quotidiana nazionale e alla lingua della politica: mi riferisco in particolare ai traslati che hanno a che fare con la navigazione, l'arte culinaria, la medicina e lo spettacolo. A dimostrazione però di una ricerca di espressività e creatività non stereotipate da parte dei giornalisti, stanno invece alcune immagini figurate più originali, legate ad ambiti semantici e concettuali molto vari e frutto dell'estro e dell'abilità quasi poetica di ogni singolo autore; anche per questa ragione non sarà inopportuna un'esemplificazione un po' più ampia rispetto a quelle precedenti:

È il partito del vitello grasso, Rifondazione, della botte piena con la moglie sobria, delle messi abbondanti. [...] La moltiplicazione dei deputati, la ricca vendemmia che si annuncia nella vigna bertinottiana, si è risolta anche in un variegato fiorire di candidature esterne (Fog 10/2/06)

Il miracolo di Marco Pannella è compiuto. Il grande magnete è entrato in funzione e adesso sono tutti con la Rosa nel pugno. Lanfranco Turci, Biagio de Giovanni, Salvatore Buglio abbandonano i Ds e corrono a farsi abbracciare da Marco l'audace, da Marco il vorace che oggi incontra Romano Prodi. [...] Il magnete Pannella attrarrà e contatterà altri nomi nei prossimi giorni, altri pronti a farsi abbracciare, catalizzare dalla laicità, dalla libertà di ricerca, dalla battaglia sulle idee. (Fog 22/2/06)

Come girasoli i prodiani appaiono e scompaiono secondo il ritmo dell'astro celeste. Quando Romano parla il loro sguardo è rivolto a lui e si tac-

ciono. Quando Romano è muto e nell'ombra il loro silenzio si fa più forte e lo sguardo basso. [...] Non solo nella cerchia dei consiglieri più intimi come Ricardo Franco Levi e Filippo Andreatta e Gregorio Gitti, ordinati in una serra intellettuale che si esprime al momento giusto attraverso le Fondazioni di alta politologia oppure con gli editoriali sul Corriere della Sera. [...] Non è una procedura riservata a questo o a quel giornale poco solidale, per quanto il lato rancoroso dell'establishment prodiano sia come il sigillo di garanzia del rapporto osmotico che collega il sole ai girasoli. (Fog 1/4/06)

Negli ultimi anni il pianeta An è stato coperto dal pianetino Udc, e un'eclissi non è un buon viatico per affrontare gli elettori. (Lib 18/3/06)

La sua presenza onnivora prima che scattasse la tagliola della par condicio, gli aveva fatto rosicchiare qualche punto, stando ai sondaggi. (Rif 13/3/06)

Se vincerà, saremo la sentinella di questa operazione riformista. Siamo una zanzara, ma nei nostri tre anni e mezzo di vita abbiamo imparato a pungere (Rif 3/4/06).

Il numero e l'espressività degli esempi appena proposti (che vedono la presenza tanto di vere e proprie metafore quanto di più semplici paragoni e similitudini) non sono affatto casuali: infatti, fatta salva la già più volte evidenziata tendenza a una certa creatività e vivacità da parte di tutti e tre i quotidiani, è importante sottolineare che ciò non vuol dire affatto che vi sia tra loro un'assoluta identità: in linea di massima si è infatti potuta rilevare una più accentuata tendenza in questo senso da parte del "Foglio", il quale, come è possibile constatare anche nei tre casi appena riportati, dimostra di perseguire una più alta elaborazione sia nella creatività dei traslati, sia nell'impiego di più figure retoriche accostate, sia nella ricerca di uno stile molto vivace e animato; al polo opposto si pone invece la più misurata, almeno sotto questo punto di vista, "Liberazione", in cui il registro brillante non è mai eccessivamente spinto o particolarmente originale nell'inventiva retorica; quasi a metà si colloca infine "il Riformista", che se da un lato è assimilabile al quotidiano di Giuliano Ferrara per una tendenza costante e abbastanza insistita all'impiego di una prosa vivace ed espressiva, dall'altro lato non si sbilancia mai su elaborazioni linguistiche e retoriche così accese e creative come quelle del suo omologo di centrodestra.

Per passare in rassegna molto rapidamente le altre figure retoriche principali individuate nel campione e testimoni anch'esse dell'utilizzo di un registro brillante che non disdegna affatto di ricorrere ad espedienti di

stampo più letterario, basterà sottolineare che le più diffuse sono senza dubbio la *percontatio* volta a rivolgersi direttamente al lettore, i *tricola* e gli accumuli (con eventuale *repetitio*), seguiti dalle anadiplosi e dalle anafore: sono tutti costrutti che non richiedono una particolare abilità compositiva e che, soprattutto, risultano notevolmente efficaci dal punto di vista comunicativo anche perché forse più evidenti agli occhi dei lettori più attenti. Non molti invece i casi di figure retoriche più complesse o riconducibili a uno stile più letterario e sostenuto; tra queste si segnalano qualche chiasmo, qualche *gradatio* ascendente o discendente, alcune iperboli, qualche antifrasi e *confutatio* e poche sinestesie. Solo qualche esempio di tutto questo:

Al partito guidato da Fausto Bertinotti la soddisfazione è palpabile. (Fog 11/2/06: sinestesia)

La serietà, come la semplicità, è difficile a farsi, e non te la puoi attribuire seriamente e grigiamente esibirla come una bandiera che promette tedio. (Fog 23/2/06: chiasmo)

Ma c'è di più, c'è molto di più. Si prevede di rendere meno appetibile la flessibilità, equiparandola in termini contributivi al lavoro fisso. Si prevede di stabilire una quota di lavoro a tempo determinato che non può incidere più di tanto sul totale dell'occupazione in un'azienda. Si prevede il ricorso al lavoro a tempo determinato solo in caso di «oggettiva necessità». (Lib 22/2/06: *climax* iniziale e anafora)

Parola d'ordine: programmi, programmi, programmi. (Rif 1/2/06: *repetitio* con *tricolon*)

Anche sotto questo aspetto è peraltro possibile affermare che “Il Foglio” si è dimostrato un po' più ricco di figure retoriche, soprattutto di quelle maggiormente impegnative, rispetto alle altre due testate studiate; ma è importante precisare che in ogni caso l'elaborazione stilistica e retorica non è mai fine a se stessa né viene ricercata per dar sfoggio di particolari abilità scritte: l'intento è sempre e comunque quello di caricare il messaggio di un'espressività capace di aumentarne l'efficacia comunicativa.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Si consideri infatti anche il secondo periodo del caso seguente: *Dopo aver fatto come diceva la coalizione, visti i sondaggi e visto l'orlo del precipizio, il Cav. ha deciso di fare come dice lui. Ed essendo del berlusconismo il manufatto di maggior pregio, quello ha scelto di rimettere sul mercato, facendosi notare dal New York Times* (Fog 28/1/06); qui le scelte sintattiche e morfologiche si richiamano a un tipo di scrittura formale e quasi burocratica, ma è evidente che l'in-



Ecco perché nonostante questa diffusa ricercatezza compositiva è ugualmente possibile sostenere che in linea di massima il registro medio con cui sono scritti gli articoli non è affatto aulico e formale ma, al contrario, tende alla colloquialità e all'informalità. La ragione di ciò è ravvisabile in tre fattori, peraltro in parte connessi tra loro: anzitutto non bisogna dimenticare che tra mittente e destinatario di testate come quelle qui studiate vi è una sorta di complicità preventiva che deriva dall'aver essi le medesime idee politiche e che quindi non richiede che il lettore venga in qualche modo persuaso anche tramite l'uso di uno stile molto elaborato; è poi doveroso considerare che, come è già stato sottolineato, in linea di massima tutta la stampa nazionale, e non solo quella politica, dimostra già da tempo di prediligere una lingua tendente alla mediocrità e vicina alla colloquialità, anche a seguito dell'impiego diffuso del discorso riportato nelle sue diverse forme; infine è importante ricordare che la stessa campagna elettorale che ha preceduto le elezioni del 9 e 10 aprile si è caratterizzata per un tipo di comunicazione diretta, il più delle volte semplice e semplificata, nonché a volte perfino triviale e scomposta.

Già negli esempi sin qui proposti è stato dunque possibile individuare alcuni fenomeni propri dell'oralità, di registri informali o comunque non elevati sotto il profilo diafasico: ricordo in particolare i costrutti della sintassi marcata che si segnalano con una certa frequenza non solo nei passi mimetici, dove tutto sommato è più normale aspettarsi di incontrarli, ma anche nella parte diegetica; oltre alle più comuni dislocazioni, con prevalenza di quelle a sinistra su quelle a destra, e alle frasi scisse e pseudoscisse tanto esplicite quanto implicite, si segnalano alcuni casi di posposizione del soggetto, eventualmente preceduto da una virgola, e a tutto ciò può aggiungersi anche il fenomeno della ridondanza pronominale:

Ha un bel problema, Fausto Bertinotti. Un problema che da destra a sinistra, in lungo e in largo, berlusconiani e prodiani, ognuno vorrebbe avere: tutti 'sti deputati in arrivo, dove li metto? (Fog 10/2/06)<sup>14</sup>

E solo pochi giorni fa, i Ds di Roma sfottevano Alemanno per aver copiato i loro, di slogan. (Fog 24/2/06)<sup>15</sup>

tento di chi scrive non è certo di tipo letterario, quanto piuttosto quello di ammicciare scherzosamente al lettore.

<sup>14</sup> Si noti come l'iniziale posposizione del soggetto si presta ad introdurre gradualmente e senza soluzione di continuità un inserto in discorso diretto libero caratterizzato anch'esso da una dislocazione a sinistra tipica delle produzioni orali.

<sup>15</sup> Qui sembra quasi che il tema (gli *slogan*) venga considerato talmente conosciuto da poter rimanere implicito, salvo poi venire specificato ugualmente per sicurezza.

E quindi non gli dovrebbe essere difficile, a Berlusconi, informarsi. (Lib 23/3/06)<sup>16</sup>

È miracoloso, questo governo. E se le cose stanno così, quale coglione mai potrebbe non votarlo, rischiando di giocarsi 20 o 25 anni di vita? (Lib 7/4/06)

Nervosi e preoccupati lo sono, i Ds: il timore diffuso è quello di rimanere schiacciati tra l'incudine rutellian-ruiniana rappresentata dalla smagliante coppia d'attacco della Margherita Luigi Bobba-Paola Binetti (che ieri hanno reso nota la lettera-appello inviata a 65 mila tra parrocchie, movimenti e associazioni cattoliche in nome della tutela di vita e famiglia) e il martello anticlericale, come lo definiscono, della Rosa nel pugno. (Rif 28/3/06)

Gente ce n'è tanta, donne pochissime. Non c'è da stupirsi, Melito è il Sud più profondo, quello periferico. A parlare per primo è il segretario della sezione locale (Rif 3/4/06)

Più che individuare un singolo fenomeno in sé è bene collocare ogni costrutto della sintassi marcata all'interno del proprio sistema periodale e dell'andamento argomentativo: non sfugge infatti che l'impiego di una forma marcata di cui viene sfruttato l'andamento oralizzante rientra in una più ampia ricerca di espressività e colloquialità che, oltre a sommare a volte più di un fenomeno in successione (si considerino ad esempio le topicalizzazioni iniziali e la frase pseudoscissa implicita finale del secondo esempio tratto dal "Riformista"), si palesa nella combinazione con altre particolarità soprattutto lessicali, anch'esse proprie del registro brillante e di situazioni comunicative informali: si considerino ad esempio le espressioni idiomatiche *in lungo e in largo*, *rimanere schiacciati tra l'incudine e il martello*, la forma aferetica dell'aggettivo dimostrativo *'sti*, il neologismo creativo ed espressivo *rutellian-ruiniana* (esempio lampante, oltretutto, di conglomerato), i colloquialismi *sottevano* e *coglione* (quest'ultimo usato ovviamente in modo ironico riferendosi a quanto detto a fine campagna elettorale da Silvio Berlusconi durante un suo intervento alla Confcommercio). Inoltre va sottolineato un uso dei segni di interpunzione tale da mimare le focalizzazioni e le pause tipiche delle produzioni linguistiche orali.

<sup>16</sup> Evidente in questo caso la sfumatura ironica, se non addirittura spregiativa, con la quale viene impiegata questa dislocazione a destra.

In qualche caso si arriva addirittura a imbattersi in passi talmente colloquiali da rasentare la sciatteria linguistica; non molti comunque gli esempi, e significativamente tratti dal “Foglio”, che si dimostra quindi anche sotto questo aspetto la testata più espressiva:

Si, poi se c'è una capatina dal Papa vabbè, il Ppe meno male, una parola sul Concordato e sulla Bonino anticlericale pure si spende, ma si capisce che non è materia e non è cosa. (Fog 5/4/06)

Gli antiberluscones sono buoni, mica votano per soddisfare i propri interessi, lo fanno per andare incontro a quelli degli altri e per il bene della società (e chisseneffrega se questa ipocrisia ricorda la filastrocca bigotta di chi fa l'amore urlando “non lo fo per piacer mio, ma per dare un figlio a Dio”). (Fog 7/4/06)

Si noterà, ancora una volta, come per raggiungere l'effetto comunicativo desiderato si fondano insieme fenomeni sintattici, morfologici, lessicali e retorici. Va peraltro precisato che tutti e tre i quotidiani, pur aperti come si è visto a varietà linguistiche vicine all'uso medio e spesso lontane dallo scritto anche solo mediamente formale, hanno invece dimostrato una maggior conservatività per quanto attiene ai livelli morfologici pronominale e verbale: in particolare vanno rilevati un impiego discretamente diffuso dei pronomi personali soggetto standard e del relativo *il quale*, e la buona tenuta del modo congiuntivo e delle costruzioni standard del periodo ipotetico. È evidente che la scelta di servirsi di uno stile medio e spesso colloquiale è assolutamente consapevole, e denota una certa abilità compositiva ed espositiva dei giornalisti, i quali sanno sfruttare stili diversi o la commistione di fenomeni propri di registri stilistici differenti.

L'ambito che, al contrario, dimostra di essere maggiormente disponibile ad accogliere marche tipiche della colloquialità è senza dubbio quello lessicale. Per questa ragione mi sembra opportuno dedicare al lessico un po' più di attenzione e di dare un'esemplificazione un po' più nutrita di quanto sin qui fatto con gli altri fenomeni. Va rilevato anzitutto l'ampio ricorso, da parte di tutte e tre le testate, a espressioni stereotipate e modi di dire che contribuiscono, anch'essi, a dare agli articoli un tono di colloquialità e di vicinanza alla lingua usata dai lettori; di seguito se ne dà un campionario per ogni giornale inserendo, dove opportuno, l'espressione in questione all'interno del proprio contesto:

E il presidente del Consiglio li ripaga della stessa moneta (Fog 2/2/06)  
polemica tra Francesco Rutelli e Fausto Bertinotti che lascia il tempo che trova (Fog 9/2/06)

[Enrico Boselli] fa rientrare dalla finestra l'unità di coalizione uscita dalla porta (Fog 11/2/06)

La matematica non è un'opinione, ma i numeri lo sono. (Fog 17/2/06)  
dicevano che il grande capo avrebbe mandato tutto a monte (Fog 22/2/06)

La parola "serietà", invece, non gli fa né caldo né freddo. (Fog 22/2/06)

Tanta, tanta carne al fuoco, dunque. (Lib 21/2/06)

Sono usciti da subito i temi veri, l'arrosto e non il fumo. (Lib 9/3/06)

Casini, che è già in piedi, sorride e cerca di prenderlo in castagna (Lib 9/3/06)

Berlusconi perde le staffe e parte lancia in resta all'attacco dei sindacati servi della sinistra. (Lib 15/3/06)

Prendiamo il toro per le corna e chiediamolo direttamente a Bertinotti (Lib 5/4/06)

I colonnelli per definizione del governatore (l'onorevole Lupi e l'euro-parlamentare Mauro) hanno le bocche cucite. (Rif 2/2/06)

Come a dire: prima vi massacro e poi, care le mie punte, vi presento il conto. Cornute e mazziate, appunto. (Rif 3/3/06)

[Oliviero Diliberto] ha continuato a battere sul dente che più duole al centrodestra (Rif 13/3/06)

Quella di Vicenza rischia di essere una vittoria di Pirro. (Rif 22/3/06)

Le vie del Signore sono veramente infinite, almeno quando si tratta di scegliere un governante. (Rif 25/3/06)

Ma il tempo stringe (Rif 27/3/06).

Come si vede, la casistica è abbastanza diversificata, e considerando che essa non rappresenta che una minima parte di tutto il campionario individuato, ben si capisce quanto questo genere di frasi fatte e di espressioni cristallizzate sia importante all'interno della lingua e dello stile di tutti e tre i giornali. Inoltre alcune locuzioni vengono impiegate nella loro forma base di uso comune (ad esempio la conclusione di Fog 9/2/06 e Rif 27/3/06), mentre in altri casi si assiste a una elaborazione creativa delle frasi stereotipate che ne aumenta l'espressività (si pensi qui a Fog 17/2/06 o a Rif 25/3/06).

Come si è già avuto modo di vedere in alcuni degli esempi proposti in precedenza, la colloquialità lessicale è individuabile in voci singole, siano esse monorematiche o polirematiche. Per comodità espositiva mi limiterò a darne un breve ma significativo elenco per ogni testata:<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Non specificherò la data del quotidiano da cui ogni lemma è tratto perché in più di un caso si ha a che fare con voci di cui è stata riscontrata più di un'occorrenza all'interno del *corpus*.

“Il Foglio”: buscarle, caccola estetica, capatina, cosette, domandina, far pencolare l’equilibrio, fetenza governativa, frappe, librotto, parapiglia, pensierino, quisquiglie, robeta, scarparo,<sup>18</sup> sganasciarsi dalle risate, vecchiume.

“Liberazione”: bazzecole, bordate elettorale-televisive, come butta la trasmissione, cosetta, favolette, fogliolino, impapocchiare, paginetta, patata bollente, politichetta miserella, salamelecchi, sbragato, tosto, volumone.

“il Riformista”: frullare nella mente, gruppetto, mugugnare, pasticci combinati sulla politica fiscale, pezzi da novanta, piccinerie, scavallare, sgambata, spellarsi le mani, svicolare, taroccato, tira e molla, tiritera, tosto.

Si tratta dunque di voci eterogenee: vi sono infatti numerosi alterati come *librotto*, *volumone*<sup>19</sup> e *gruppetto*, alcuni regionalismi come *frappe*, *scarparo* e *impapocchiare*, modi di dire come *patata bollente* e *tira e molla*, nonché parole o espressioni ancor più connesse a usi e contesti linguistici altamente informali o gergali<sup>20</sup> come *sganasciarsi dalle risate*, *tosto* e *taroccato*.

Sempre in ambito lessicale, è opportuno considerare ora le neoformazioni e le parole, o le locuzioni, “creative” che condividono con i colloquialismi appena visti l’impiego a fini brillanti ed espressivi. Dall’analisi del *corpus* è fra l’altro emersa una scarsa propensione da parte dei giornalisti a coniare neoformazioni; il dato è significativo se si considera che l’originalità dal punto di vista retorico e stilistico non difetta certo in chi scrive sulle tre testate studiate. Credo non sia inappropriato supporre allora che i giornalisti ritengano meno efficace dal punto di vista comunicativo e impressivo ricorrere ad espedienti di fatto abbastanza semplici da ideare, ma troppo spesso effimeri e, forse soprattutto, scarsamente latori di una carica impressiva aggiuntiva

<sup>18</sup> Epiteto irrisorio con il quale il giornalista allude all’imprenditore Diego Della Valle, protagonista pochi giorni prima di un duro scontro con Silvio Berlusconi durante un’assemblea di Confindustria a Vicenza.

<sup>19</sup> Interessante notare che con ambedue questi sostantivi si designa il programma elettorale dell’Unione, lungo circa 280 pagine: l’ironia del “Foglio” è ovvia, mentre quella di “Liberazione” si spiega con il fatto che la voce è inserita in un passo in cui il giornalista ipotizza proprio, per poi confutarle, le critiche che la Casa delle Libertà avrebbe mosso al programma con il quale il centrosinistra si è presentato agli elettori.

<sup>20</sup> Intendendo qui ovviamente “gergo” nella sua accezione più generale e non in quella tecnica.

rispetto al contesto linguistico e retorico in cui già sarebbero inseriti. Come per i colloquialismi ne fornisco un breve elenco per ciascuna testata:

“Il Foglio”: bosellian-pannelliani, capocomicale, Cav., CDB (= Carlo De Benedetti), declinismo, fazista, governatore-candidato (= Roberto Formigoni), “guaglione” no global (= Francesco Caruso), interunionista, LCdM (= Luca Cordero di Montezemolo), montezemoliano, neuronemici, onorevole operaio (= Salvatore Buglio), pannellizzato, presidente senatore (= Roberto Formigoni), Professore, semirutelliano, tendenza Pancho Pardi.

“Liberazione”: gran venditore (= Silvio Berlusconi), Laziogate, ministro con l’elmetto (= Carlo Giovanardi), ministro indossatore (= Roberto Calderoli), nazional alleati, Silvio dei miracoli, Storagegate.

“il Riformista”: aennino, Be.Fi.Ca. (= Berlusconi, Fini, Casini), Berlusconi pensiero, casaliberista, Cav, dilibertino, ragionier sottile (= Giulio Tremonti), governatur, il Celeste (= Roberto Formigoni), Prof, rutellian-ruiniano, unionista, variabile Berlusconi.

Anche qui si ha dunque a che fare con voci diverse: numerose sono quelle foggiate a partire dal cognome di una personalità politica; il fatto denota la personalizzazione del confronto politico che si è avuta a partire soprattutto dall’avvento della seconda Repubblica, e non stupisce che il nome del politico che più viene utilizzato per creare questo genere di voci sia quello di Silvio Berlusconi, che di questa personalizzazione è stato senza dubbio l’emblema. Le personalità più in vista vengono poi spesso designate tramite circonlocuzioni espressive per lo più ironiche che ne sottolineano alcune caratteristiche, vicende, difetti: si pensi a “*guaglione*” *no global* con cui, ispirandosi forse all’espressione *bello guaglione* usata da Romano Prodi nei confronti di Francesco Rutelli, si designa il giovane contestatore candidato indipendente nelle liste di Rifondazione Comunista, *ministro indossatore* che vuole alludere all’episodio della maglietta con la vignetta anti-islamica indossata dall’allora Ministro per le Riforme Roberto Calderoli e a *ragionier sottile* che, prendendo come base l’epiteto di *dottor sottile* da anni attribuito a Giuliano Amato, designa l’ex Ministro dell’Economia Giulio Tremonti. A ciò si aggiungano le ormai diffusissime antonomasie *Cavaliere*, *Professore* e *Senatur* (le prime due eventualmente abbreviate, soprattutto dal “Foglio” che utilizza molto più spesso la forma abbreviata *Cav.* per indicare quasi affettuosamente Silvio Berlusconi); vi sono poi alcune antonomasie meno frequenti come *governatur* con cui si designa il Governatore della Regione Lombardia Roberto

Formigoni.<sup>21</sup> Infine, insieme ad alcune sigle o acronimi creativi (in particolare *Be.Fi.Ca.* che forse vuole richiamarsi allo storico *CAF* di Craxi-Andreotti-Forlani), meritano attenzione le voci legate ai partiti o alle forze politiche, alcune delle quali non recentissime ma comunque considerabili come neologismi della seconda Repubblica: così *unionista* e il suo composto *interunionista*, *casaliberista*, *nazional alleato* e il suo omologo il deacronimo *aennino*.

Interessanti alcune considerazioni anche sotto l'aspetto morfologico: anzitutto si segnalano le numerose unità lessicali superiori, molte delle quali formate dalla giustapposizione di due sostantivi come *onorevole operaio* (che, tra l'altro, si richiama certamente allo slogan *presidente operaio*, usato da Silvio Berlusconi nella sua campagna per le elezioni del 2001); poi va sottolineata la sostanziale tenuta dei suffissi *-ismo* e *-ista* da sempre particolarmente produttivi all'interno del lessico politico (si pensi, qui, a *declinismo* e *fazista*); infine meritano attenzione i composti che vedono uno stranierismo quale loro elemento costitutivo come *Laziogate* e *Storacegate* (il cui suffissoide, usato in modo forse improprio, ha goduto di particolare fortuna dopo il famoso scandalo del Watergate).

“Il Foglio” si dimostra certamente la testata più creativa, pur tendendo tutti e tre i giornali a un certo grado di espressività e vivacizzazione linguistica.

## 2. LA CAMPAGNA ELETTORALE 2006: ICI, CUNEO FISCALE, TRE PUNTE E SERIETÀ

Dopo aver avanzato considerazioni linguistiche e comunicative di carattere generale analizzando soprattutto gli aspetti grammaticale e retorico, mi sembra opportuno vedere invece adesso come il confronto tra le diverse parti politiche che ha preceduto le elezioni del 9 e 10 aprile emerga dalle tre testate sotto il profilo più strettamente contenutistico. Le ripercussioni tematiche che la campagna elettorale ha determinato sull'informazione della carta stampata e, quindi, anche sulle tre testate studiate, è evidente soprattutto nel lessico, specchio delle problematiche, dei referenti, delle proposte e delle vicende più dibattuti e su cui si è fatta

<sup>21</sup> La voce sarà senza dubbio calcata su quella di *Senatur*, con cui viene indicato Bossi; inoltre va tenuto presente che lo pseudolombardismo in questione aiuta a specificare meglio tramite un'allusione linguistica quale sia la regione italiana la cui giunta è guidata appunto da Roberto Formigoni.

convergere l'attenzione dei cittadini per indirizzare la loro scelta al momento del voto.

Piuttosto che un elenco di voci slegate dal loro contesto, mi sembra più interessante procedere con una breve descrizione e ricostruzione ragionata della campagna elettorale stessa, impostata partendo dalle voci più significative a essa legate e presenti negli articoli analizzati.

Contrariamente a quanto avvenuto nelle ultime tre elezioni politiche, a seguito della nuova *legge elettorale* elaborata e approvata dal centro-destra, il sistema di voto è tornato a essere fundamentalmente *proporzionale*, anche se la concessione di un *premio di maggioranza* alla coalizione vincente ha consentito di non snaturare completamente l'impostazione propria del *maggioritario*: il timore manifestato soprattutto dal "Riformista" consisteva nell'ipotesi che questo potesse ripercuotersi sul *bipolarismo* italiano rimettendo in discussione l'assetto politico e partitico dell'ultimo decennio. In particolare sono emerse da parte anche di "Liberazione" forti ostilità a proposito di ipotesi di un *neocentrismo* che avrebbe potuto vedere anche in Italia la formazione di una *grande coalizione* (o *grosse Koalition*) sull'esempio tedesco. Altra questione sollevata dalla nuova legge elettorale, e che ha visto nascere delle problematiche trasversali tra le coalizioni, è stata la scelta delle *liste bloccate* che, non concedendo al cittadino la possibilità di esprimere una preferenza, hanno fatto sì che fossero le segreterie di partito a stabilire *a priori* chi sarebbe stato eletto. A ciò si aggiungono le difficoltà conseguenti alla mancata approvazione della legge sulle cosiddette *quote rosa*.

Ciò che ha unito le due coalizioni contrapposte è stato invece il *programma*, termine che ha costituito di fatto il centro di tutti i ragionamenti e di tutte le discussioni politiche: decisamente voluminoso quello del centro-sinistra ed estremamente sintetico quello del centro-destra (benché non più nella forma di *contratto con gli italiani*), ma entrambi agli occhi delle coalizioni simbolo di concretezza e di progetti veri da proporre ai cittadini per chiederne il voto.<sup>22</sup> Diversi i punti toccati in questi programmi, cui vanno aggiunti quelli più spinosi da essi taciuti o elaborati e presentati agli elettori in un secondo momento da parte di singole personalità, di partiti o delle coalizioni stesse; la questione principale su cui si è insistito sono state sicuramente le *tasse*: il centro-destra a pochi giorni dal voto e per voce del suo leader Silvio Berlusconi ha promesso in caso di vittoria l'abolizione dell'*Ici*, che andava così ad aggiungersi ai già dichia-

<sup>22</sup> Per questo aspetto si veda Giuseppe Antonelli, *Sull'italiano dei politici nella seconda Repubblica*, in *L'italiano oltre frontiera*, cit., pp. 222-23.



rati sgravi derivanti dal *quoziente familiare*; il centro-sinistra, dal canto suo, su spinta di Romano Prodi proponeva invece la riduzione del *cuneo fiscale* (ovvero la differenza tra quanto versato dal datore di lavoro e quanto poi effettivamente contenuto nella busta paga del lavoratore al netto delle ritenute fiscali) per ridare impulso all'economia. Sempre a proposito di tassazione, oggetto di scontro e accuse reciproche tra le coalizioni, si aggiungano poi la proposta dell'Unione di reintrodurre l'*imposta di successione* e l'innalzamento al livello europeo di quella sulle *rendite finanziarie*.

Ma se la questione fiscale ha visto il centro-destra all'attacco del centrosinistra, il contrario si è invece verificato a proposito della *Legge 30* (meglio nota come *Legge Biagi*) che il centro-sinistra ha promesso di modificare profondamente per cercare di limitare la forte *precarietà* nel mondo del lavoro, frutto, a detta dell'Unione, delle politiche sbagliate del governo Berlusconi in tema occupazionale (e non stupisce che al tema si sia dimostrata particolarmente sensibile "Liberazione"). Per contro, la Casa delle Libertà ha molto insistito sull'ambiguità e sulle diverse posizioni della coalizione contrapposta per quanto concerne la *Tav*: mentre per "Il Foglio" i *comitati anti Tav* o *no Tav* (cui, più in generale, vengono associati anche i *no global* e i *girotondi*) rappresentano un indubbio limite all'efficacia e agli *equilibri* governativi di un esecutivo del centrosinistra, per "Liberazione" essi costituiscono un'importante espressione della società civile e una ricchezza per il *pluralismo* della coalizione; per il più moderato "Riformista", invece, sono innegabili i problemi che potrebbero sorgere dal concedere eccessivo spazio a queste frange estremiste. Altra tematica che ha contrapposto i due schieramenti è stata quella del riconoscimento di alcuni diritti alle *coppie di fatto*: fortemente contrario il centro-destra per il quale va salvaguardata la *famiglia* tradizionale fondata sul matrimonio tra un uomo e una donna, più aperto il centro-sinistra in cui è prevalsa la mediazione tra le diverse componenti che ha portato alla proposta delle *unioni civili* al posto dei *Pacs* (Patti civili di solidarietà) preferiti invece dalla sinistra radicale. Questo anche perché entrambe le coalizioni avevano la consapevolezza che per vincere le elezioni era necessario conquistare la fiducia dei *moderati*, e soprattutto quel *voto cattolico* e quel *voto di opinione* particolarmente conteso tra le forze di centro e oggetto di ampio dibattito sul "Foglio" e sul "Riformista". A tutto ciò si lega ovviamente anche il tema della *laicità* dell'agire politico che in alcune circostanze ha visto contrapporsi alcune frange della *destra clericale* con altre della *sinistra anticlericale* e *laicista* soprattutto a proposito di proposte di eventuali revisioni della *legge 194* sull'aborto e di quella più recente relativa alla *fecondazione assistita* (nota anche come *legge 40*).

Le nuove potenzialità dei mezzi di comunicazione di massa hanno poi rafforzato ulteriormente rispetto a quanto già avvenuto nell'ultimo decennio la mediatizzazione della campagna elettorale. Il *medium* più importante si è ovviamente riconfermato la televisione, la cui informazione è stata regolata dalla legge sulla *par condicio*, molto contestata dal centro-destra e, quindi, dal "Foglio" e tacciata di essere una misura *illiberale* (aggettivo riattualizzato proprio a questo proposito da Silvio Berlusconi),<sup>23</sup> ma ritenuta necessaria dal centro-sinistra per via della mancata risoluzione del *conflitto di interessi* che vedeva il Presidente del Consiglio in grado di influenzare più o meno direttamente tanto le tre reti pubbliche nazionali quanto le tre principali reti private di proprietà, appunto, della famiglia Berlusconi. Particolare interesse hanno suscitato i due *confronti televisivi* tra i due candidati alla carica di Presidente del Consiglio, preceduti peraltro da una serie di dibattiti e polemiche tra i leader che hanno poi portato, su insistenza di Romano Prodi, alla stesura di regole sullo svolgimento dei confronti che consentissero ai due contendenti imparzialità ed equità di trattamento e di condizioni sui modelli americano e tedesco. Scopo principale di questi due appuntamenti televisivi era quello di convincere gli *indecisi*, la parte di elettorato più mobile e capace di fare la differenza a favore dell'una o dell'altra parte. Anche per questo le due coalizioni si sono affidate fin dall'inizio a istituti di *sondaggi* che potessero dare indicazioni utili su come impostare, condurre ed eventualmente modificare le strategie comunicative della campagna elettorale. Mentre l'Unione ha fatto riferimento soprattutto ai *sondaggisti* degli istituti demoscopici italiani, Silvio Berlusconi si è invece affidato ad esperti americani della Psb per cercare di neutralizzare l'*effetto band wagon* (quello, cioè, di indirizzare gli indecisi verso la coalizione che sembra in vantaggio) che pareva favorire il centro-sinistra ma che poi, a elezioni avvenute, si è dimostrato inesistente o quantomeno tutt'altro che determinante. L'asprezza dei toni che hanno caratterizzato la campagna elettorale si è infine manifestata con tutta evidenza pochissimi giorni prima del voto, quando l'allora Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi durante un'assemblea della Confcommercio ha affermato: «Ho troppa stima per l'intelligenza degli italiani per credere che ci possano essere in giro tanti *coglioni* che votano per il proprio disinteresse», salvo poi precisare il giorno successivo che l'espressione «affettuosa e ironica» non si riferiva agli elettori abituali del centro-sinistra.

<sup>23</sup> Su questo si veda ancora Dell'Anna e Lala, *Mi consenta un girotondo*, cit.

Eppure, nonostante questi accenti triviali e la già più volte sottolineata preferenza per una comunicazione politica colloquiale e informale, i diversi candidati alle elezioni hanno anche fatto uso di termini tecnici propri dei linguaggi speciali per affrontare tematiche, problematiche e proposte specifiche. Questo, peraltro, non è in contrasto con quanto detto a proposito della tendenziale semplicità della comunicazione politica: infatti, se quest'ultima era volta a cercare un avvicinamento e un'identificazione tra il cittadino-elettore (o, nel nostro caso, il lettore) e la classe politica, è però anche vero che questa stessa classe politica voleva presentarsi agli occhi dell'elettorato come competente, preparata e attenta alle questioni concrete piuttosto che alle idealità politiche astratte. Non stupisce quindi che ciò sia riscontrabile anche nel *corpus* studiato, a proposito del quale è anche bene precisare che l'utenza di riferimento è composta da persone mediamente abbastanza preparate e che ricercano quindi anche delle spiegazioni più precise e meno propagandistiche a proposito delle specifiche proposte dei programmi elettorali. Si propone di seguito un breve elenco delle voci e delle locuzioni tecnico-specialistiche più significative individuate in ognuna delle tre testate, tralasciando quelle eventualmente già inserite nella breve ricostruzione della campagna elettorale:

“Il Foglio”: ammortizzatori sociali, basic tax, blind trust, capitale sociale, credito di vantaggio, holding, liberalizzazione dei fondi di previdenza, liberalizzazione dell'etere dal duopolio, montanti contributivi, no tax area, previdenza complementare, vendita a riscatto.

“Liberazione”: contributi figurativi, deregulation, disincentivo alla delocalizzazione, evasione contributiva, incremento retributivo, inflazione di settore, inflazione programmata, job on call, picchi produttivi, staff leasing, stagionalità.

“il Riformista”: Bolkestein, campaign manager, condono, emendamenti soppressivi, liberalizzazioni, modulazione tra il costo del lavoro stabile e quello precario, plusvalenze, soft economy, spin doctor.

È interessante constatare che la maggior parte di questi termini afferisce al sottocodice economico, il che indica come le questioni più dibattute in campagna elettorale siano state quelle appunto legate alla tassazione, allo sviluppo e alla finanza; non mancano comunque voci appartenenti ad altri ambiti come quello lavorativo (*job on call* e *staff leasing*) e quello più legato alla campagna elettorale in senso stretto (*campaign manager* e *spin doctor*). Inoltre non pochi dei termini tecnico-specialistici sono dei fore-

stierismi e, in particolare, degli angloamericanismi. Nonostante poi alcune voci siano tutto sommato comprensibili e più vicine alla lingua comune come *condono* ed *evasione contributiva*, è però opportuno precisare che i casi in cui i giornalisti procedono a una spiegazione dei termini sono tutto sommato rari, forse perché si ritiene che il lettore medio di queste tre testate sia in generale già sufficientemente preparato e competente.

Vi è poi un altro aspetto importante e interessante da esaminare per valutare come la lingua della campagna elettorale abbia influenzato quella dell'informazione dei tre giornali: mi riferisco ai modi con cui la carta stampata ha valutato, commentato, sfruttato e rielaborato proprio gli slogan usati per convincere i cittadini. La rilevanza della questione è dimostrata oltretutto dalla presenza in tutte e tre le testate di passi o interi articoli basati su considerazioni di tipo metalinguistico, e di periodi, metafore o espressioni che si richiamano direttamente agli slogan in questione.

Gli slogan che più hanno segnato la campagna elettorale e che hanno stimolato maggiormente la fantasia dei giornalisti sono stati due: da un lato le *tre punte* del centro-destra, metafora con la quale i leader della Casa delle Libertà (senza però la Lega Nord) hanno voluto presentarsi agli elettori per sottolineare che, qualora Alleanza Nazionale o l'UDC avessero ottenuto più voti di Forza Italia, avrebbero proposto rispettivamente Gianfranco Fini o Pierferdinando Casini alla carica di Presidente del Consiglio; dall'altro *la serietà al governo* del centro-sinistra, vero e proprio slogan scelto come concetto chiave della campagna di Romano Prodi sia per i manifesti elettorali sia per la comunicazione televisiva (in particolare nel primo confronto con Silvio Berlusconi), e con cui si voleva marcare la differenza rispetto all'eccessiva informalità e al diletterantismo che, a detta dell'Unione, avrebbe caratterizzato il passato governo di centro-destra e soprattutto l'agire di Silvio Berlusconi.

Interessante notare come ancora una volta il centro-destra abbia deciso di puntare su una metafora calcistica. Più formale e istituzionale invece lo slogan del centro-sinistra che ha in questo modo voluto puntare sull'immagine di affidabilità del suo candidato alla Presidenza del Consiglio derivante da una lunga esperienza nazionale e internazionale. Come si constaterà dalla datazione delle serie di esempi che seguiranno, la maggior parte di questo genere di considerazioni metalinguistiche è individuabile nei numeri di inizio febbraio, quando appunto i vari slogan costituivano una novità essendo appena cominciata la campagna elettorale ufficiale:

E siccome hanno scelto la (poco fantasiosa) metafora calcistica delle tre punte, ora i leader del Polo fanno sapere che si sentono come la Roma

dopo nove vittorie di fila. L'importante è non considerare l'Unione come la Juventus. (Fog 15/2/06)

Serietà, dunque. “La serietà al governo” perciò, come si legge sugli appositi manifesti. Ma che sia serietà, spiegano i prodiani, e non “seriosità, conosciamo la differenza”. [...] Serietà, con seguito di campagna elettorale “seria, robusta, dinamica, sobria”. Perché poi, con “serietà”, si abbina pure, negli interventi di Romano Prodi, la parola “sobrietà”. Gli uomini del Professore dicono che la scelta non è casuale, “abbiamo raccolto in Europa e in Italia diffusi giudizi di mancanza di serietà su Berlusconi e il suo governo”. [...] “Serietà è non dire mai mi spiace”, si cazzeggia già nell'Unione. E siccome le altre parole chiavi che Prodi userà nel corso della sua campagna elettorale – e in parte già anticipate – saranno “bene” (“Per il bene dell'Italia”, il titolo del discorso di presentazione del programma in Fabbrica) e “felicità” (“Il Paese ha bisogno di un po' più di felicità”), ieri c'era chi ironicamente proponeva, preso atto della drammatica assenza di un inno politico, il rilancio, sull'aria immortale di “Felicità” di Al Bano e Romina: “Serietà è tenersi per mano/ andare lontano, la serietà/ È il tuo sguardo innocente/ in mezzo alla gente, la serietà/ È restare vicini come bambini/ la serietà, la serietà...”. [...] Ma poi, è termine appropriato quello scelto dal Prodi e dai suoi? “È una parola chiave – riconosce Nicola Piepoli – anche se non ai primi posti tra le stesse parole chiave. Ma nel gruppo creativo di cui faccio parte, quando ne abbiamo discusso, è una di quelle venute fuori, declinazione di altre come ‘futuro’ e ‘domani’”. Che guarda caso sono proprio le parole chiave scelte dai maggiori alleati del candidato del centrosinistra: “Riaprire il futuro”, esortano i manifesti della Margherita. “Domani è un altro giorno”, promettono quelli dei Ds. Ma avverte Piepoli: “Il serio a volte dà l'idea di cupo, di tenebroso. Occorre essere seriamente sorridenti”. (Fog 22/2/06)

L'Unione ha tirato fuori un manifesto sulla “serietà al governo”. [...] Bisogna ammettere, per serietà e in tutta allegria, che la stagione d'oro dell'antipolitica volge al termine o ha comunque consumato parte della sua energia vitale. [...] Ma il confine tra serietà e seriosità andrebbe difeso con le unghie e con i denti, accada quel che accada. È infatti serio attendere che altri ti definisca serio per la serietà delle tue scelte, meno seria, diremmo seriosa, la vanteria di darsi serio. [...] Serio sarebbe stato mettere la Tav nel programma, rimpinzarlo di numeri e scadenze, serio scrivere duecentottanta pagine di expertise cespugliosa su tutto lo scibile umano. Serio sarebbe stato leggere il libro di analisi dei dati di Luca Ricolfi, dedicato al Contratto con gli italiani lanciato cinque anni fa da Berlusconi, per concludere magari che il Cav. deve andare a casa, ma per ragioni serie diverse da quelle finora addotte. È serio e grigio dipingere il paese come un ospizio dei poveri e il primo governo della nostra storia durato cinque anni come un'accollita di gangster fannulloni. La

serietà, come la semplicità, è difficile a farsi, e non te la puoi attribuire seriamente e grigiamente esibirla come una bandiera che promette tedio. Tutto questo non è serio. (Fog 23/2/06)

Naturale poi che i due schieramenti ironizzino sugli slogan degli avversari ed eventualmente spieghino i propri: risalta anzitutto il sarcasmo con cui “Il Foglio”, che dedica alla questione due interi articoli di due giorni successivi, giudica la scelta della parola *serietà* da parte del centro-sinistra che di fatto avrebbe dato invece un’idea di *seriosità*, di cupezza, di mancanza di inventiva, di allegria e di entusiasmo. Interessante rilevare, ancora una volta, la grande creatività ed espressività dei passi proposti, dove si segnalano diversi espedienti retorici, il ricorso a citazioni eventualmente rielaborate e una certa insistenza sui giochi di parole. Non mancano poi anche osservazioni relative agli slogan principali utilizzati dai singoli partiti del centro-sinistra in relazione a quelli scelti per l’intera coalizione:

Il tridente d’attacco della Casa delle libertà si dà da fare. Berlusconi, Fini e Casini cercano l’intesa, non la trovano, ognuno va per conto suo. Fini dall’ala destra prova a tirare invece di crossare al centro per il bomber Berlusconi, Casini dribbla dribbla si aggroviglia e dalla sinistra tende ad accentrarsi sempre troppo. Sua maestà il presidente del Consiglio vorrebbe essere il centravanti di sfondamento, per ora ha solo sfondato ogni record di permanenza in televisione. Ai telespettatori l’arduo giudizio. Zoom sulla fascia destra del campo delle presunte libertà. (Lib 7/2/06)

Far tornare a «vivere» le parole. Quelle vere, quelle che servono a denunciare problemi ma anche a comunicare speranze, progetti. Proposte. Parole, allora, da usare con semplicità, un po’ come le bandiere, i simboli. Ieri Rifondazione Comunista, in una conferenza stampa, ha presentato la sua campagna elettorale. Ha spiegato come farà campagna in vista delle politiche del 9 aprile. Ed ecco, allora, le parole. Raggruppabili in uno slogan. Decisamente strano, atipico per una campagna elettorale. Questo: «Vuoi vedere che l’Italia cambia davvero». [...] «In un Paese in cui sembra non cambiare mai nulla vogliamo dare la sensazione che qualcosa possa davvero cambiare. E profondamente». E può cambiare proprio a cominciare dal linguaggio della politica. Abituata a raccontare scontri e querelle, lontani anni luce dalla vita delle persone. Può cambiare proprio a cominciare dalle parole. Ridando loro un senso. Ecco allora, la prima parte della campagna di comunicazione – a cui ha lavorato l’agenzia romana “Xister” – che già riempie i muri delle città. Sono quelle parole che hanno bisogno di una brevissima didascalia per riacquistare il loro significato autentico. «Pace, quella vera», «Lavoro, quello vero». «Giustizia, quella vera», «Musica, tutta un’altra», «Treni, quelli per i pendolari». (Lib 21/2/06)

Il primo esempio è costruito come se si trattasse di una cronaca in diretta di una partita di calcio giocata sul *campo delle presunte libertà* da parte delle *tre punte*, ma senza successo; decisamente più autoreferenziale il secondo esempio, interessante perché dimostra come la campagna elettorale di Rifondazione Comunista abbia voluto puntare alla risemantizzazione, o a una semantizzazione ritenuta più corretta, di alcuni significanti: questo avviene facendo seguire il determinato dal suo determinante con lo scopo, appunto, di *far tornare a «vivere» le parole* in vista di un auspicato *cambiamento dell'Italia*.<sup>24</sup>

Si veda ancora, infine, il seguente esempio tratto dal “Riformista”:

In una campagna affastellata di metafore calcistiche era destino che anche la campagna di affissioni di Romano Prodi attingesse al repertorio pallonaro: dopo le tre punte del centrodestra, il centrocampo folto del centro-sinistra, è la ripartenza di sacchiana memoria la nuova frontiera della campagna elettorale. «L'Italia riparte» è con tutta probabilità l'*headline* che accompagnerà il volto di Romano Prodi e il simbolo dell'Ulivo nei manifesti sei metri per tre che dal 20 febbraio al 6 marzo tappezeranno le strade italiane. Ieri al terzo piano di Santi Apostoli, quartier generale della campagna prodiana, è stata una giornata di riunioni a oltranza per licenziare oggi il bozzetto definitivo del manifesto: oltre alla scelta dello slogan principale, c'era infatti da dosare sul volto di Prodi il giusto sorriso, che sarà alla fine non troppo marcato per trasmettere insieme serenità e serietà. Potrebbero fare capolino sui manifesti anche altre parole-chiave come crescita, futuro e insieme (non a caso anche titolo del libro scritto dal Professore con la moglie Flavia). (Rif 9/2/06)

Anche “il Riformista” si segnala dunque per una certa attenzione alle strategie comunicative ideate dai due schieramenti in vista delle elezioni: nell'esempio citato si dà ragione di uno slogan del centro-sinistra partendo da considerazioni che chiamano in causa le metafore calcistiche; può non essere azzardato ipotizzare peraltro che la frase in questione sia poi stata di fatto meno sfruttata nella campagna elettorale del centro-sinistra proprio perché ritenuta più congeniale alla coalizione contrapposta; allo stesso modo non tutte le parole chiave ipotizzate come oggetto di ampio utilizzo da parte dell'Unione hanno goduto della stessa fortuna. Questo permette di dimostrare quanto le strategie comunicative e gli slogan della campagna elettorale si siano adattati e aggiornati a seconda delle circostanze, delle vicende politiche e del tasso di gradimento e di efficacia riscontrato nell'elettorato da parte degli istituti pubblicitari cui si sono rivolti i vari partiti.

<sup>24</sup> A tal proposito si rimanda al saggio di Giuseppe Sergio in questo volume.

### 3. LA “LINGUA DELLA SINISTRA” DI “LIBERAZIONE” E IL TURPILOQUIO DEL “FOGLIO”

Fin qui si sono presi in considerazione alcuni fenomeni comuni a tutte e tre le testate. Mi sembra utile concludere prendendo brevemente in esame alcune caratteristiche specifiche che contraddistinguono le singole testate, e che contribuiscono a valutare l'eventuale influenza sulla lingua dell'informazione in campagna elettorale. Partiamo dal “Riformista”, che si caratterizza per uno stile di assoluta medietà, senza evidenti “segni particolari” che ne differenzino le scelte linguistiche rispetto agli altri quotidiani: evidentemente l'appartenenza di giornalisti e lettori all'area politica che si riconosce nella sinistra moderata, non ideologica, intellettuale e a volte un po' snob, si riflette appunto anche nelle scelte comunicative e linguistiche.

Emergono invece in “Liberazione” due aspetti rilevanti e peculiari: anzitutto l'accentuata polarizzazione dello scontro, ovvero la tendenza a considerare l'avversario politico come profondamente diverso da sé, il che presuppone la volontà di ottenere la vittoria elettorale anche per poter mettere in atto un forte cambiamento rispetto a quanto avvenuto nei cinque anni precedenti; in secondo luogo si segnala l'ampio ricorso a una lingua che si richiama da vicino, nelle forme e nei contenuti, a quella della sinistra comunista dei decenni passati, con il suo alto tasso di elementi ideologici che affondano le loro radici nella filosofia marxista.<sup>25</sup> L'ambito più coinvolto da questo tipo di fenomeni è ovviamente quello lessicale.

Ecco una serie di voci che testimoniano tale polarizzazione, vista come discontinuità anche forte rispetto al passato e alle altre proposte politiche: *alternativa* (sost.), *alternativo* (agg.), *aprire una nuova pagina*, *cambiamento radicale/vero*, *cambiare davvero/nel profondo culture e mentalità*, *ciclo riformatore*, *forze del cambiamento/di cambiamento*, *governo/punti di svolta*, *nuova stagione di democrazia*, *rivolgimento*, *la rottura va costruita non solo a Berlusconi ma alle politiche del berlusconismo*,<sup>26</sup> *sinistra di alternativa*, *svolta politica e sociale/radicale/riformatrice/sostanziale*.

Questo cambiamento *riformatore* – e, si badi bene, non “riformista”, che invece nel gergo politico possiede dei connotati che lo associano alla sinistra più moderata – sarebbe conseguente a un maggiore pragmati-

<sup>25</sup> Su questi aspetti si veda anche Patrizia Violi, *I giornali dell'estrema sinistra*, Milano, Garzanti, 1977.

<sup>26</sup> In una dichiarazione di Fausto Bertinotti.



simo di Rifondazione Comunista, che dalle pagine di “Liberazione” si presenta come il partito più vicino ai problemi reali delle persone, senza per questo rinunciare a considerare la politica, intesa in senso nobile e tradizionale, come lo strumento per venire incontro a queste esigenze e risolvere gli eventuali problemi. Tutto ciò è chiaramente dimostrato anche dall’impiego insistito di alcune espressioni: *bisogni delle persone, concretezza dei problemi, cose concrete, crisi della politica, disagio sociale, Politica, problemi concreti/reali, sofferenza sociale*.

A volte parole o espressioni di questo genere sono inserite in contesti in cui sono evidentissimi i legami anche linguistici che la sinistra radicale di oggi intrattiene con il partito comunista storico. Mi sembra perciò interessante fornire degli esempi di interi passi in cui emerge quella che possiamo chiamare “lingua della sinistra”. Riporto uno stralcio tratto da una risposta ai lettori dell’ex segretario e uomo simbolo di Rifondazione Comunista Fausto Bertinotti, un passo frutto della penna del direttore di “Liberazione” Piero Sansonetti e uno invece tratto da un articolo di cronaca scritto da Salvatore Cannavò:

Resta sempre una distanza fra la migliore politica e i bisogni delle persone. Ed è proprio in questo spazio che deve inserirsi quella positiva ed inesauribile tensione fra movimenti e forze e istituzioni politiche, che costituisce il vero motore della storia, che proprio per questo non conosce una fine. In altri termini non possiamo pensare di dare una soluzione a tutto una volta per tutte. In questo spazio si alimenta continuamente la possibilità, attraverso anche conflitti e aspri contrasti, di applicare in modo avanzato i programmi, di andare anche al di là dei medesimi, di mutare i rapporti di forza, di cambiare nel profondo culture e mentalità. È su questa concreta speranza, motivata dalla crescita dei movimenti in questi anni, che noi fondiamo l’essenziale della nostra scelta e della nostra sfida di partecipare all’Unione e al suo governo. Se potessi descrivere con una formula certamente ellittica, ma forse efficace, quale è la differenza fra il centrosinistra degli anni Sessanta e l’alleanza di governo cui daremo vita se vinceremo le elezioni di aprile, direi che essa consiste essenzialmente nel fatto che nel primo caso quella formula di governo veniva costruita da una classe dirigente dotata di capacità di innovazione politica con lo scopo essenziale di irreggimentare il movimento operaio entro un percorso di sviluppo e di modernizzazione del sistema capitalistico e delle sue istituzioni già in corso; mentre ai giorni nostri si tratta di sconfiggere quel misto di neoliberalismo e di neopopulismo che sostanzia il fenomeno politico del berlusconismo e di attuare una svolta politica e sociale aperta a più evoluzioni possibili. (Lib 12/3/06)

Berlusconi, con la spregiudicatezza che non gli manca, lavora per spaccare le classi dominanti e aprire formalmente la crisi politica della grande borghesia. Assumendo personalmente la guida di un pezzo di essa, e costruendo intorno a questo pezzo di borghesia il suo blocco sociale di riferimento. Naturalmente non è lui che ha prodotto la crisi delle classi dominanti. Questa crisi nasce da tante cose. Dai processi della globalizzazione, che hanno lasciato indietro il capitalismo italiano [...] Bisognerà vedere se il centrosinistra saprà approfittare di questa occasione, cioè se sarà capace di mettere in moto un vero e grande rivolgimento – di politiche, di poteri, di funzionamento della democrazia, di distribuzione della ricchezza, di rapporti tra i ceti, le classi, i generi. (Lib 23/3/06)

Insomma ha elencato con minuziosa solerzia tutti i punti di un programma politico liberista – con un riferimento accentuato alle virtù del libero mercato – e di una visione neocolonialista del mondo in cui l'occidente unito deve far valere i propri interessi, primo fra tutti quello alla sicurezza. [...] Per questo ha offerto il motivo forse più valido per batterlo alle prossime elezioni. Battere Berlusconi, cioè, per battere il berlusconismo come variante nostrana del bushismo e quindi della guerra e del liberismo. Battere il berlusconismo che, nell'ossessione del “bene” contro il “male” fomenta ideologismi pericolosi come il “manifesto della razza” di Pera. (Lib 2/3/06)

Risaltano con tutta evidenza la visione classista e conflittuale della società, la critica alle concezioni economiche più liberali, l'attenzione alle nuove forme di movimentismo, il fenomeno di polarizzazione trattato poco sopra, ma, soprattutto, scelte linguistiche e retoriche che da sempre caratterizzano la lingua della sinistra: termini astratti, articolati ragionamenti dialettici, toni abbastanza aulici e ricercati, abbondante impiego degli “ismi” e così via. Questo legame con la lingua della sinistra storica è poi evidente anche là dove prevalgono invece uno stile più piano, un registro brillante e una varietà media di lingua: *alienazione, berlusconismo, blocco sociale e politico, borghesia, bushismo, capitalismo* (anche *avanzato/relazionale/globale/neoliberista*), *categorie, classi* (anche *dominanti*), *compagne/i, conflitto* (anche *delle classi/di classe/sociale maturo*), *destre, diritti, discriminatorio, disoccupazione, eguaglianza, equidistribuzione della ricchezza, equità fiscale, giustizia sociale, globalizzazione* (anche *liberista*), *ingiustizia fiscale, intervento pubblico, liberazione, liberismo, libero mercato, lotta* (anche *alla precarietà/di massa/politica*), *mercato, movimenti, movimento operaio, neoliberale, neoliberalismo, neopopulismo, nonviolenza, operaismo, paradigma dello sviluppo, paradigmi, partito della borghesia, populistico-liberista, pratica pacifica e pacifista, protesta, protezionismo sociale, questione retributiva, reazionario, redistribuzione del reddito, salario, salvaguardia dei salari, scendere in piazza, sfruttamento, sistema capita-*

*listico, socialismo reale, socializzazione dei beni comuni, sofferenza sociale, turbo-capitalismo cinese, ultraberlusconiano, visione classista della società.*

Tra le seguenti voci ve ne sono dunque alcune tipicamente e storicamente marxiste come *alienazione, borghesia, capitalismo e socialismo reale*, altre per le quali oggi si preferiscono forme differenti come *salario per stipendio*, altre invece che designano situazioni o problematiche tanto ritenute positive e da perseguire come *nonviolenza e pratica pacifica e pacifista*, quanto invece negative e da combattere come *bushismo, globalizzazione liberista, neopopulismo e ultraberlusconiano*.

Al contrario, “Il Foglio” si è dimostrato in alcune sue scelte linguistiche molto più disinvolto, molto più innovativo, più aperto a registri linguistici poco usuali nella prosa giornalistica: in particolare, oltre alla ricerca di colloquialità comune a tutte e tre le testate ma qui più accentuata, si segnala il ricorso diffuso al turpiloquio. Se dunque con “Liberazione” si ha a che fare con una certa aggressività concettuale, nel quotidiano diretto da Giuliano Ferrara ci si imbatte spesso nell’aggressività verbale: ciò è molto significativo perché permette di verificare una rispondenza tra la campagna elettorale e la lingua, da un lato, di Rifondazione Comunista, dall’altro lato, di Forza Italia.

Ecco allora alcuni esempi al riguardo: *cazzeggiare, cazzeggio, cesso, culo, figo pazzesco, fottere, incasinamento, incazzarsi, incazzature, rompersi le palle, scassamento di minchia*. Se è pur vero che tre di queste voci (*culo, rompersi le palle e scassamento di minchia*) sono state individuate in passi mimetici e quindi, anche ammettendone l’assoluta fedeltà, non attribuibili direttamente ai giornalisti (i quali però non si sarebbero comunque premurati di edulcorare il lessico), è anche vero che il ricorso al turpiloquio è un elemento individuato solamente nel “Foglio”.<sup>27</sup>

Un altro segnale che mette in luce la ricerca di uno stile e di una lingua altamente informali e colloquiali è ravvisabile nel fatto che dei non molti regionalismi lessicali e morfosintattici individuati nel *corpus* la gran parte è stata reperita ancora una volta nel “Foglio”, come si può constatare in questo esempio:

Un colpaccio che ognuno vorrebbe ripetere, “ma ’ndo vai se il diessino non ce l’hai?”, elettoralemente parlando una scintillante polvere di stelle. Pure Rifondazione si è fatta sotto, assicurandosi Antonello Falomi, ché

<sup>27</sup> La cosa è certamente significativa se si considera che l’impostazione anche grafica del quotidiano vuole essere conservativa e apparentemente legata alla sobrietà anglosassone, ma forse stupisce solo relativamente se si considerano la personalità di Giuliano Ferrara e, come si diceva, il target dei lettori che, in questo modo, avvertono come più sincero e vicino al loro sentire questo modo di fare giornalismo e di dare le notizie.

tanto Pietro Folena ce l'aveva da tempo. [...] Nel parapiglia, si è risentita la Margherita. "Nun semo l'ultima rutella del carro", spiegano ridendo i prodiani del partito. E certo mica può bastare il futuro sen. Antonio Polito, diesse q. b. (quanto basta), come il pizzico di sale nelle ricette, e rutellian-blairiano q. s. (quanto serve). E ieri, su Europa, tra il dire e il non dire, il serio e il faceto, il tocco e il ritocco, ecco l'obiettivo nel mirino della Margherita: "Annunciamo che se i Ds non candidano Beppe Giulietti, il deputato più attivo e cacciarone della legislatura, lo farà la Margherita. E Giulietti, di Turci, se ne pappa un paio a colazione". (Fog 24/2/06)

Qui certamente si potrebbe obiettare che in realtà l'accumulo di fenomeni e di voci proprie del romanesco si motiva con il fatto che si trovano inseriti in stralci mimetici e, come tali, non scaturiti dalla penna dell'autore; ma è il giornalista stesso che decide di rielaborare ironicamente la frase della canzone di diversi anni fa *Ma 'ndo vai se la banana non ce l'hai*, ritornello del film *Polvere di stelle* (da cui l'ulteriore gioco di parole del passo proposto) diretto e interpretato da Alberto Sordi.

Dall'esempio sopra riportato è inoltre possibile trovare ulteriore conferma del fatto, già sottolineato, che "Il Foglio" è senza dubbio tra le tre testate qui studiate quella che ricorre a uno stile e a una prosa più brillante, vivace, colloquiale e oralizzante ma allo stesso tempo ricercata ed elaborata, ricca di espedienti retorici e comunicativi e di giochi di parole. Questo stesso tasso di espressività è infatti testimoniato da molti altri casi, tra i quali basterà citarne uno:

Anche i padroni nel loro piccolo s'incazzano. E se c'era uno pronto alla lotta di classe nella sua classe, questo era il Cav. Sì, d'accordo, era nervoso anzi imbufalito, dovrebbe ormai essere chiaro che è tutto tranne che un dissimulatore professionale, che le sue lombosciatalgie diplomatiche e altre bugie bianche durano lo spazio d'un mattino, ma ve lo ricordate quando Agnelli sfoderò il suo cinismo e disse che se vinceva lui, «vinciamo tutti», se invece perde, «perde solo lui»? [...] Con la scusa del populismo televisivo e del conflitto di interessi, la borghesia imprenditoriale italiana avviluppata nei propri conflitti di interessi non ha saputo e non ha voluto mettersi in campo per il riformismo possibile, ha congelato bruscamente la Confindustria che aveva messo la riforma del mercato del lavoro prima dell'interesse particolare di qualche grande gruppo, ha ripreso in mano le redini del sistema concertativo, ha scaricato a colpi di magistratura d'assalto e di informazione d'assalto l'unico cavallo che abbia mai corso, per quanto zoppicante, verso obiettivi socialmente condivisi dalla base degli imprenditori, e importanti per tutti. [...] Al Cav. non resta dunque che l'appello al cielo, il calcio nei denti, la ribellione personale, l'asprezza inaudita dei toni, insomma la lotta di classe

dentro la classe proprietaria, la dichiarazione di una resistenza che alla fine potrebbe durare, superare la data fatidica delle elezioni, e manifestarsi come una duratura rivolta sociale e politica contro l'alleanza di un nuovo stato fiscale e dirigista con i grandi gruppi declinanti che hanno inventato la favola del declinismo. (Fog 20/3/06)

Il passo è tratto da un editoriale firmato dal direttore del quotidiano Giuliano Ferrara. La difesa e l'approvazione dell'intervento tenuto da Silvio Berlusconi all'assemblea di Confindustria sono espresse mediante una prosa caustica, vivacissima e spesso ironica: oltre a numerosi colloquialismi lessicali (come *imbufalito*) e morfosintattici e al ricorso al turpiloquio (*s'incazzano*), si segnalano espressioni stereotipate (*durano lo spazio di un mattino*), allocuzioni ai lettori (*ma ve lo ricordate [...] ?*), alcune figure retoriche come gli accumuli (*l'appello al cielo, il calcio nei denti* ecc.) e le metafore (*l'unico cavallo che abbia mai corso* ecc.), ma soprattutto è importante l'impiego polemico e volutamente antifrastico e ironico di diversi termini propri della lingua della sinistra e già visti a proposito di "Liberazione" (del resto lo stesso articolo è intitolato *Lotta di classe*).

Va infine ricordato che "Il Foglio" si è dimostrato anche il quotidiano che più sfrutta l'impiego di voci foggiate a partire dai cognomi delle personalità politiche, di certo non assenti anche nelle altre due testate ma, appunto, in numero più ridotto: *andreottiano, antiberluscones, antiberlusconiano, antidalemiano, berluscones, berlusconiano, berlusconismo, berlusconioide, bertinottiano, bosellian-pannelliano, dalemiano, dalemismo, deberlusconizzazione, demitiano, fassiniano, fassinismo, fazista, formigoniano, mastelliano, montezemoliano, pannellizzato, prodiano, prodismo, rutellian-blairiano, rutelliano, semirutelliano, tremontiano, tremontismo*.

Come si può notare, dal punto di vista morfologico i suffissi prediletti sono i canonici *-iano, -ismo* e *-ista*.<sup>28</sup> Mentre tutto sommato era abbastanza prevedibile imbattersi in aggettivi o sostantivi che vedono come base i cognomi di Romano Prodi o, soprattutto, di Silvio Berlusconi (ma anche di D'Alema e di Rutelli), più originali sono quelli che chiamano in causa l'ex Governatore della Banca d'Italia Antonio Fazio o il presidente di Confindustria Luca Cordero di Montezemolo; è interessante notare inoltre una certa estensione sul piano diacronico: a voci legate a politici

<sup>28</sup> Su questo si vedano ad esempio Giovanni Adamo e Valeria Della Valle, *Neologismi dell'italiano contemporaneo. Analisi di un corpus della stampa quotidiana*, «Lexicon Philosophicum. Quaderni di terminologia filosofica e storia delle idee», XI (2001), pp. 65-109 e Chiara Panzieri, *Alla ricerca del senso: le formule della lingua della politica*, in *Quaderni dell'Osservatorio Linguistico*, cit., pp. 262-91.

dei giorni nostri se ne aggiungono altre che si riferiscono ai più anziani Ciriaco De Mita e, soprattutto, Giulio Andreotti; accanto poi a lessemi ormai abituali ve ne sono altri più creativi e originali come *pannellizzato* e *rutellian-blairiano*.

In linea di massima sia “Il Foglio” sia “Liberazione” sia “il Riformista” presentano dunque una certa uniformità e continuità con quelle che sono le due maggiori tendenze e caratteristiche della prosa della stampa quotidiana nazionale contemporanea, e in particolare di quella politica: la presentazione delle notizie con modalità iconiche e drammatizzanti, e l’impiego di registri vivaci e brillanti aperti all’oralità e al cosiddetto “italiano dell’uso medio”. Questi due aspetti sono ulteriormente motivabili nello specifico dei tre giornali presi in esame considerando, da un lato, i loro destinatari che si aspettano commenti e presentazioni delle notizie non asettici, e, dall’altro lato, la spettacolarizzazione che da circa un decennio contraddistingue la vita e la propaganda politiche e che si è rivelata determinante anche in quest’ultima campagna elettorale.

Uno dei primi segnali di espressività si ha proprio all’inizio degli articoli nei non pochi casi in cui i giornalisti ricorrono a *lead* cataforici che hanno lo scopo di suscitare curiosità nel lettore. L’iconicità nella resa delle notizie è invece perseguita anzitutto tramite l’impiego abbastanza diffuso di sintassi nominale e franta, eventualmente tra loro frammentate e in alcune circostanze funzionali alla mimesi della lingua parlata. Quest’ultimo effetto è reso poi in modo diretto ricorrendo a numerose inserzioni di discorso riportato, nelle sue diverse forme, con ovvie conseguenze sui piani sintattico, morfosintattico, lessicale e deittico.

L’insistito uso di figure retoriche ha anch’esso messo in evidenza la ricercatezza di espressività comunicativa: si segnalano in particolare le metafore, e tra queste quelle che vengono ideate a partire dai più comuni campi semantici della lingua giornalistica e politica (quello militare, quello ludico e sportivo con particolare attenzione al calcio, quello della navigazione, quello dello spettacolo, quello culinario e quello medico), senza però trascurare il fatto che non sono rari i casi, soprattutto nel “Foglio” e, meno, nel “Riformista”, di traslati più creativi e originali.

Apparentemente contrastanti sul piano diafasico, ma in realtà complementari nella ricerca di espressività, si sono poi dimostrati altri fenomeni che avvicinano la prosa delle tre testate a produzioni linguistiche informali e oralizzanti: il ricorso a costrutti di sintassi marcata e molti colloquialismi lessicali (in particolare vanno ricordate le espressioni stereotipate e proverbiali); a questo vanno aggiunte poi alcune neoformazioni o voci creative e brillanti che contribuiscono a rendere vivace lo stile com-

positivo. La testata che ha dimostrato più originalità e ricercatezza in questo senso è senza dubbio “Il Foglio”, anche se, va ribadito, tutte e tre quelle studiate si sono contraddistinte per un complessivo alto grado di espressività.

Per quanto attiene poi all’ingresso e alle conseguenze che la campagna elettorale ha più direttamente avuto sulla lingua dei quotidiani analizzati (soprattutto sul piano lessicale), si è proposta una breve ricostruzione della campagna stessa mettendo in luce le parole chiave che l’hanno accompagnata e contraddistinta. La presenza di diversi tecnicismi testimonia come le personalità politiche vogliano presentarsi competenti, preparate e attente a una concezione pragmatica della politica. In alcuni casi i quotidiani hanno anch’essi affrontato dal punto di vista linguistico gli slogan e le formule scelte dalle coalizioni o dai singoli partiti per la loro propaganda elettorale (in particolare la *serietà* del centro-sinistra e le *tre punte* del centro-destra) sia con finalità ironiche e derisorie, sia, al contrario, con intenti esplicativi e chiarificatori.

Per “il Riformista” si è riscontrata una sostanziale “medietà” che, pur all’interno di una lingua e una comunicazione espressive e spettacolarizzanti comuni anche agli altri due giornali (ma forse è possibile vedere una maggior somiglianza con la ricercatezza del “Foglio”), non ha dato modo di mettere in luce fenomeni o caratteristiche davvero singolari. “Liberazione” ha dimostrato di essere ancora legata alla lingua della sinistra storica e di ispirazione marxista, e di presentare il confronto politico in termini fortemente contrappositivi e polarizzanti (in particolare nei concetti e nei termini che esprimono cambiamento e nella dicotomia tra politica astratta e politica che si preoccupa dei problemi concreti). Un alto grado di espressività caratterizza, infine, la prosa dei giornalisti del “Foglio”, che fanno ampio ricorso al turpiloquio (che ha tenuto banco anche nella campagna elettorale ufficiale), alla colloquialità a volte esasperata fino alla sciatteria, a varietà di lingua marcate in diatopia, a giochi di parole anche molto originali ed elaborati, e a voci creative ed espressive tra cui meritano particolare attenzione quelle formate a partire dai cognomi delle personalità che occupano la scena pubblica italiana.

