

LA PIAZZA È PULITA (E SENZA APPLAUSI)

di Marco Giudici

La piazza è pulita. I comportamenti indotti dall'emergenza salute hanno costretto a ripensare di corsa e drammaticamente le forme comunicative, tutte. Anche la grammatica televisiva ha dovuto adattarsi a una semplificazione visiva e contenutistica che nessuno avrebbe immaginato. Studi televisivi grandi come la Piazza Rossa vuoti, col solo conduttore che parla alle sedie e immagina la sua piazza marcando involontariamente sguardi e gestualità delle braccia. Il dibattito irrompe forzoso solo dagli schermi, troppo mega per restituire decentemente l'inquadratura Skype. Volti deformati da telecamere sottotono, illuminati a metà, fondali di muro e stipiti, soprammobili improbabili, librerie dove lo spessore dei dorsi regala pubblicità di opera omnia e dizionari. E poi improvvisi allagamenti di pixel, distorsioni vocali, un momento, non la sentiamo, scusi l'abbiamo persa. Geniale la trovata di Diego Bianchi, che ha occupato le sedie con personaggi cartonati e introdotto la risata sbarcata, come a sottolineare la fatalità del falso. Lo spunto offerto da *Propaganda live* ha a che fare col ragionamento che segue.

Chi l'avrebbe detto che dopo il trionfo scenografico di tecnologia e magnificenza allestito intorno a Roberto Bolle, o delle cinque serate di *Sanremo 70*, saremmo regrediti di necessità a meno del palcoscenico bianco e deserto di Studio Uno con le sue migliaia di lampadine tristi (ma lo riscattavano, si sa, la luce immensa di Mina, e il maestro Kramer laggiù, in fondo in fondo). Sta di fatto che riguardo al talk

costruito nella forma di *piazza*, o agorà, o arena, o gabbia, o come lo si vuol chiamare – contesto ben definito e altro dalla modalità *salotto* e da quella *tavolo* – ha subito uno choc senza precedenti dall'imposizione delle distanze scaccia virus. Era diventato un sotto-genere preciso, che accentua l'assemblamento, il contagio fisico ed emotivo, quasi pareggiando il dosaggio tra ambiente in studio e voce degli ospiti, sicché adesso, che tutto è negato fuorché le parole, sembra di assistere, anzi si assiste a qualcosa che vorrebbe apparire uguale ma che in realtà è molto diverso. La piazza è pulita davvero, e lo sarà per un bel po'. Un'occasione propizia, dunque, per una messa a punto.

Le piazze televisive al tempo del Coronavirus, tanto per cominciare, consentono di apprezzare meglio lo spazio dei servizi-inchiesta e la raccolta di testimonianze sul campo. Un risarcimento importante, perché il dibattito in studio sempre trascinato al limite, sempre astutamente condotto con un occhio all'effetto spettacolo, non ne esalta abbastanza la qualità, che, invece, il più delle volte c'è ed è frutto di passione giornalistica e di rischio. Un secondo effetto attiene alla temperatura collettiva degli animi. Si ha meno voglia di urlare, e per quanto lo spirito polemico sia un tratto italico distintivo – che distanza tra la nostra inclinazione al dibattito su ogni minima cosa e la perentorietà della comunicazione *simple mind*, per esempio tra cittadini americani, che si infrange contro un semplice *this is the rule* – ecco, per quanto il confronto duro tra le

opinioni ci caratterizzi come civiltà, i rimbalzi dialettici che i vari Vespa, Berlinguer, Floris, Gruber, Del Debbio, Formigli gestiscono da studio oggi si fermano prima del solo rumore, prima della rissa. C'è un destino comune, in questa nostra umanità minacciata, che tampona l'animo prima che manifesti sguaiatezza e offesa. Se nei social non è proprio così, nelle piazze televisive l'argomentare prevale sulle contumelie.

Tutto ciò potrebbe rivelarsi banalmente contingente, anzi è sicuro che andrà così. Ma perché allora non chiedersi se non valga la pena far tesoro della via stretta, mettendo in discussione il format della piazza televisiva nelle sue parti più decrepite e consuete. Una delle apparenze più stridenti nel tentativo sempre rincorso da conduttori, autori, scenografi, direttori della fotografia, registi, di offrire allo spettatore una declinazione appealing del reale – non il reale in sé, che non esiste in quanto trasferito dentro la televisione – è quella del posto da assegnare al pubblico in studio.

Il telespettatore da casa capisce che ci sono, più o meno, tre tipi di pubblico. Il modello tradizionale è quello di *Porta a porta* con una platea di figuranti, il secondo è il pubblico che dà energia al condottiero, nelle piazze tv chiamate a comizio, come a *Fuori dal coro* di Retequattro; il terzo è quello composito, ovvero il pubblico plaudente per quote, scritturato dagli autori e dalla produzione così: tot sedie a sostegno dell'ospite A, tot sedie ai supporter dell'ospite B, e via assemblando una claque arcobaleno. È la trovata nata con *Ballarò* e confermata a *Di Martedì*, sono gli ormai proverbiali

applausi di Floris: il battimani scroscia... spontaneo, per i pieni poteri a Salvini come per il reddito di cittadinanza, nell'arco degli stessi minuti. Un sapore di finzione da più parti criticato, ma difeso e perpetrato in nome della regoletta aurea del "funziona" (non c'è nulla di più distante dalla scienza delle bibbie televisive).

Il fatto è che l'architettura di un programma tv è sempre e comunque "messa in scena", nel senso tecnico del termine, per cui dalla posizione fisica dei protagonisti, segnata col nastro sul pavimento, alla scaletta con l'ordine degli interventi, al copione con temi e quesiti, tutto è finalizzato alla miglior resa della trasmissione e alla cattura del maggior interesse dei telespettatori. Il pubblico in studio non sfugge a questa classificazione strumentale, ne è parte integrante con funzione di punteggiatura. Visiva come campo lungo o controcampo, sonora con segni di partecipazione emotiva oppure di stacco, a seconda dei momenti. In tal senso le

trasmissioni sono tutte assolutamente uguali, da *I fatti vostri* di Guardì, cui va la primogenitura nell'uso del *concept* piazza in un programma, alle stagioni televisive in e con piazza di Santoro, per citare con i due Michele gli estremi di un arco tematico e linguistico, il più ampio. Gli applausi in una trasmissione "seria" non assolvono a una funzione molto diversa dalle risate finte in una sitcom, un espediente antico, già presente nel teatro shakespeariano, e in tv presto in uso negli anni Cinquanta e Sessanta del secolo scorso, quando si ricorreva a un marchingegno chiamato *laff box*, inventato da un ingegnere americano. Da che mondo

Davvero crediamo che l'applauso finto, perché di automatismo si tratta, apponga un sigillo così importante al potenziale di persuasione di un'opinione politica già espressa in modo ficcante?

è mondo, applausi e risate servono a cadenzare i tempi televisivi, spesso sono accesi da un personaggio “scalda-pubblico”. Non costituiscono la vera unità di misura del gradimento.

Sulla base della premessa, svestita di ogni tentazione moraleggiante, una proposta migliorativa potrebbe a questo punto starci, in direzione di un maggior rispetto del patto di credibilità che, a mezzo di un *anchorman* o *woman*, la tv stringe con gli utenti. E la proposta non può che riguardare la formula che più pretende di far giocare anche al pubblico la partita delle opinioni contrapposte, con spalti diversi che applaudono pensieri diversi. È il modello che somma l’uso decorativo dei figuranti da Vespa all’uso-falange da Porro. Artificio elevato al cubo, insomma, quello che si vede da Floris. Una punteggiatura con esclamazioni di plauso a ogni affermazione forte, di qualsiasi segno, Meloni uguale Travaglio, Salvini uguale Bersani, stessa coda di entusiasmo a intensità standard.

Ma se invece si lasciasse l’applauso del pubblico alla sua funzione sensata e signorile di saluto? Tutte le volte che serve, che sono tante: ingresso, uscita, prima e dopo gli spazi pubblicitari, nei congedi momentanei e quando si richiama in causa qualcuno. C’è poi chi aggiunge brevi intermezzi di musica live, altra modalità molto moderna di arricchimento degli spazi di parola. Davvero crediamo che l’applauso finto, perché di automatismo si tratta, apponga un sigillo così importante al potenziale di persuasione di un’opinione politica già espressa in modo ficcante? A chi pensa che la sceneggiatura perderebbe efficacia, verrebbe da domandare se non c’entri la comodità dell’abitudine. Qualcuno ha controllato se col pubblico lasciato a casa per il Coronavirus, gli ascolti, senza applausi in trasmissione, ne hanno risentito?

Per una messa a punto dei format delle piazze televisive, si diceva, può essere la volta buona. Guardando alla tv di ogni giorno, quella del martedì è stata scomodata come parte per il tutto.