

## Dalle Onde di Radio1 Rai in Roma alle pagine di “Oltre”, il “Comunicattivo”

### A TU PER TU CON IGOR RIGHETTI, IL PRESTIGIATORE DELLA PAROLA, IL MAESTRO DELL'INFOTAINMENT

*Ribattezzato come “David Lettermann italiano”, il nipote di Alberto Sordi si rivela in un'intervista al nostro giornale.*



Si rivolge all'Italia intera, senza trascurare tuttavia anche quella “parzialmente scremata”; lotta con convinzione contro i vestiti dipinti di buono che troppo spesso coprono le reali idee denudando infine queste ultime con parole al vetriolo; con i vocaboli della lingua italiana, di cui conosce peraltro i più intimi segreti e le massime potenzialità, gioca come un abilissimo prestigiatore e citando una delle sue più accattivanti massime, **“se la Comunicazione fosse il sale della vita, beh, lui vorrebbe essere senza dubbio iperteso”**.

E' il giornalista grossetano, docente, scrittore, massmediologo-anchorman Igor Righetti a firmare da 4 anni, come conduttore e autore, il fortunato programma radiofonico sulle frequenze nazionali di Radio 1 Rai, *“Il Comunicattivo”*, laboratorio sperimentale di comunicazione, unico caso in Italia di *Infotainment*. Genere che il mattatore per antonomasia, nipote del grande Alberto Sordi, proporrà ad una nutrita platea di studenti universitari nell'ambito del seminario di stanza a Palazzo Alvarez, a Gorizia, sino al gennaio 2008.

**Dopo l'incontro formativo di successo “Per elevare una radio non basta alzare il volume” lei fa ritorno all'Università di Udine, a distanza di 5 mesi, con un nuovo straordinario progetto destinato agli studenti. Straordinario perché si tratta del primo corso in Italia di *Infotainment*.**

**Che cosa si intende anzitutto con questo neologismo di provenienza inglese?**

*Infotainment* vuol dire di fatto **informazione e intrattenimento**. Si tratta di un genere anglosassone che si sta affermando in tutto il mondo e che è finalmente sbarcato anche nel nostro paese. Si concretizza sostanzialmente nell'utilizzo di tutta una serie di accorgimenti e strategie per rendere più commestibili e accattivanti all'opinione pubblica temi ostici e pesanti che altrimenti non verrebbero mai seguiti. Sin dagli inizi dell'Ottocento il giornalismo anglosassone ha lanciato questa formula. Già i teatranti greci conoscevano benissimo tele genere, noto anche ai docenti di ogni ordine e grado e ai nostri politici che lo usano giornalmente per catturare l'attenzione del pubblico.

**A proposito di chi guarda o ascolta le trasmissioni e quindi di “pubblico” ...Com'è quello di oggi, quali le sue aspettative e le carte vincenti per catturarne l'attenzione?**

Ognuno ha la platea che si merita. Io ho la mia e cerco di non scendere mai a compromessi con l'intelligenza. C'è chi invece passa il tempo, purtroppo, a produrre dei veri e propri **frullati di rifiuti solidi catodici**. A me piace trasmettere messaggi importanti cercando allo stesso tempo di colpire l'attenzione, e non soltanto del pubblico più preparato. Mi piace soprattutto l'idea di riuscire a “sedurre” quella porzione di platea che non ascolterebbe mai un certo tipo di argomento essendo maggiormente attratta dall'intrattenimento puro.

**Quali sono gli ingredienti che lei consiglierebbe caldamente di acquistare per preparare una buona “pietanza mediatica”. Qual' è dunque, a suo avviso, il segreto di un buon programma radiofonico o televisivo di successo?**

Il segreto fondamentale è **scrivere, ritornare al copione**, quello che peraltro seguo anche io. I programmi devono essere scritti. E' fondamentale altresì riflettere molto, prepararsi bene prima di un'intervista e sapere che spesso dietro un programma di mezz'ora ci sono giorni e giorni di preparazione. Questo è il mio stile ed è il modo in cui lavoro. Purtroppo tuttavia devo dire che in molte radio e televisioni c'è invece la tendenza a sposare spesso l'approssimazione e la superficialità.

**Oggi più che mai, sia in radio che in televisione, si assiste, tra le tante altre cose, al trionfo della pronuncia spontanea delle parole, quella che spesso tradisce con grande disinvoltura la propria origine geografica, che non segue regole e che troppo spesso viene considerata come qualcosa di simpatico e addirittura “folkloristico”.**

**Lei che cosa pensa invece del ruolo della dizione al giorno d'oggi per chi decide di lavorare nel mondo della comunicazione?**

Partendo dal presupposto per cui io adoro tutti i dialetti devo tuttavia dire che quando si comunica a livello nazionale è molto importante mantenere, sia in radio che in tv una cadenza comune, priva di inflessioni dialettali. Non dimentichiamoci inoltre che l'italiano è una lingua straordinaria, molto complessa e soprattutto musicale. E' un piacere ascoltarla.

**Durante il seminario che la vedrà protagonista si concentrerà in particolare sui linguaggi radiofonici e televisivi.**

**Qual è il suo rapporto con questi due mezzi di comunicazione e quale raccoglie maggiormente il suo consenso, se ce n'è uno?**

Io ho iniziato a 16 anni, a Video Music, la prima tv europea musicale, con Rick e Clive, due londinesi che mi hanno dato un'impostazione anglosassone. Ho intrapreso poi la strada del giornalismo tradizionale, con Rai Tre, dove realizzavo documentari storico-artistici. Poi, qualche anno fa, è arrivato il grande incontro, quello con David Lettermann che mi ha letteralmente "aperto la testa". Dopo tanti anni di giornalismo radiofonico, televisivo e su carta stampata ho finalmente deciso di praticare la strada dell'*Infotainment*. La radio e la televisione sono due mezzi completamente diversi basati oltretutto su linguaggi difforni. In tv funziona di più il metalinguaggio, quello non verbale. I telespettatori sono molto distratti dall'aspetto fisico del conduttore e dal suo modo di vestire. Un sorriso convince maggiormente rispetto ad una frase. In tal senso i dati di comunicazione parlano chiaro dimostrando come soltanto il 7% delle frasi pronunciate resti impresso laddove il restante 93% è invece tutto metalinguaggio. In radio, al contrario, viene pesato e ascoltato con estrema attenzione tutto ciò che dici. All'ascoltatore, che è molto più attento proprio perché non ha altro cui attaccarsi se non la voce dello speaker, non sfugge davvero nulla.

**Il settore della Comunicazione continua ad esercitare un grande fascino nei confronti dei giovani.**

**Che consigli darebbe ad un ragazzo desideroso di avvicinarsi a questo complesso e inarrestabile mondo?**

Gli direi senza dubbio di **fare qualcosa di nuovo, osare, sperimentare ma soprattutto correre dei rischi.** E' questo ciò che manca nelle nuove generazioni. La verità è che per emergere bisogna inventarsi qualcosa. L'Italia è un paese molto strano, per nulla meritocratico, piuttosto è invece gerontocratico....ma questa è un'altra storia. L'unico modo per essere vincenti è staccarsi dall'omologazione imperante.

**Il primo seminario in Italia di *Infotainment* che lei terrà all'Università di Udine si svilupperà nell'arco di circa 30 ore. Con quali obiettivi?**

Le finalità sono davvero tante. Tra le stesse ricordo la necessità di acquisire le tecniche del linguaggio radiotelevisivo, di scrittura, conduzione e giornalismo tradizionale. Particolare attenzione verrà data poi all'importanza dell'uso corretto della voce e della presenza in tv. Le lezioni non saranno soltanto frontali ma risulteranno caratterizzate anche da una forte componente pratica fatta di esercitazioni, prove di ogni tipo, visioni e analisi di video nonché ascolto di programmi radiofonici.

Attirare l'attenzione di chi oggi è frastornato da una miriade di messaggi comunicativi è fondamentale.

Carolina Laperchia



**Io sono  
COMUNICATTIVO  
e TU?**

**CHI E' IGOR ?**

Igor Righetti (Grosseto, 25 giugno 1969) è un giornalista italiano, professionista dal 1995, conduttore e autore radiotelevisivo, docente di giornalismo, linguaggi radiotelevisivi e scrittura creativa in numerose università pubbliche e private.

La sua attività è rivolta al mondo della comunicazione nella sua globalità: quotidiani e periodici, editoria, docenze universitarie e formazione manageriale sulla comunicazione pubblica e d'impresa, new media, creazione e

conduzione di programmi e format radiotelevisivi, musica, cinema e fiction.

Dal 2003 conduce su Rai Radio Uno il programma **Il Comunicattivo**, in cui si affrontano tematiche riferite al linguaggio e al suo utilizzo appropriato nella società moderna. Esponente del giornalismo di **Infotainment**, sul suo progetto di linguaggio comunicativo sono state presentate diverse tesi di laurea.

Nel 2005 ha ricevuto il premio nazionale "Penna d'oro" nella sezione arte e letteratura per la sua innovazione.

Nel 2006 ha ricevuto il "Grand Prix Corallo Città di Alghero" per aver sperimentato un linguaggio moderno dove l'informazione e la cultura vanno di pari passo con l'ironia e l'intrattenimento