

Analisi del programma televisivo
'Taratata'

a cura di Carmine Caputo
Università degli Studi di Bologna A.A.1997-98
Elaborato presentato per l'esame di Teoria e tecniche del Linguaggio Radiotelevisivo

Introduzione Il presente elaborato si prefigge di offrire un'analisi sintetica, ma quanto più esaustiva possibile, del programma televisivo *Taratata* in onda su Rai Uno a partire dall'ottobre 1998, che dovrebbe concludersi a dicembre, dopo tredici puntate. Per far ciò il testo si divide in quattro parti: nella prima si introducono alcune informazioni di carattere generale sul programma; nella seconda si presenta un'analisi della trasmissione costruita partendo dal punto di vista dello spettatore televisivo; nella terza invece si forniscono alcune annotazioni che sono state prese dal punto di vista 'privilegiato' dello spettatore fisicamente presente durante la registrazione delle puntate. Nella sezione conclusiva saranno evidenziate le modifiche che la trasmissione ha sin qui subito per apportare delle migliorie al prodotto televisivo finale. Nel momento in cui scriviamo sono state registrate nove delle tredici puntate previste, di cui sette sono già andate in onda.

1. Informazioni generali sul programma

La struttura del programma *Taratata* è un programma musicale dalla struttura di base piuttosto semplice: un'ora di trasmissione circa, dedicata ad un grande protagonista della musica leggera, italiana o straniera, che si esibisce suonando dal vivo e risponde ad un'intervista. Al protagonista della puntata è affiancato un ospite, un altro cantante, solitamente meno famoso, che oltre a presentare alcuni suoi brani spesso duetta con il protagonista della puntata. L'idea del programma non è originale: si tratta infatti di un *format* di un programma di successo della televisione francese.

Una duplice sfida Dietro tale apparente semplicità, si cela in realtà una sfida abbastanza rischiosa per due ragioni: la scelta di trasmettere il programma su Rai Uno, e l'utilizzo di modalità di produzione piuttosto innovative. La scelta di Rai Uno è rischiosa perché il programma, come dimostra la scelta degli artisti invitati, si indirizza ad un pubblico piuttosto giovanile, e conseguentemente limitato. Se cantanti popolari come Baglioni o Zucchero possono essere adatti ad un pubblico vasto ed eterogeneo come quello che Rai Uno è abituata a raccogliere, diverso è il discorso per i Black Crows o Santana. Il produttore Ballandi, che cura la trasmissione per conto della Ics, casa di produzione esterna che collabora con la Rai alla realizzazione di *Taratata*, afferma d'altronde che è stato il discreto successo del programma televisivo *Roxy Bar* di Red Ronnie a suggerire l'idea di un programma musicale per una grande antenna. Con ogni probabilità, anche i risultati piuttosto soddisfacenti raggiunti da Mtv Italia possono aver convinto i vertici della Rai a tentare questo esperimento. Non è un caso che *Taratata*, oltre a ricordare l'emittente musicale per alcune tecniche di ripresa, sia condotta da Enrico Silvestrin, il conduttore che per anni ha rappresentato l'immagine di Mtv. Lo stesso Silvestrin si dimostra consapevole del rischio di un programma musicale di Rai Uno, affermando che

“(…)Il cambio da un canale tematico come MTV, abituato a trattare la musica come materia prima di sopravvivenza, a Rai Uno, che invece la musica si propone di rilanciarla alla grande, rappresenta per me un rischioso salto di qualità”¹

Due modelli di riferimento La sfida di *Taratata*, come prima sottolineato, non si limita però alla messa in onda sul primo canale, ma anche alle modalità di produzione del programma. Se si fa eccezione per il Festival di Sanremo, che è un vero e proprio *media event* e che pertanto meriterebbe un discorso a parte, i programmi musicali televisivi potrebbero, per comodità di esposizione, essere suddivisi approssimativamente in due modelli. Il primo modello è comune alla maggior parte dei programmi registrati in studio: essi sono caratterizzati da una cura notevole delle inquadrature, delle scelte registiche, del montaggio, delle luci, ma hanno il difetto di essere piuttosto 'freddi', poco coinvolgenti, perché il pubblico di uno studio televisivo è necessariamente limitato, perché spesso i cantanti sono costretti a cantare in *playback* e non si esprimono al meglio. Al secondo modello fanno riferimento i programmi registrati nelle piazze, nei palazzetti, nei teatri, negli stadi, che spesso non presentano la ricchezza visiva e l'accuratezza di un programma registrato in studio, dal momento che si lavora in esterno, e sia le riprese che l'audio non sempre sono perfette. Questi ultimi hanno tuttavia il vantaggio di mostrare artisti che cantano e suonano davvero, e un pubblico numeroso e caloroso. Ebbene, è ormai da qualche anno che ci si sforza di trovare una confluenza tra questi due modelli, che abbiamo tratteggiato a grandi linee: il già citato *Roxy Bar*, per esempio, permette agli artisti di suonare dal vivo, ma ha un pubblico presente in sala molto limitato, mentre il *Festivalbar* offre una notevole cura per le immagini, ma fa cantare la maggior parte degli ospiti in *playback*. *Taratata*, e in ciò si manifesta il secondo elemento di rischio di cui dicevamo, rappresenta l'esperimento di coniugare pienamente questi due modelli: ad ogni puntata assiste un pubblico di 3500 persone, rumorose e partecipi, i musicisti suonano del vivo e spesso addirittura improvvisano, eppure la qualità delle inquadrature è curatissima. Tutto ciò è reso possibile da una confluenza di fattori: le possibilità economiche di Rai Uno, che non sono quelle di

¹ Tratto dal sito internet di *Taratata*, (<http://www.raiuno.rai.it/schede/0023/002399.htm>).

Video Music o di Mtv Italia; l'esperienza accumulata dal programma 'gemello' francese; ma soprattutto l'assoluta disponibilità del Paladozza di Bologna, dove non si svolgeranno avvenimenti sportivi per tutto il periodo delle registrazioni. Il palazzetto è stato infatti ceduto alla Rai dal Comune di Bologna a titolo gratuito. Gli autori hanno così potuto impiantare una serie di attrezzature (la gru e il carrello per le riprese, l'impianto luci, l'impianto di amplificazione, i camerini, la sala stampa, ecc.) che sarebbe stato folle, finanziariamente, smontare e rimontare ogni settimana, e il cui costo è ammortizzato dal fatto che si registrano 13 puntate consecutive e non un concerto singolo. Insomma, per la durata della trasmissione, si è trasformato il Paladozza in un enorme studio televisivo.

La struttura organizzativa

Un programma così ambizioso non può che affidarsi ad una struttura produttiva piuttosto nutrita. Sono infatti circa centoventi le persone che curano la realizzazione del programma: sette membri dello staff Rai (tra cui il regista Pierleoni, il direttore di produzione, il coordinatore tecnico); un'altra ventina di persone formanti la *troupe*, addette cioè alle riprese, sempre della Rai; e poi ci sono i responsabili della Ics, il cui ufficio di produzione è composto da cinque persone, la redazione costituita da quattro autori e due assistenti, i quattro responsabili di audio e luci, cinque persone che si occupano di marketing e pubblicità, due addetti alle pubbliche relazioni e tre ai rapporti con i giornalisti. Otto persone gestiscono gli spettatori, quattro si occupano del servizio d'ordine costituito da trenta agenti. L'elenco potrebbe continuare ricordando le ditte esterne che lavorano in appalto, ma ci fermiamo qui, nella consapevolezza di aver dato almeno un'idea del piccolo esercito che lavora dietro la realizzazione di questo programma televisivo.²

2. Il programma fruito davanti allo schermo televisivo

Procediamo ora con un'analisi del programma così come è offerto, come prodotto finito, al pubblico di Rai Uno. Dapprima osserveremo il livello espressivo del programma, la sua veste grafica, la sua forma immediatamente percepibile; poi cercheremo di 'scendere' ad un livello contenutistico, più profondo, meno diretto.

Analisi del livello espressivo

Il programma non ha una sigla di apertura ed una di chiusura ben definite: a parte una brevissima introduzione, di una manciata di secondi, realizzata con gli strumenti della *Computer Graphics*, il concerto entra subito nel vivo con la presentazione di Silvestrin. Questi è inquadrato di solito di spalle, mentre entra nel palazzetto, o addirittura sono inquadrati soltanto i suoi piedi. Sempre di corsa, comunque, conferendo alla trasmissione un senso di velocità ma anche di irrequietezza. A *Taratata* non c'è il tradizionale sipario dietro al quale compare il presentatore: Silvestrin entra in scena accompagnato dalla *handycam*, e non smette di muoversi neanche mentre parla, ondeggiando continuamente nel riquadro, riproducendo così il ritmo sostenuto e l'immagine elettrizzante che si vuole dare al programma. Immediata arriva l'esibizione del protagonista della serata, cui spetterà anche il compito di chiudere la puntata (i sottotitoli di coda appaiono durante l'ultima canzone). La prima, istintiva impressione che le riprese offrono è quella di un ambiente incredibilmente caldo, euforico, con le inquadrature dall'alto che sembrano introdurre lo spettatore visivo nell'arena del Paladozza e poi le carrellate sui ragazzi che gridano, battono le mani, ballano. Il regista fa spesso uso di campi lunghi abbastanza anomali, nel senso che offrono un'ampia visuale del palasport ma con un asse piuttosto inclinato, e si concludono con zoomate molto veloci. Durante le esibizioni dei cantanti, le inquadrature più ricorrenti sono il primo piano o il piano americano, intervallati da brevi stacchi sugli altri musicisti effettuati con le *handycam*: tipiche sono le inquadrature da sopra la spalla o al fianco del batterista, i primissimi piani delle chitarre e delle tastiere, nei quali non vediamo il musicista ma solo le sue mani che suonano. I tagli e i cambi di prospettiva si susseguono quasi a ritmo di musica, dando talvolta l'impressione di seguire un canovaccio, sicuramente conferendo al programma una notevole dinamicità. È piuttosto raro che la stessa inquadratura duri più di venti, trenta secondi, prima di essere seguita da un'altra, magari da una prospettiva completamente differente. Queste scelte registiche potevano risultare azzardate qualche anno fa, quando si era abituati al piano totale, un po' statico, del cantante con il microfono fra le mani, seguito al massimo dal primo piano. I curatori di *Taratata* dimostrano, però, di aver imparato la lezione della cosiddetta *Video Art*, di quel modo un po' ossessivo e martellante, talvolta compiaciuto o eccessivo, di far uso delle immagini che è tipico dei *video-clip* che promuovono le canzoni. Un altro esempio di tale costruzione spregiudicata delle immagini è l'uso di quella tecnica di ripresa per cui, con un gioco di lenti e di *zoom*, l'oggetto al centro dell'inquadratura sembra avvicinarsi, mentre lo sfondo sembra allontanarsi: l'effetto è quasi onirico e di straniamento, e infatti usato molto spesso nel cinema *horror*, meno in televisione.

L'uso del colore

Una nota merita l'uso del colore: le luci di *Taratata* tendono sempre al rosso, al giallo, all'arancio, a tinte comunque calde, quando si riferiscono al pubblico, e contribuiscono a creare quel clima di 'calore' che è la cifra distintiva della trasmissione; viceversa, sono dominate dal blu, dal bianco, quando si indirizzano ai musicisti. L'uso del colore funge così da elemento divisore, arricchendo le immagini con

² I dati sono citati nel 'la Repubblica' del 13 ottobre.

ombre e sfumature molto sofisticate. Sul versante dell'audio, la resa è ottimale, sia per la struttura stessa del palazzetto, sia per la cura degli addetti. Il programma è mandato in onda in stereofonia, anche per radio, e il tasso di dispersione del suono, tranne alcune rare eccezioni, è veramente basso. La voce dei cantanti giunge chiara e limpida, così come il suono degli strumenti.

Analisi del
livello
contenutistico

Veniamo ora al piano più prettamente contenutistico. I personaggi che si offrono immediatamente agli occhi dello spettatore televisivo sono il presentatore, il musicista protagonista della puntata, il musicista ospite, il pubblico. Abbiamo già detto qualcosa a riguardo di Silvestrin, che si definisce un V-jay (dall'inglese *video-jockey*) cioè colui che introduce i video. Silvestrin è molto diverso dal presentatore elegante e un po' distaccato, tipico della cosiddetta 'paleotelevisione'; è piuttosto un "animatore del palcoscenico"³, un confidente del pubblico, un intermediario tra lo spettatore e gli artisti. È accanto allo spettatore televisivo, sta in platea con lui, anche se di tanto in tanto può andare sotto i riflettori del palco per avvicinare i grandi. I grandi musicisti, appunto: il protagonista e l'ospite. È implicita l'esistenza di una gerarchia tra i due (o a volte più) musicisti, dal momento che lo spazio riservato al primo è notevolmente superiore a quello riservato al secondo (di solito, il rapporto è di due terzi di tempo dedicati al primo, un terzo al secondo, ma è una stima approssimativa). Tuttavia 'gli ospiti' accettano di buon grado, o perché si tratta spesso di cantanti più giovani o emergenti (Elio e le Storie Tese, Marina Rey, Blu Vertigo, ecc.) o perché sono stranieri non particolarmente popolari in Italia (è il caso ad esempio di Sheril Crow, di Elvis Costello, ecc.) L'ospite gioca un ruolo importante, che un approccio strutturalista definirebbe di 'aiutante'⁴. Se il protagonista della puntata dovrebbe, in linea di principio, garantire una buona *audience* per il semplice richiamo del suo nome (si pensi a personaggi di successo come Baglioni, Vasco Rossi, Ligabue, Zucchero), l'ospite gli dà una mano, raccogliendo i consensi di quella parte di pubblico televisivo non necessariamente annoverata tra i *fan* del protagonista. Un'altra funzione importante dell'ospite è quella di permettere l'esecuzione di duetti con il protagonista. La televisione, in questo, non si fa esclusivamente veicolo della produzione discografica, ma conquista uno spazio tutto suo: i duetti infatti sono sempre inediti, mai proposti né su disco né dal vivo, e risultano pertanto un'autentica esclusiva del video, una vera e propria novità per gli appassionati, che già in passato hanno dimostrato di apprezzare l'incontro tra artisti provenienti da 'mondi' musicali anche piuttosto differenti (si pensi, tanto per citare l'esempio più clamoroso, al successo dei duetti presentati ogni anno al *Pavarotti International*).

Il pubblico di
Taratata

È il momento di dire qualcosa del pubblico. È comune all'analisi di parecchi programmi televisivi l'identificazione del pubblico di casa con il pubblico in sala, che verrebbe a ricoprire dunque il ruolo di narratario, di istanza enunciativa dello spettatore implicito. Non è questo il caso di *Taratata*. Negli spettacoli musicali tradizionali, infatti, abbiamo i cantanti sul palco, la gente di fronte a loro, seduta nel teatro o assiepata nelle piazze, e le telecamere di fronte ai cantanti. In una certa misura, perciò, il punto di vista dello spettatore televisivo e di quello fisicamente presente, coincidono. Questo non succede mai a *Taratata*: il pubblico del palazzetto dello sport, infatti, non è sistemato di fronte ai cantanti, ma dietro di loro, o accanto a loro, e pertanto si ritrova con le telecamere di fronte. Lo spettatore del palazzetto, dunque, fa parte dello spettacolo, più che assistervi. Il pubblico rappresenta l'unica, vera scenografia della trasmissione: dietro i musicisti non ci sono tende, né cartelloni, ma solo esclusivamente la massa di spettatori, che li abbraccia (metaforicamente), li circonda. Essa entra nelle inquadrature anche quando non ne è oggetto principale, semplicemente come sfondo. Il pubblico del palazzetto può essere definito parte integrante dello spettacolo, perché è continuamente sotto i riflettori, talvolta come personaggio principale, talvolta come 'spalla' del musicista. Lo schema seguente sintetizza la differenza tra lo spettacolo musicale tradizionale e *Taratata*, che abbiamo cercato di esporre:

Spettacolo tradizionale:	<i>Taratata</i>
Scenografia	Pubblico in sala
↑	↑
Cantante	Cantante
↑	↑
Telecamera - Pubblico in sala	Telecamera

3. Il programma fruito dal palazzetto dello sport di Bologna

³ Così viene definito nel già citato sito internet di *Taratata* curato dalla Rai.

⁴ A.J.GREIMAS, *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani 1985.

Molte delle osservazioni formulate nella sezione precedente potranno essere meglio comprese sulla base di quanto si è potuto osservare direttamente dal palazzetto dello sport di Bologna.

La situazione nel palazzetto durante le riprese

Iniziamo senz'altro con una descrizione della situazione nel palazzetto durante le riprese. Si comprende subito quanto 'atipico' sia questo concerto quando ci si accorge che il palazzetto è aperto al pubblico per tre quarti, essendo la tribuna di fronte ai musicisti completamente vuota. È lì che 'dimora' il simulacro dello spettatore televisivo, occhio privilegiato perché guarda in faccia i cantanti, mentre gli spettatori del palazzetto si devono accontentare di guardarli lateralmente, o addirittura di spalle. Oltre al pubblico sugli spalti, ci sono quattro file di persone direttamente sistemate sul *parterre*. Piuttosto notevoli sono le attrezzature di cui si è dotato il Paladozza per le riprese: il palazzetto è dominato da un'imponente struttura poligonale, appesa al tetto, dalla quale pendono le casse e le luci, altre luci sono disposte sui muri del palazzetto. Le casse sono disposte in cerchio per evitare ogni possibilità di eco o rimbombo e garantire il miglior audio possibile. Dalla parte della tribuna lasciata vuota si muovono le due telecamere principali, mentre da un angolo, sempre dello stesso settore, si solleva una gru dotata di telecamera, responsabile, con i suoi movimenti rapidi, di quei campi lunghi e di quelle zoomate suggestive di cui abbiamo già detto. Un'altra telecamera è sistemata proprio davanti alla tribuna 'calda' (poi spiegherò il perché di questa definizione), quella dietro agli artisti, sistemata su di un carrello che copre tutto l'arco della tribuna e permette i primi piani degli spettatori. Concludono l'apparato di ripresa due *handycam* che con estrema diligenza quattro operatori portano sue e giù per il palco, evitando ogni volta di scontrarsi con i musicisti o inciampare nell'intrigo di fili, casse e *monitor*. La disposizione degli strumenti sul 'palco' - che in realtà in quanto tale non esiste perché gli artisti si esibiscono sul *parterre* di solito riservato ai giocatori di basket - è piuttosto variabile. Essa dipende dal numero di ospiti: possono esserci due strumentazioni poste una di fronte all'altra, oppure può essercene una sola. Può esserci il pianoforte, se necessario. Non manca mai, comunque, uno spazio con due o più sedie riservato all'intervista. La scritta *Taratata*, rossa, ricopre buona parte del *parterre*, e si abbina ad un'insegna fluorescente dietro la tribuna con il pubblico. Per ciò che concerne l'atmosfera 'rarefatta' e suggestiva del Paladozza, essa è accentuata da notevoli gettiti di fumo (probabilmente ghiaccio bollente) sul *parterre* del palazzetto, che contribuiscono a creare una sottile foschia artificiale.

Gestione del pubblico del palazzetto

Prima di mettere piede nel palazzetto, lo spettatore è avvisato da un messaggio sul biglietto d'ingresso che il pubblico dello spettacolo verrà inquadrato, e che pertanto autorizza l'uso della propria immagine. Il biglietto è gratuito, ma per ottenerlo occorre prima procurarsi gli inviti gestiti dagli *sponsor*, poi avere la fortuna di essere tra i primi a cambiare gli inviti in biglietti al botteghino del palazzetto. Alcuni dettagli rivelano quanta importanza ricoprano gli spalti del Paladozza per gli autori del programma: le persone che indossano una maglia con una marca particolarmente evidente vengono invitate a toglierla, o a girarla, per evitare pubblicità involontaria. A coloro che siedono nella fila immediatamente antecedente all'insegna luminosa *Taratata* è invece chiesto di non alzarsi durante lo spettacolo per non coprirlo. Se ci sono degli striscioni, si invitano i ragazzi a portarli nella tribuna di fronte alle telecamere, o comunque nel raggio visuale di queste, altrimenti è impossibile inquadrarli.

L'inizio delle riprese è anticipato da una serie di richieste agli spettatori:

- non fumare, ovviamente (ma questa non è una richiesta dettata da esigenze televisive);
- non salutare nella telecamera (caratteristica di altri programmi di questo genere è la visione di ragazzi che si sbracciano all'indirizzo dell'operatore);
- acclamare gli artisti, applaudendo e gridando prima e dopo l'esibizione, ma evitando di battere le mani durante le canzoni per non rovinare la registrazione audio;
- rispondere alle eventuali sollecitazioni da parte dei cantanti;
- ridurre al minimo il rumore durante le interviste;
- non fare la *hola*;
- mostrarsi entusiasti anche durante la registrazione dei *promo*;
- non usare accendini durante i pezzi lenti, come spesso si fa ai concerti, per non causare sgradevoli effetti nelle riprese video (cattiva messa a fuoco, ecc.);
- non usare il *flash* delle macchine fotografiche;
- non lasciare posti vuoti nel palazzetto, specie tra i sedili di colore giallo.

Il pubblico si dimostra quasi sempre disponibile a venire incontro a queste richieste, abbastanza scontate in alcuni casi, meno ovvie in altri

Ripetizioni delle esecuzioni

Abbiamo detto che l'audio della trasmissione è molto buono: ma nonostante l'ottima amplificazione del Paladozza, il posizionamento intelligente delle casse, il comportamento corretto del pubblico, ogni tanto qualcosa va storto, per cui si fa ripetere un brano. Ovviamente lo spettatore televisivo non saprà mai, per esempio, che Lionel Richie ha cantato tre volte la stessa canzone perché i tecnici si sono accorti tempestivamente che la registrazione non era stata buona, o che Zucchero ha ripetuto un pezzo perché aveva sbagliato una strofa della canzone.

I rapporti con il pubblico

La serata comincia con la registrazione dei *promo* che anticipa la ripresa del programma vero e proprio: ne vengono realizzati di solito tre o quattro, evitando di ripetere troppe volte perché il pubblico

sarà pure disponibile, ma alla terza registrazione le persone che urlano all'apparizione di Silvestrin sono dimezzate. Quest'ultimo collabora al dialogo con il pubblico prima delle registrazioni, salutandolo, cercando di incitarlo e 'riscaldarlo', e chiedendo quella collaborazione che è indispensabile alla buona riuscita del programma. I rapporti con il pubblico possono proseguire anche durante la registrazione: durante un'esibizione degli americani Black Crows che non stava particolarmente entusiasmando i tremila del Paladonna, un responsabile della trasmissione ha fatto alzare tutti i ragazzi del *parterre* invitandoli a battere le mani, perché il loro comportamento fino ad allora era stato, evidentemente, un po' troppo freddo.

La tribuna
degli
animatori

In precedenza ho parlato di tribuna 'calda'. In effetti la tribuna immediatamente dietro ai cantanti, quella inquadrata più di frequente, ha una caratteristica. Il suo accesso non è libero, ma riservato agli 'animatori'. Si tratta di un pubblico 'fisso', che partecipa cioè a tutte le puntate, contattato mediante l'Ufficio della Pastorale Giovanile. È dunque un pubblico di ragazzi, appartenenti ai gruppi dell'associazionismo cattolico, che in buona parte si conoscono, conoscono i loro responsabili e rispondono volentieri alle loro sollecitazioni. I responsabili degli animatori conoscono i tempi del programma perché hanno assistito alle prove, invitano i ragazzi a cantare e battere le mani in tutti i momenti opportuni, cercano di 'riscaldare' l'ambiente prima dell'inizio delle registrazioni. Abbiamo rivolto alcune domande ad una di loro, che ci ha spiegato che 'l'animatore tipo' ha tra i diciotto e i venticinque anni, "è vivace e positivo"⁵. Gli si chiede di "esprimere gioia ed approvazione con applausi e grida", evitando "gesti e frasi sconvenienti: il comportamento dev'essere coerente con il proprio stile di vita e con le regole dello spettacolo". Di fronte alle telecamere, gli animatori devono "esprimere positività e sorrisi, un stile di divertimento sano". Il ruolo degli animatori è quello di dare il via agli applausi e "dare lo stile alla trasmissione": sono sempre gli animatori, infatti, a battere le mani più calorosamente, a ballare per primi durante le canzoni, a sollevare le braccia a tempo durante i brani più melodici, a urlare durante i *promo* anche per artisti che magari non conoscono.

La loro presenza si fa sentire soprattutto nei momenti 'deboli' del programma: essi permettono di mimetizzare o nascondere del tutto i cali di tensione che invece caratterizzano i concerti di *Taratata*. In effetti, la principale differenza tra il programma televisivo e 'la realtà', così come appare agli occhi di uno spettatore del palazzetto, è che il primo è stabilmente caratterizzato da una dimensione euforica, elettrizzante, con un pubblico sempre caloroso e sovraccitato, la seconda vive invece di alti e bassi. Chi assiste al concerto dal palazzetto si accorge che in alcuni momenti, infatti, il pubblico partecipa, canta, incita calorosamente i musicisti; in altri è seduto, quieto, distratto, perché non particolarmente interessato. È in questi momenti che si fa sentire la presenza degli animatori, che continuano a muoversi ed a partecipare con passione. Lo spettatore televisivo non si accorge del fatto che circa 2000 spettatori sono poco coinvolti, perché le inquadrature sono sempre indirizzate ai restanti 500 animatori. Per fare un esempio, durante la seconda puntata, il protagonista, Santana, era una *star* ormai piuttosto attempata, mentre gli ospiti, Elio e le Storie Tese, sono un gruppo molto amato dai più giovani. Il rischio era che i secondi fossero più acclamati del primo: per evitare questa situazione 'imbarazzante' numerosi sono stati gli inviti ad acclamare l'arrivo di Santana, rivolti soprattutto agli animatori. Oppure, nella puntata dedicata a Vasco Rossi, c'era un ospite, Elvis Costello, dal genere musicale piuttosto differente, e poco apprezzato dai fan di Vasco Rossi. Chi abbia visto lo spettacolo televisivo non si è accorto che questi ultimi erano annoiati e distratti (e talvolta fischiavano) durante l'esibizione di Costello, perché c'erano gli animatori (sempre loro!) che applaudivano e battevano le mani all'indirizzo del musicista anglosassone.

Un pubblico
'finto'?

Veniamo allora al cuore della questione: il pubblico di *Taratata* è un pubblico 'finto', 'pilotato', pronto ad asservirsi alle esigenze televisive? Qualcuno potrebbe averlo temuto, soprattutto tra i responsabili degli animatori: dopo la registrazione delle prime sei puntate, infatti, è stata distribuita una lettera agli animatori di due responsabili, Don GianCarlo Manara e Mauro Bignami, che li invitavano alla spontaneità:

(...)È proprio questa la grande responsabilità che abbiamo non solo nei confronti dei restanti duemila che sono al Paladonna ma anche verso i telespettatori a casa: attraverso le nostre reazioni - applausi o silenzi - possiamo far capire che quell'idea, quella battuta, quella parola che viene detta è sensata o stupida. (...) Non preoccuparti se la tua disapprovazione non risponde all'essere in quel momento animatore: non sei tenuto ad applaudire sempre ed in ogni caso: anzi, in questo modo, anche chi è a casa si accorgerà che il pubblico presente non è finto, ma possiede un'anima ed una maturità. ⁶

In ogni caso, parlare di pubblico 'finto' sarebbe sicuramente un'esagerazione. Su 3500 spettatori, più di tre quarti sono autentici appassionati, che non applaudivano e non canterebbero se non apprezzassero davvero i musicisti. In alcuni momenti, anzi, il mezzo televisivo non riesce, per i suoi

⁵ Tra virgolette, le parole dell'intervistata.

⁶ Il testo integrale della lettera è allegato nell'appendice.

limiti intrinseci, ad esprimere l'entusiasmo che si respira al Paladozza.

Il ruolo della televisione nella ripresa di 'eventi'

Pare opportuno fare riferimento, a questo punto, a due studiosi che si sono occupati del ruolo della televisione nella ripresa di spettacoli o cerimonie: Daniel Dayan ed Elihu Katz⁷. Il lavoro di Dayan e Katz, a dire il vero, si occupa di una categoria di eventi mediali nella quale non può annoverarsi una trasmissione come *Taratata*, trattandosi di eventi non organizzati dalla televisione ma trasmessi in diretta: matrimoni, eventi sportivi o dibattiti parlamentari, nei quali la televisione svolge un ruolo fondamentale di riarticolazione, di ricombinazione degli elementi. Nonostante queste differenze, alcune conclusioni dei due autori sono illuminanti anche per l'analisi di un programma come *Taratata*. Secondo gli autori, un evento trasmesso dalla televisione deve necessariamente mostrarsi degno dell'attenzione del pubblico televisivo, deve mettere in evidenza quelle particolarità che hanno spinto i programmatori a mandarlo in onda, e può farlo solo attraverso la partecipazione dell'*audience* fisicamente presente all'evento. Ecco l'importanza del pubblico di *Taratata*: esso, incorniciando l'evento musicale e manifestando di apprezzarlo, gli attribuisce valore, lo sostiene, e invita lo spettatore a casa a partecipare a tale adesione. Non solo: la televisione deve cercare di compensare i telespettatori del fatto di non partecipare direttamente all'evento, e lo fa imponendo la propria *performance*. Essa non si limita a fornire una rappresentazione dell'evento, ma offre anche un equivalente funzionale dell'esperienza celebrativa: allo spettatore di *Taratata*, quindi, ci si sforza di offrire non solo la musica degli ospiti, ma anche l'ebbrezza e l'eccitazione dovuta alla celebrazione collettiva dei musicisti. Lo scopo di *Taratata* è quello di garantire un valido sostituto al fatto di non essere presenti al Paladozza, creando un 'palazzetto virtuale' con milioni di telespettatori che si divertono all'interno. Affermano ancora i due autori che non è corretto parlare di alterazioni o aggiunte della televisione all'evento originale, ma di trasformazioni qualitative: è irrilevante parlare di rappresentazione vera o falsa. La televisione, scommettendo sulla trasmissione di un concerto, o addirittura organizzandolo, assume un impegno nei confronti dell'evento, punta sulla sua importanza e si lega al suo esito. Dunque non ci si può attendere che si comporti con il piglio del giornalista obiettivo: lo sguardo della televisione non è cinico, ma partecipativo, attivamente coinvolto nel significato dell'evento, tutto preso a confermarne e a comunicarne la definizione. Dayan e Katz definiscono quest'uso retorico dei propri mezzi da parte della televisione "un'estetica della compensazione": per coinvolgere i telespettatori, *Taratata* deve sforzarsi di diventare meno 'spettacolo' e più 'festa', e per farlo non può che evidenziare la festosità di chi partecipa fisicamente all'evento, anche quando questa subisce dei cali. Tutto ciò spiega le continue inquadrature al pubblico degli animatori: il calore dei fan viene comunicato non attraverso la sua intensità, difficilmente percepibile in televisione, ma attraverso la sua persistenza, la sua tenacia, sostenuta dagli animatori. Costoro, in fondo, non sono pagati, non sono attori; sono persone che collaborano spontaneamente, perché nessuno è mandato via se non si alza e batte le mani.

Il linguaggio 'diegetico'

Il pubblico di *Taratata*, lo ripetiamo, non è 'finto'; sono le telecamere che operano una selezione, inquadrando la parte di pubblico funzionale al discorso televisivo. Una volta di più, la televisione dimostra di usare un linguaggio, che come tutti i linguaggi è un discorso sulla realtà e non la fedele riproposizione della stessa; diremmo, con il linguaggio di Genette⁸, che esso è una *diegesi*, anche quando si sforza di apparire una *mimesi*.

Il montaggio televisivo

Un'ultima annotazione riguarda un aspetto, relativo al prodotto televisivo, di cui però lo spettatore televisivo non può che essere ignaro: la fedeltà del montaggio e gli eventuali tagli. Il montaggio è di solito piuttosto fedele allo svolgimento del concerto, presentando in televisione le canzoni e le interviste nell'effettivo ordine in cui avvengono. Ci sono però delle eccezioni, dovute a errori che non possono essere previsti. Abbiamo già detto, per esempio, che nella puntata con Zuccherò il cantautore ha ripetuto un brano che non era stato eseguito bene. In questo caso è stato necessario cambiare l'ordine delle canzoni, per non alterare la fluidità del programma rendendo evidente l'intervento del montaggio. Si tratta, comunque, di eccezioni, perché di solito i tagli effettuati in cabina di montaggio sono impercettibili, eliminano quei tempi morti che possono essere causati dagli spostamenti, per esempio dell'artista che si accomoda sulle poltroncine per l'intervista, o dalla sistemazione degli strumenti. Usando una terminologia narratologica, possiamo affermare che questi tagli ci ricordano che una trasmissione televisiva in differita è un 'sommario', un riassunto, in cui il tempo del discorso è inferiore al tempo della storia. Altre volte i tagli sono premeditati, e rappresentano delle vere e proprie 'ellissi': è il caso dei bis, di solito un paio di canzoni 'fuori scaletta', che gli ospiti dedicano al pubblico in sala e che non vengono mai mandate in onda, oppure di canzoni che vengono tagliate per non prolungare eccessivamente la durata del programma⁹. Gli operatori tuttavia riprendono anche queste esibizioni, per cui non è detto che in futuro non possano essere utilizzate dalla Rai, magari offerte in una videocassetta o in una *compilation* su *compact disk*.

⁷ DAYAN D., KATZ E., *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*. Bologna, Baskerville, 1993.

⁸ G. GENETTE, *Figure III*, Torino, Einaudi, 1976.

⁹ Per esempio Sheril Crow, l'ospite della puntata dedicata a Zuccherò, ha eseguito due canzoni di cui una sola è stata mandata in onda.

I tagli delle interviste

L'unica parte della trasmissione che subisce dei tagli piuttosto sostanziosi con sistematicità è quella dell'intervista. Si è avuto modo di osservare tre diversi 'tipi' di tagli relativi all'intervista, che qui definiamo in questo modo: il taglio 'in diretta', quello 'stilistico', e quello 'contenutistico'.

Tre 'tipi' di tagli

- Il taglio 'in diretta' precede addirittura la registrazione: ci si rende conto di non avere tempo a sufficienza, e si invita il conduttore a saltare qualche punto in scaletta. È accaduto nella puntata con Vasco Rossi, per esempio: Silvestrin aveva già formulato una domanda, ma un gesto eloquente di un assistente l'ha spinto a passare alla presentazione della canzone successiva prima che l'ospite potesse rispondere. Questi tagli avvengono direttamente sulla 'storia' dell'evento e non sul discorso televisivo.

- Il taglio 'stilistico' elimina alcuni momenti di imbarazzo degli artisti che non trovano le parole adatte alla risposta, esitano, balbettano. Oppure eliminano le *gaffe* di Silvestrin. Si tratta di tagli che permettono di offrire, a livello discorsivo, un sommario della storia: non apportano dunque modifiche al senso complessivo dell'intervista, che nella sua forma televisiva risulta sintetizzata ma ancora piuttosto fedele all'originale.¹⁰

- Il taglio 'contenutistico' è invece quello che ha i maggiori effetti sul discorso televisivo. Si eliminano brani piuttosto ampi dell'intervista, facendo sì che ciò che viene percepito dallo spettatore televisivo non sia un riassunto dell'originale, né la sua versione 'corretta', ma una sua piccola porzione. Le modifiche non si avvertano solo a livello espressivo, ma anche a livello di contenuto, per cui il discorso complessivo risulta notevolmente diverso dalla storia che lo ha originato. Un esempio eclatante di questo tipo di taglio si è avuto con l'intervista del cantante dei Blu Vertigo, durata una decina di minuti al palazzetto, ridotta in televisione ad un rapidissimo scambio di battute, oppure con quella di Sheril Crow, anch'essa ridotta in televisione ad un decimo dell'originale.

Un'intervista 'censurata'?

Nel caso di tagli così rilevanti pesano senz'altro le esigenze di durata della trasmissione. Tuttavia possono intervenire anche dei giudizi di ordine esclusivamente contenutistico: non può essere solo una coincidenza infatti che vengano eliminate le risposte eccessivamente polemiche, o quelle troppo 'colorite', per non dire volgari, per il pubblico di Rai Uno. Indipendentemente dalle valutazioni che ognuno potrebbe fare sul diritto di selezionare le risposte di un ospite televisivo, va comunque sottolineato che, da un punto di vista squisitamente estetico, un discorso mozzato, fatto di 'taglia' e 'incolla' come quello delle interviste in questione, è apparso piuttosto sgradevole, innaturale, artefatto, anche a chi non aveva assistito all'intervista originale.

4. Modifiche subite da *Taratata* durante la lavorazione

Modifiche alla struttura del programma

La struttura del programma non ha subito delle modifiche sostanziali, tali da poter parlare di veri e propri cambiamenti strategici. Rispetto al *format* francese, gli autori hanno preferito evitare la presenza di rubriche 'fisse', come quella dedicata oltralpe ai giovani emergenti. Si è cancellato anche lo spazio, precedentemente programmato¹¹, dedicato alle classifiche mondiali e alla promozione di cinque cd da parte della trasmissione. Il tutto, probabilmente, per conferire maggiore dinamicità al programma e per non dilatarne troppo la durata. Ci sono poi stati ulteriori adattamenti, di minore entità e suggeriti dall'esperienza delle puntate precedenti: per esempio, la richiesta al pubblico di non accendere gli accendini durante le riprese, non era stata formulata nelle prime puntate, quando addirittura agli animatori venivano distribuiti accendini allo scopo di usarli. Ci si è resi conto dopo le prime puntate che l'effetto televisivo non era gradevole. Anche l'idea di posizionare l'artista principale, quando possibile, davanti alla curva degli animatori, è stata attuata a partire dalla quarta puntata. Ciò ha generato qualche imbarazzo negli artisti, che si ritrovavano a cantare di fronte ad una tribuna vuota, mentre dietro di loro migliaia di ragazzi li incitavano. Ligabue, per esempio, si è girato spesso a salutare i suoi fan, dando così le spalle alle telecamere principali; Vasco Rossi ha fatto addirittura l'inchino rivolto non alle telecamere ma al pubblico. Il sapiente montaggio televisivo ha tuttavia reso quasi impercettibili, o poco rilevanti, questi piccoli incidenti. Per quanto riguarda le interviste, nonostante il buon inglese del conduttore, che nelle prime puntate poneva direttamente le domande agli ospiti e poi traduceva le risposte, si è in seguito deciso di usare gli auricolari con l'interprete, per evitare delle perdite di tempo. Gli autori si sono anche resi conto che non era il caso di citare la 'fede' calcistica degli ospiti, per evitare il solito seguito di fischi o applausi da parte degli spettatori.

Modifiche al palinsesto di Rai Uno

Cambiamenti di maggior rilievo hanno invece caratterizzato il posizionamento di *Taratata* all'interno del palinsesto di Rai Uno. Il progetto iniziale infatti prevedeva la registrazione del programma il martedì, la messa in onda quasi immediata (le registrazioni terminavano intorno alle dieci, la trasmissione era programmata alle 23,10), e una replica la domenica sera. Questo progetto permetteva

¹⁰ Naturalmente un'analista della conversazione, consapevole dell'importanza delle pause, dei silenzi, degli errori che si verificano durante un atto verbale, direbbe invece che questi tagli modificano profondamente il contenuto dell'intervista.

¹¹ Testimoniato dallo stesso sito di *Taratata*, che evidentemente non è stato aggiornato.

l'apertura di 'finestre' in diretta dal Paladozza durante il programma precedente, e quindi il cosiddetto 'effetto traino'. L'esperimento è stato tentato una sola volta, poi è stato abbandonato: il programma che precede *Taratata* il martedì è infatti *Porta a porta* di Bruno Vespa, che ha un pubblico abbastanza numeroso ma probabilmente differente da quello di un programma musicale. I programmatori di Rai Uno, fedeli alle 'leggi' del flusso televisivo, hanno cercato un traino che non c'è stato, e che anzi si è rivelato controproducente. Durante il collegamento da *Porta a porta* a *Taratata*, precedente alla prima puntata, la lontananza tra i due 'mondi' è emersa in maniera eloquente: Vespa ha infatti posto una domanda di natura politica a Baglioni che con molta diplomazia ha evitato di rispondere. In seguito il giornalista di Rai Uno si è procurato un'ondata di fischi (sentiti più al Paladozza che in televisione) quando, rivolgendosi ai giovani accorsi al concerto, li ha velatamente accusati di divertirsi, ignari dei problemi del paese. Insomma, se poteva esserci l'idea di ripetere 'la finestra' in diretta nelle puntate successive, essa è stata subito messa da parte. Non solo. *Taratata* ha mostrato di soffrire particolarmente la tendenza del programma di Bruno Vespa a non rispettare i tempi: nel caso dello speciale su Giovanni Paolo II, *Taratata* è andato in onda alle 11,50, con quaranta minuti di ritardo. La decisione di trasmettere in onda *Taratata* il martedì sera in seconda serata, probabilmente suggerita dalla corrispondente esperienza francese, si è rivelata quindi piuttosto infelice, per la differente struttura del palinsesto italiano. Perciò, dalla quarta settimana in poi, la puntata in prima visione di *Taratata* è stata trasmessa la domenica, la replica il martedì. In seguito, l'appuntamento del martedì è stato definitivamente eliminato. La trasmissione del programma la domenica ha provocato non poche novità:

Vantaggi della nuova posizione di *Taratata* nel palinsesto

- Ha permesso di registrare i concerti con notevole anticipo e non più un'ora prima della messa in onda. I realizzatori hanno potuto dedicare al montaggio e alla post-produzione più cura di quanto non permettessero i tempi stretti delle prime puntate.
- Ha consentito al programma di andare in onda alle 22,30, quasi un'ora prima rispetto al precedente appuntamento del martedì.
- Ha affidato a *Taratata* una 'fascia' che già in passato era dedicata al pubblico giovanile, producendo ottimi risultati: si pensi a *Il laureato* di Chiambretti o al *Target* di Paolini (che va ancora in onda, ma senza più la cura del suo autore).
- Ha permesso alla Rai di garantire, la domenica sera, un'offerta realmente complementare e non in competizione interna, con un programma di musica su Rai Uno, la tradizionale *Domenica Sportiva* su Rai Due e un programma di cultura, *Alfabeto Italiano*, su Rai Tre.

I dati d'ascolto

I dati d'ascolto, dopo le prime puntate 'di assestamento', oscillano intorno a poco più di un milione di spettatori, con uno *share* di circa il 15%, per la puntata della domenica. L'appuntamento del martedì, invece, non deve aver soddisfatto i dirigenti della Rai, visto che è stato tagliato. I risultati della domenica sera non sempre permettono a Rai Uno di vincere la concorrenza dei programmi di Canale 5 (*Target* e *Nonsolomoda*) e del film di Rete 4, ma soprattutto risentono di quel calo d'*audience* che caratterizza quasi tutte le seconde serate di Rai Uno, spesso sconfitta dalla concorrenza in questa fascia.

È troppo presto, comunque, per valutare con precisione l'apprezzamento o meno del programma da parte del pubblico. Di certo si può già dire che, se i risultati soddisferanno i produttori, una nuova serie è già in progetto e potrebbe partire a Febbraio. Viceversa, il mancato raggiungimento degli obiettivi che sono stati posti confermerebbe la tesi di chi, sostenendo che una grande rete generalista non sia uno spazio congeniale per le trasmissioni musicali giovanili, ne prevede il definitivo esilio sui teleschermi delle reti tematiche.

Bibliografia di riferimento:

- F.CASETTI, F.DI CHIO, *Analisi della televisione*, Milano, Bompiani 1997
DAYAN D., KATZ E., *Le grandi cerimonie dei media. La storia in diretta*. Bologna, Baskerville, 1993.
A.J.GREIMAS, *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani 1985.
G. GENETTE, *Figure III*, Torino, Einaudi, 1976.
N. RIZZA, *Costruire palinsesti*, Eri, VQPT, 1989.

Appendice:

“A te...animatore della trasmissione *Taratata*”
di Don GianCarlo Manara e Mauro Bignami