



Incursioni nel *backstage* Il programma *Deejay chiama Italia* tra radio e televisione

di Stefano Traini

Università degli Studi di Teramo

Abstract

Il programma radiofonico “Deejay chiama Italia”, che va in onda su Radio Deejay, viene trasmesso in diretta anche dal canale televisivo DEEJAY TV. Guardando il programma in televisione si ha l'impressione di entrare nel *backstage* del programma radiofonico, soprattutto seguendo cosa succede durante i “fuori onda”. Rispetto ad altri format televisivi che intendono riprodurre la “realtà”, questo esperimento di radio in televisione sembra assumere però dei connotati particolari: si ha l'impressione, infatti, che si voglia mostrare in televisione come si fa la radio, andando incontro alle esigenze particolari di un pubblico sofisticato che interagisce in modo attivo con i media. Scopo dell'articolo è analizzare le tecniche comunicative di questo programma “radiotelevisivo” attraverso alcuni strumenti messi a punto dalla semiotica.

“Deejay chiama Italia” è un programma di Radio Deejay che va in onda la mattina, dal lunedì al venerdì, dalle 10.00 alle 12.00. Lo conducono Linus e Nicola Savino. Lo stesso programma è trasmesso in diretta dal canale televisivo DEEJAY TV, e si può rivedere in differita la sera intorno alle 22.30 sullo stesso canale. In televisione si può vedere che cosa succede in studio, sia durante la diretta radiofonica sia durante i “fuori onda”. Questo esperimento di radio in televisione mi sembra molto interessante e nel mio intervento vorrei fare alcune riflessioni su questo nuovo genere ancora di nicchia. Le domande di partenza sono: perché si dovrebbe guardare un programma televisivo che riproduce un programma radiofonico, con tutti i tempi morti dei “fuori onda”? Perché, dunque, il “Deejay chiama Italia” televisivo funziona?

Proverò a rispondere utilizzando la teoria dell’enunciazione di Greimas.¹ Secondo questa teoria un soggetto dell’enunciazione – una persona per intenderci – produce un *enunciato*, che può essere un testo scritto, un programma televisivo, un quadro, un pezzo musicale, insomma una forma comunicativa; nel momento in cui produce questo enunciato può proiettarvi dentro, in qualche modo, se stesso, per esempio scrivendo o dicendo «io», oppure dipingendosi in una tela, oppure entrando in prima persona in un programma televisivo come fa un presentatore. Il soggetto dell’enunciazione proiettato nell’enunciato prende il nome di *narratore*, ed è bene chiarire che non può coincidere con il soggetto dell’enunciazione in carne-e-ossa che ha prodotto l’enunciato. Tecnicamente si dice che il narratore è un *simulacro* del soggetto dell’enunciazione, nel senso che è solo una sua rappresentazione comunicativa. Del resto di fronte a un romanzo scritto in prima persona chi direbbe che l’«io» del testo, cioè il narratore, coincide con l’autore? Si veda lo schema seguente:

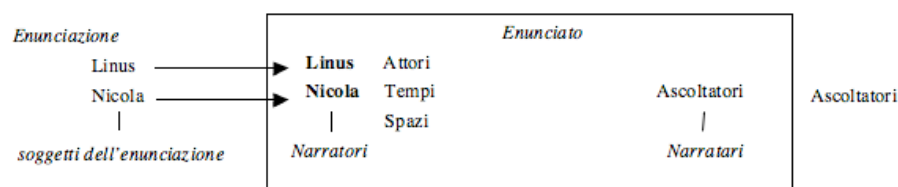


Figura 1 – Il programma radiofonico *Dj chiama Italia*

Da un lato c’è il “contesto reale di enunciazione”, con Linus e Nicola in carne-e-ossa, diciamo così. Nel momento in cui va in onda la trasmissione radiofonica “Dj chiama Italia”, che per noi è l’*enunciato*, ecco che i soggetti dell’enunciazione Linus e Nicola proiettano un proprio simulacro all’interno

¹ Sulla teoria dell’enunciazione si veda la voce “Enunciazione” in A.J. Greimas e J. Courtés, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Hachette, Paris, 1979 (trad. it. con integrazioni: *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di Paolo Fabbrì, Bruno Mondadori, Milano, 2007). Si veda anche G. Manetti, *L’enunciazione. Dalla svolta comunicativa ai nuovi media*, Mondadori, Milano, 2008.

del programma e diventano i nostri narratori. Pertanto quando ascolto “Deejay chiama Italia” io ho a che fare con un enunciato, e i Linus e Nicola che sento sono narratori, sono simulacri, sono delle costruzioni radiofoniche dei soggetti dell’enunciazione Linus e Nicola, che in quanto tali restano e resteranno per sempre inaccessibili. Destino della comunicazione: abbiamo a che fare sempre e solo con dei simulacri, cioè con delle costruzioni strategiche della soggettività. Meglio capirlo subito per non cadere nell’illusione molto ingenua dell’autenticità: non crederete mica che quando un vostro interlocutore parlando di se stesso dice «io», l’«io» del suo enunciato linguistico possa coincidere con l’io del soggetto dell’enunciazione? No, non può esserci coincidenza, e chi dice o scrive «io» non fa altro che costruire strategicamente se stesso.

La proiezione con cui si allestisce un enunciato prende il nome di *débrayage*. Linus e Nicola forse non lo sanno, ma quando vanno in onda e parlano di se stessi – Linus delle sue maratone infinite e Nicola del suo attaccamento all’Inter – o del proprio pubblico (“*voi che ci ascoltate* sapete che il nostro non è un programma... ecc. ecc.”) fanno dei *débrayage enunciazionali*, cioè costruiscono dei simulacri di se stessi e dicono «io» proprio come l’autore di un romanzo che scrive in prima persona, e costruiscono dei simulacri dei propri ascoltatori (*narratori*) dicendo «voi», come accade quando un politico si rivolge ai cittadini evocandoli in uno spot elettorale. Tuttavia non potendo il programma vertere solo sui due conduttori e sui simulacri del pubblico, i nostri introducono anche altri personaggi, o meglio altri *attori*: alcuni solo evocati, per esempio le mogli, i figli Filippo Michele e Matilde, le ragazze della redazione e così via; altri che partecipano al programma, come Alex, che è alla regia, Mario De Santis e Valentina Tosoni che aiutano i due conduttori negli approfondimenti, ospiti vari e così via. Proiettando nell’enunciato attori altri (quindi «egli», e non «io» o «tu»), i nostri due conduttori attuano dei *débrayage enunciativi*.

Come si può vedere nella Figura 1, nell’enunciato ci sono anche dei *tempi* e degli *spazi*: infatti i soggetti dell’enunciazione introducono dei tempi che possono richiamare quelli dell’enunciazione (quando si riferiscono al tempo della diretta, per esempio) o meno (quando parlano di eventi accaduti ieri o che accadranno domani); e introducono degli spazi che possono ugualmente evocare quelli dell’enunciazione (quando si parla dello studio di registrazione, per esempio), o meno (quando si parla di altri spazi come quelli delle maratone, degli stadi, dei concerti, ecc.). Anche qui bisogna fare una precisazione: i tempi e gli spazi dell’enunciato non possono mai coincidere con i tempi e gli spazi dell’enunciazione; possono evocarli, descriverli, ricostruirli radiofonicamente attraverso locuzioni linguistiche (“*qui nel nostro studio oggi è venuto a trovarci...*”, oppure “*e ora* passiamo a un argomento serio...”). Quindi un soggetto dell’enunciazione proietta in un enunciato attori, tempi e spazi, e dall’enunciato non si può più tornare all’enunciazione, non c’è via di ritorno (Come diceva Metastasio, “Voce dal sen fuggita, poi richiamar non vale”).

I due conduttori parlano di solito per cinque o sei minuti, poi lanciano un pezzo musicale. Che cosa succede a quel punto nel nostro schema? Si può dire che avviene un ulteriore *débrayage*: si tratta di un *débrayage* interno

all'enunciato, di secondo grado, con il quale i due attori Linus e Nicola si eclissano e lasciano che un'altra dimensione, quella musicale, diventi protagonista della scena. Quando il pezzo musicale finisce e loro riprendono la parola si ha l'impressione di rientrare con loro in un "contesto reale di enunciazione": dalle anonime fluttuazioni musicali sembra di rientrare nella "realtà" di chi fa la radio. Questo "effetto di ritorno" viene chiamato *embrayage*, ed è un po' il contrario del *débrayage*. Con l'*embrayage* si ha l'impressione di uscire dall'enunciato e di rientrare nel contesto dell'enunciazione: ma naturalmente è solo un effetto, perché Linus e Nicola restano saldamente nel loro bell'enunciato radiofonico. Come dicevo prima, dall'enunciato non si esce mai. Ma si può far finta di farlo, e quando alla radio lo speaker riprende la parola dopo una canzone, si ha un po' questa impressione di ritornare a un contesto "reale", che invece è sempre e inesorabilmente radiofonico. E del resto ogni volta che Linus torna a parlare della sua famiglia (in parentesi molto divertenti che vengono chiamate "Casa Linetti") dopo aver parlato magari di un fatto d'attualità, si ha proprio questa impressione di "uscire" dall'enunciato, di lasciare l'attore Linus per abbracciare finalmente il soggetto dell'enunciazione Linus, il Linus in carne-e-ossa che ha una famiglia e fa le maratone, insomma. E invece no, è solo un "effetto di realtà" chiamato *embrayage*. Linus e Nicola forse non lo sanno, ma quando tornano a parlare di se stessi dopo aver disquisito di massimi sistemi, fanno degli *embrayage*. In questo sono molto bravi, peraltro. Provo a rendere visivamente questi effetti enunciativi:

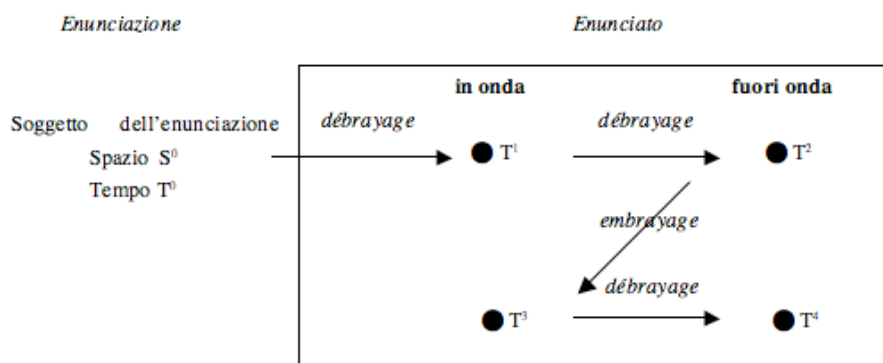


Figura 2 – *Dj chiama Italia* radiofonico: effetti enunciativi

Da un contesto di enunciazione con i soggetti "reali" Linus e Nicola, situati in uno spazio S^0 e in un tempo T^0 , si attua un *débrayage* che ci immette nel programma radiofonico "Deejay chiama Italia", con Linus e Nicola *narratori*, "in onda" in un tempo T^1 ; poi il narratore Linus lancia un pezzo musicale ed eccoci, attraverso un *débrayage* di secondo grado, "fuori onda" in un tempo T^2 ; alla fine del brano musicale si torna "in onda", in un tempo T^3 , e qui abbiamo un "effetto di realtà" perché ci sembra di rientrare nella "situazione reale" di enunciazione: si tratta, come abbiamo visto, di un *embrayage*.

Che cosa succede, invece, con il programma televisivo “Deejay chiama Italia”? Dal punto di vista comunicativo c’è un doppio incassamento molto interessante: al programma radiofonico, con le sue tecnologie, con la sua regia, con la sua redazione, si aggiunge una sovrastruttura televisiva, con le sue telecamere, le sue tecnologie, la sua regia, ecc. La radio entra in televisione, dunque, e alle tecniche comunicative di un *medium* si aggiungono le tecniche comunicative di un altro *medium*. Si vede lo studio, si vedono i protagonisti, i microfoni, i computer, i mixer, i gesti, le emozioni, gli sguardi. E si può vedere che cosa succede in studio mentre è in onda la musica: talora Linus e Nicola commentano lo stacco che hanno appena concluso, a volte parlano con Alex alla regia per mettere a punto un commento musicale, spesso Linus raggiunge la sala redazionale attigua per prendere delle mail o per acquisire informazioni di qualche tipo. A volte ridono, a volte aspettano in silenzio il momento di riprendere a parlare. Qualche volta mangiano qualcosa. Quando ci sono degli ospiti si intrattengono con loro, e spesso da queste chiacchierate “fuori onda” nasce lo spunto per riprendere il dialogo “in onda”. Ma che cosa vediamo esattamente, e perché lo vediamo con piacere? Vediamo quello che “realmente” succede nei “fuori onda” del programma radiofonico? Non proprio, basta infatti riprendere il nostro schema della Figura 1 e applicarlo al programma televisivo per capire che siamo inesorabilmente all’interno di un altro testo, non più radiofonico ma televisivo:

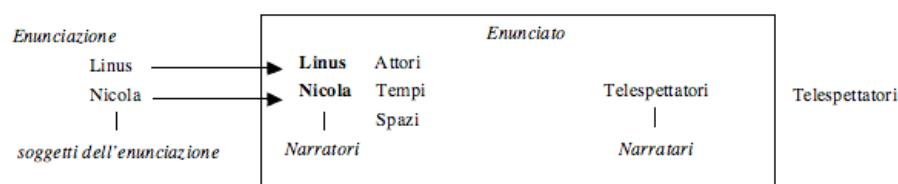


Figura 3 – Il programma televisivo *Dj chiama Italia*

Che cosa cambia rispetto allo schema precedente della Figura 1? Di fatto solo il *medium*, con le sue differenti potenzialità tecniche. Infatti ora attori, tempi e spazi possono essere figurativizzati visivamente: vediamo i conduttori – che non sono più solo delle voci –, vediamo Sara e Lara al lavoro davanti ai computer, vediamo Alex in regia (attori); vediamo lo studio di registrazione e lo studio attiguo redazionale (spazi); vediamo gli orologi che segnano l’ora e i cronometri che segnano le durate degli interventi (tempi). Mentre il *medium* radiofonico ci lascia immaginare gli attori, i tempi e gli spazi attraverso descrizioni linguistiche, il *medium* televisivo ce li fa vedere. Per il resto non cambia nulla, il Linus che vediamo in televisione è un simulacro così come il Linus che ascoltiamo alla radio. Ma vediamo ora che cosa succede nel momento cruciale in cui Linus lancia il brano musicale.

Nel momento in cui i due conduttori smettono di parlare, si vede Linus che alza una levetta e da quel momento si sente in sottofondo il pezzo musicale. Sul teleschermo, in alto a sinistra, la scritta “fuori onda” segnala che

stiamo vedendo e sentendo ciò che succede in studio mentre in radio si ascolta la musica. Così il programma televisivo ci fa ascoltare a basso volume la musica che sta andando alla radio – *débrayage* di secondo grado che abbiamo già visto – ma in più ci fa vedere e sentire quello che succede in studio nel “fuori onda”, in una sorta di *embrayage* che prevale e che ci dà l’impressione di entrare nella macchina produttiva del programma radiofonico. Quando si torna “in onda” abbiamo l’impressione di riproiettarci nel programma radiofonico attraverso un ulteriore *débrayage*, e a seguire abbiamo altri “effetti di ritorno” ogni volta che rientriamo nel “fuori onda”. Pertanto lo schema elaborato nella Figura 2 per il programma radiofonico, per il programma televisivo diventa il seguente:

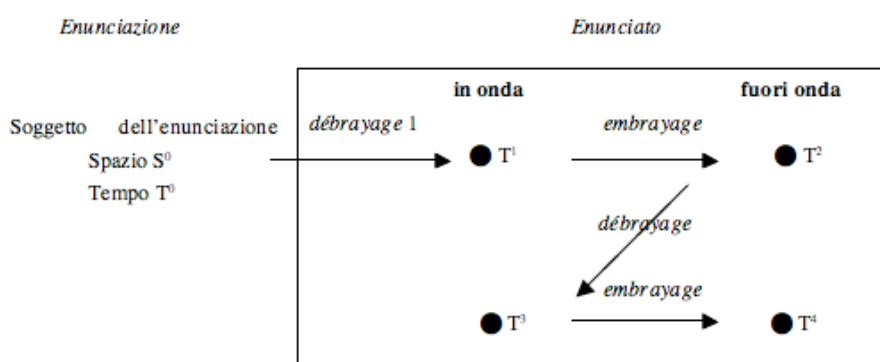


Figura 4 – *Dj chiama Italia* televisivo: effetti enunciativi

In televisione è il “fuori onda” a darci l’impressione di entrare nel contesto dell’enunciazione, e si tratta quindi di un *embrayage*, cioè di un effetto attraverso il quale la televisione riproduce il contesto di enunciazione, ma sempre all’interno dell’enunciato. Così pur apprendendo molte cose sul modo in cui si costruisce il programma – e questo a mio parere è l’aspetto più interessante della trasmissione televisiva – è evidente che noi non stiamo vedendo il modo in cui il soggetto dell’enunciazione produce il programma, ma il modo in cui una regia televisiva ci confeziona questa attività, attraverso alcune telecamere, determinate inquadrature e un montaggio funzionale agli obiettivi del programma. Ancora una volta il “vero” contesto di enunciazione è inaccessibile: vedo gli attori inquadrati dalle telecamere, vedo gli spazi ripresi dalla regia, sento i rumori captati dai microfoni ma non so nulla, per esempio, di come è stata pianificata la puntata, delle riunioni che ci sono state per decidere gli argomenti, gli interventi e gli approfondimenti, delle telefonate che ci sono state con gli ospiti per decidere di cosa parlare. Analogamente, la mia visione dello spazio è parziale, così come sono parziali i rumori e le parole che ascolto. Insomma sono ancora una volta dentro a un enunciato prodotto da qualcuno, solo che è televisivo e non radiofonico. Ho l’impressione di entrare nello spazio di enunciazione di “Deejay chiama Italia”, in realtà vedo degli *embrayage* con i quali si realizzano degli “effetti di realtà”.

Ho citato gli spazi non a caso, perché credo che sia proprio la rappresentazione degli attori negli spazi a mettere in scena con efficacia il *backstage*

del programma radiofonico. Anzitutto c'è lo studio dal quale vanno in onda Linus e Nicola: lo definiamo *spazio topico*, ed è il luogo in cui si realizza la trasmissione: oltre ai due conduttori c'è Alex, sempre ripreso davanti ai suoi computer, i suoi mixer, i suoi cronometri. La visione del micro-spazio di Alex, con gli strumenti tecnologici della regia, è fondamentale per la costruzione di quell'"effetto di realtà" di cui stiamo parlando: il telespettatore vede Alex dare i tempi ai conduttori, lo vede preparare i pezzi musicali, lo vede effettuare i pre-ascolti, vede le tracce dei commenti sonori che devono entrare nei dialoghi di Linus e Nicola. Il telespettatore, insomma, ha l'impressione di "entrare" nella regia e di osservare la trasmissione da un punto di vista tecnico. Durante i "fuori onda" Linus spesso esce dalla sala di registrazione ed entra nello studio attiguo, che possiamo chiamare redazionale poiché ci sono delle persone che coadiuvano i conduttori nella gestione del programma: ci sono Mario De Santis e Valentina Tosoni, spesso ripresi mentre leggono i giornali per preparare i loro interventi di approfondimento; ci sono le due ragazze Sara e Lara che controllano e selezionano le mail e cercano varie altre informazioni che possono servire ai conduttori durante la diretta. Chiamiamo questo luogo *spazio utopico*, ed è lo spazio in cui si costituisce quella competenza che è necessaria per la realizzazione del programma. Tutto concorre alla definizione figurativa di questo "spazio del sapere": si vedono i giornali da cui si traggono le notizie da commentare, i computer che con Internet costituiscono una fonte imprescindibile da cui trarre informazioni, e poi scrivanie, cassettiere, faldoni, cartelle. Insomma lo spazio utopico redazionale è il vero *backstage* radiofonico che la televisione ci mostra con efficacia. In questo spazio anche le visite estemporanee dei fans e le colazioni durante i "fuori onda" contribuiscono a costruire quegli "effetti di realtà" che proiettano lo spettatore nella macchina produttiva del programma.

Del resto non sono proprio "gli effetti di realtà" a caratterizzare una buona parte della produzione televisiva attuale? Sembra che oggi i telespettatori, stanchi di assistere solo a programmi televisivi già prodotti, vogliano entrare in qualche misura nella produzione assistendo alle selezioni, ai provini, alle prove, alla scelta dei costumi, alle riunioni decisionali. È come se il pubblico volesse abbandonare l'enunciato, insomma, per entrare nell'enunciazione e vedere come è stato realizzato il programma. E la televisione consente al pubblico queste incursioni nel *backstage* attraverso i suoi *embrayage* e proponendo dunque interviste, provini, immagini "rubate", dialoghi "intercettati", discussioni e litigi. Tuttavia ciascun programma ha obiettivi diversi e "Deejay chiama Italia" ha una sua specificità che lo contraddistingue. I reality – ad esempio il "Grande Fratello" – nascono come tentativo di riprodurre la "realtà" ma in una logica prevalentemente voyeristica, senza gare particolari o particolari abilità da esibire da parte dei protagonisti.² In ultima analisi si vuole mostrare la "realtà della condizione umana" facendo interagire delle persone. I Talent Show – come per esempio "X-Factor" – tentano di mostrare il "dietro le quinte" per far vedere come si sceglie un artista, come si lavora con lui, come si possono migliorare le sue abilità, come si instaura un dialogo formativo. C'è una gara e c'è una fase di preparazione alla gara che viene mostrata in televisione. Si vorrebbe mostrare in definitiva la "realtà

² Sui Reality e sul modo in cui invadono anche altri format televisivi cfr. C. Demaria, L. Grosso, L. Spaziante, *Reality Tv. La televisione ai confini della realtà*, Roma, RAI-Eri, 2002.

del talento artistico”. Ma in “Deejay chiama Italia” non c’è nient’altro che il programma radiofonico e quello che viene mostrato durante i “fuori onda”. Vi sono anche momenti in cui non succede nulla e vengono inquadrati gli attori semplicemente in attesa di rientrare “in onda”. Credo quindi che questo caso sia radicalmente diverso rispetto agli altri: c’è senz’altro il piacere di sentire gli interventi radiofonici di Linus e Nicola, ma c’è anche il gusto più sofisticato di scoprire, per quanto possibile, come si costruisce questo programma. È una sorta di interesse metacomunicativo: si vede la televisione per capire come si fa la radio. Tutto sommato si prova a mettere in scena “la realtà dei media”. E fa riflettere che i media cerchino sempre più di “svelare” la realtà con la quale costruiscono le loro finzioni.