

# La regia televisiva

Le tre finalità primarie del mezzo televisivo sono:

**cultura/intrattenimento/informazione**

## Il palinsesto<sup>1</sup>

Il termine palinsesto indica l'insieme delle trasmissioni programmate da una emittente per un certo periodo (un giorno, una settimana, un mese, un trimestre...). Solitamente il palinsesto indica l'ora di messa in onda, il titolo e il tipo di ogni singolo programma, più eventuali informazioni accessorie.

La parola palinsesto nel linguaggio dei filologi si riferisce al codice di pergamena su cui, raschiata la prima scrittura, si può scrivere un nuovo testo (dal greco *palimpsestos* che vuol dire "raschiato di nuovo"). La rinascita di questo nome risale ai primi anni della TV italiana. Un funzionario RAI, proveniente sicuramente da studi classici, mentre lavorava faticosamente alla collocazione oraria dei programmi della settimana, disse a un suo collega: «Sembra di lavorare a un palinsesto!», alludendo alle continue cancellazioni, aggiunte e correzioni che quella operazione comportava.

Non si sa se la scelta del termine fu dettata dal nervosismo o dall'ironia, ma sicuramente si rivelò azzeccata: la parola si diffuse dapprima nel gergo interno alla RAI, infine anche tra il pubblico, che pur continuava a ignorare le antiche pergamene raschiate, e divenne così parte del linguaggio comune.

Il palinsesto è diventato col tempo un nodo strategico, frutto di sofisticate analisi. Deve essere in grado di adeguare la programmazione di ogni singola rete alle esigenze e ai ritmi dei diversi tipi di pubblico che la televisione, come mezzo di comunicazione di massa, raccoglie. Se lo scopo dei programmi è d'instaurare una relazione con i telespettatori, il palinsesto deve, invece, individuare e sfruttare le condizioni ottimali perché la relazione si realizzi, in modo da produrre un vantaggio per l'emittente. Il network lancia la sfida tramite il palinsesto, costruisce e dichiara la propria identità, progetta un pubblico e un ascolto, valorizza i programmi e le fasce orarie. Le logiche di costruzione del palinsesto rivelano il progetto comunicativo dell'emittente; in esso sono rintracciabili marche della identità e della tradizione della rete e il profilo del target a cui l'emittente si rivolge. Esso non è solo un puzzle, è anche la cornice che ne tiene insieme le singole tessere.

## Le fasce orarie

---

<sup>1</sup> Si veda l'esempio di palinsesto distribuito in classe.

La programmazione televisiva è strutturata in maniera differente a seconda dell'orario in cui il programma viene trasmesso: i programmi per i quali si sono spesi più soldi sono trasmessi in prima serata (picco d'ascolto) mentre nel pomeriggio si trasmettono programmi per bambini, ragazzi e persone che passano più tempo in casa (casalinghe), alle ore dei pasti solitamente ci sono i TG.

La giornata televisiva è stata suddivisa in sette fasce orarie dedicate a target precisi:

- Antimeridiana (6-12): ipotizzata per coloro che restano in casa (casalinghe, anziani, bambini).
- Meridiana (12-14): il nucleo familiare si riunisce per pranzo.
- Pomeridiana (14-18): ancora per coloro che restano in casa (casalinghe, anziani, bambini).
- Preserale (18-21): ipotizzata per il "ritorno a casa" di tutta la famiglia.
- Serale o prime time (21-23,30): momento di massima fruizione, solitamente si pensa a un pubblico familiare, allargato.
- Seconda serata (23-1): è dedicata a un pubblico più adulto.
- Terza serata (dall'1 in poi): fascia oraria dedicata agli adulti. Usualmente ci sono repliche o programmi "di nicchia".

## Produzione televisiva

### **Registrata**

On tape/live on tape

### **In diretta**

Live on tape/live on air

**On tape:** programmi realizzati con materiale registrato e completati in postproduzione

**Live on tape:** tutto il programma è trasferito su supporto videomagnetico digitale al momento della realizzazione (completo in ogni parte) in attesa della messa in onda.(rivedi)

**Live on air:** il programma è messo in onda nello stesso momento in cui viene realizzato.

## Il regista televisivo

Quali sono le sue funzioni?

- Ha l'ultima parola su molte scelte
- Ha una grande responsabilità: quella di dover gestire un gruppo.
- Sapersi relazionare con la complessità della produzione televisiva
- Raggiungere gli obiettivi creativi
- Rispettare i tempi dati e il bilancio previsto
- Essere flessibile
- Saper stimolare nella troupe:
  - Dedizione
  - Motivazione
  - Conoscenza
  - Temperamento
- Sapere esser da *trait d'union* tra attori, conduttori, ospiti...

Il regista deve saper comunicare in modo diverso con tutte le componenti del programma cioè:

- **Con lo staff tecnico (cameraman, tecnici audio, scenografi etc...):**
  - **Durante le prove** è un continuo colloquiare tramite un sistema interfonico a doppia via a circuito chiuso con il quale tutti, nello stesso momento, nelle loro postazioni di lavoro, sentono tutto ciò che viene comunicato e ciò che sta accadendo.
  - **Durante le registrazioni o le dirette** questa comunicazione si riduce a una serie di indicazioni brevi, sintetiche e concise che riguardano l'operatività in ogni specifico settore e di ogni singolo operatore. Per esempio a un cameraman che sta alla camera 2: dirà "Camera 2 sul conduttore, mezza figura, ferma fino allo stacco". Al mixer audio, che in ogni studio televisivo è in un'altra stanza, davanti alla consolle audio dirà "Audio, a metà della prossima battuta vai con il sottofondo n. 1". È chiaro che ogni regista avrà un suo personale modo di comunicazione con le varie postazioni.

Di fatto durante la registrazione o la diretta il regista non fa altro che richiamare inquadrature, azioni, movimenti, situazioni ed entrate, stabiliti durante le prove.

- **Con gli attori**
- **Con tutti gli altri componenti della produzione:** redazione, staff di scenografia, staff delle luci, staff di lavorazioni videografiche, staff di postproduzione...
- **Con l'aiuto regista e con l'assistente alla regia:** il regista delega gran parte del suo lavoro a queste due figure che lo affiancano fin dalle fasi di preproduzione.
- **Con lo staff ideativo-produttivo** costituito da:
  - o Ideatori/autori del programma. sono coloro che pensano al target di pubblico e che "inventano" il format.
  - o Sceneggiatori/autori dei testi: sono quelli che scrivono i copioni del conduttore, degli attori, dei comici...I testi sono oggetto di continue modifiche da parte di autori, produttore ma anche pubblicitari, comici, ecc...Ricordiamoci che ci sono i **gobbi** cioè coloro che suggeriscono le frasi a caratteri cubitali per aiutare conduttori e altri le parole che devono dire.