

## I programmi della radio: il bello dell'ascolto 3

di Rosa Imbimbo  
Tesi di laurea 2006 (rivista



relatore Gily,  
Teoria della comunicazione

### I.X La Televisione

In Italia i primi esperimenti di televisione risalgono al 1928, dal 1933 c'è un programma di ricerca programmata, presentati nel 1939 con la "radiovisione" al castello Sforzesco di Milano, nel corso della mostra dedicata a Leonardo, il 10 maggio i visitatori assistono alle prime trasmissioni e alle riprese di "teleteatro" allestite in loco. Con gli impianti di Monte Mario a Roma, di Parco Sempione a Milano, si dà il via a una regolare programmazione la sera dalle 20.15 alle 21.30: destinatari, il Quirinale, Mussolini, l'entourage<sup>1</sup>.

È il 1954: l'anno X è arrivato. Domenica 3 gennaio parte la regolare programmazione televisiva. Ed è subito Mike Bongiorno. È sua la prima trasmissione del pomeriggio, dopo che in mattinata, alle 11, è stata evasa la pratica dell'inaugurazione in telecronaca diretta, dagli studi di Milano e dai trasmettitori di Torino e Roma. Si chiama " *Arrivi e partenze* " e va in onda dalle 14.30 alle 14.45; poi un cortometraggio, quindi un programmino di musica leggera con l'orchestra Rosa-Clot, presentato da Febo Conti, un altro cortometraggio, il pomeriggio sportivo e il film " *Le miserie del signor Travet* "; segue, per la serie " *Le avventure dell'arte* ", Giambattista Tiepolo. Alle 20.45, il Telegiornale; alle 21.15, " *Teleclub* ". Recita la relativa locandina: " Trasmissione che raduna personalità del giornalismo, della letteratura, dell'arte e della rivista, che intrattengono i telespettatori sui più svariati argomenti ". Ovvero, il primo talk-show della nostra storia televisiva. Alle 21.45, una commedia di Goldoni: " *L'osteria della posta* "; poi " *Settenote* "; infine, a chiusura dei programmi, il primo numero della " *Domenica sportiva* ". Il tutto condito da una buona dose di monoscopio, che è un'immagine fissa dalle incomprensibili geometrie, che deve servire a regolare l'inquadratura: al centro, un cerchio perfetto che perfetto non sarà mai e, nonostante gli sforzi sulle apposite manopole, assomiglierà sempre a un uovo o a una pera. Nell'epoca in cui la televisione non occupa ancora tutti gli spazi è questa la trasmissione seguita. C'è chi rimane con lo sguardo fisso al monoscopio o alle pecorelle dell'" Intervallo ", ipnotizzato dalle strisce orizzontali nelle quali spesso si disintegra l'immagine o dal cartello " La trasmissione sarà ripresa il più presto possibile ". L'importante è guardare. La radio ancora non si pone problemi. Anzi. Sono in molti, come al solito, i lungimiranti che danno al nuovo mezzo di comunicazione vita breve. E molti quelli, soprattutto tra i giornalisti affermati, che preferiscono non rischiare le proprie rendite di posizione e per il momento restano in radio ad aspettare gli eventi, lasciando ai giovani campo libero in televisione. Si morderanno presto le mani. Chi ha già capito tutto è Mike Bongiorno, che gioca sapientemente su due tavoli. Sul fronte del varietà Garinei e Giovannini sfornano l'ennesimo successo: " *Caccia al tesoro* ", in onda sul Secondo Programma. Sul Nazionale, per due giorni a settimana, in prima serata, il " *Viaggio in Italia* " di Guido Piovene. È la stessa

<sup>1</sup> Insieme di persone che in genere è al seguito di un personaggio importante.

radio che il pomeriggio si trasforma in balera e, sulle note di "*Delicado*", chiama a raccolta militari, servette e studenti svogliati: spostate tavoli e sedie e "*Ballate con noi*"...

Il 1954 è anche l'anno in cui la direzione generale e il Giornale radio si trasferiscono nel palazzo romano di via del Babuino 9, che, come sottolinea un'apposita targa, "vide fiorire la gaia vita dell'800", là dove c'era una volta l'Hotel de Russie. Amministratore delegato è Filiberto Guala: secondo la gerarchia del momento è l'uomo più potente dell'azienda. Torinese, viene dalla Fiat e dall'Ina-Casa. È considerato un uomo di Fanfani. A lui risale la famosa circolare che stabilisce le linee della censura radiotelevisiva. Un esempio? A proposito del matrimonio: "Deve aversi particolare riguardo per la santità del vincolo matrimoniale e per il rispetto dell'istituzione... Deve in ogni caso essere posto in rilievo che le relazioni adulterine costituiscono grave colpa... Attenta cura deve essere posta nella rappresentazione di fatti ed episodi in cui appaiono figli illegittimi...". Da qui alla cancellazione di parole quali "amante" o "membro" dal vocabolario di radio e televisione, il passo è breve. Tra qualche anno Guala diventerà frate trappista.

Tutto il 1955 è, com'è giusto che sia, un anno di rodaggio. La televisione cerca il suo specifico, i suoi generi, i suoi personaggi. Ma va ancora a tentoni, in molti casi a rimorchio della radio, travasando programmi di successo come "*Rosso e nero*" e "*Ciribiribin*", ricorrendo alle voci più affermate, sperando che abbiano anche un volto. Quasi sempre l'operazione non ha successo. Poi, d'improvviso, alla fine dell'anno, due tentativi riescono e la televisione trova se stessa con un quiz e con un romanzo sceneggiato che Anton Giulio Majano riproporrà poi pari pari alla radio, con gli stessi attori: "*Lascia o raddoppia?*" e "*Piccole donne*" aprono due strade maestre che, con i dovuti aggiustamenti, segneranno la storia della televisione fino al Duemila. Parte prima lo sceneggiato: va in onda il giovedì sera ma viene subito spostato al sabato per lasciare al quiz quello che resterà per molti anni il suo giorno deputato. Il programma presentato da Bongiorno ha per modelli l'americano "La domanda da 64.000 dollari" e il francese "Quitte ou double?". Al cambio dell'epoca, 64.000 dollari sono circa 40 milioni di lire: una cifra iperbolica per la povera Italia del 1955, che la Rai non è in grado di sostenere come monte premi. "*Lascia o raddoppia?*" si limiterà ad assegnare al vincitore "solo" 5.120.000 lire; ma non sarà facile raggiungere il traguardo. Quando per primo ci riuscirà Luciano Zeppegno, rispondendo a domande sull'architettura, saranno passati più di tre mesi. La formula del gioco è elementare: i concorrenti si presentano su una materia e vanno avanti, di puntata in puntata, rispondendo a domande secche, senza opzioni, ogni volta raddoppiando la vincita; ma possono anche "lasciare", portandosi a casa il gruzzoletto accumulato. Da un certo livello in poi entrano in scena cuffia e cabina, tanto per aumentare la suspense. L'ultima sera, per vincere l'intera posta bisogna rispondere a tre domande ma si può portare in cabina un esperto. Quando, nell'era del colore, lo stesso Bongiorno prima e Bruno Gambarotta poi tenteranno di rispolverare il mito, sarà un flop: troppo semplice, troppo scontato per chi ha già visto tutto. Ma nel 1955 l'Italia assiste con gli occhi sgranati: la cultura, meglio l'erudizione, fa spettacolo; nel Duemila i riflettori si accenderanno sull'ignoranza.

"Lascia o raddoppia?" ha un tale seguito che il giovedì sera i cinema sono costretti a piazzare un televisore davanti allo schermo e a far precedere la visione del film da quella della trasmissione. Nasce così una rivalità che cambierà il costume e l'industria cinematografica. Man mano che la televisione crescerà, guadagnando anche gli spazi pomeridiani, moriranno le sale parrocchiali e poi quelle di quartiere, il cinema cercherà di difendersi con il colore, la tridimensionalità, schermi sempre più grandi e sonorità sempre più raffinate, ma dovrà gradualmente adattarsi a un ruolo secondario. **Lo spettacolo della gente comune e della banalità quotidiana è cominciato.**

Il 1955 è un anno fondamentale anche dal punto di vista geopolitico. L'unità televisiva del paese fa un passo avanti: le trasmissioni raggiungono Napoli; la televisione arriva prima delle autostrade.

Anche per lo sport è un anno importante. Grazie al campionato europeo dei pesi leggeri, tra Diulio Loi e il francese Seraphin Ferrer, la tv scopre il pugilato. L'azione, tutta concentrata in un piccolo spazio che sembra ricalcare quello del teleschermo, si presta in modo particolare. Quando poi il match è senza fiato come questo, il gioco è fatto. In radio, invece, l'epoca d'oro del ciclismo volge al termine, con il declino di Fausto Coppi. Il calcio guadagna sempre più spazio in " Domenica sport ", la prima trasmissione che porta i microfoni negli spogliatoi.

Sempre alla radio, si sperimenta quello che sarà il Festival della canzone europea. A Venezia si assegna la Gondola d'oro e la vinciamo noi con " Vecchia Europa ", valzer accattivante affidato alla squadra canora di Angelini, guidata da Gino Latilla.

La radio comincia a preoccuparsi, anche se, incredibilmente, il " Radiocorriere " sembra non accorgersi del fenomeno e continua a relegare i programmi televisivi in un angolino, privilegiando ancora, e di gran lunga, quelli radiofonici. Fa testo, evidentemente, il numero degli abbonamenti. Ma la televisione la vedono tutti lo stesso. La radio, dunque, sente il fiato sul collo e, come ha fatto il cinema, punta su nuove frontiere per arginare la concorrenza. È di quest'anno l'inizio della programmazione in modulazione di frequenza, che consente un notevole miglioramento della qualità dell'ascolto. Intanto, ai vertici della Rai si insediano due uomini che guideranno l'azienda fino all'era Bernabei: il direttore generale Rodolfo Arata e l'amministratore delegato Marcello Rodinò. L'anno si apre con l'impegno più gravoso che l'azienda abbia mai affrontato, ad appena due anni dalla nascita della televisione: i Giochi invernali di Cortina. Ma tutto il 1956 costituirà un continuo banco di prova, un continuo confronto con il mondo e i suoi avvenimenti, grandi e piccoli: dalle Olimpiadi alla rivoluzione d'Ungheria, dal matrimonio di Grace Kelly al naufragio dell' Andrea Doria, alla crisi di Suez.

Le nozze di Monaco inaugurano in televisione quel genere di largo consumo che già spopola nei settimanali per famiglia, a base di principi, principesse, reali decaduti e cenerentole e che è già fiction mascherata da reality-show. L'operazione è tutt'altro che difficile per un mezzo che riesce a trasformare in spettacolo persino le previsioni meteorologiche. Quello che in radio è poco più di un " bollettino per i naviganti ", un arido susseguirsi di formule più o meno comprensibili, da " nebbia in Val Padana " ad " area depressionaria ", in tv diventerà un appuntamento atteso quanto " Studio Uno ". La forza delle immagini? Macchè, visto che per mezzo secolo ci si continuerà a basare quasi esclusivamente su una cartina geografica. Il satellite? Deve ancora arrivare. La simpatia di Bernacca? Fino a un certo punto, visto che poi nessuno degli eredi riuscirà a essere altrettanto accattivante e altrettanto " personaggio ". Eppure l'interesse continuerà a crescere. Aumento del tasso di attendibilità delle previsioni? Potrebbe essere, considerata la leggendaria battuta di un meteorologo inglese durante un radiofonico " Incontro Roma - Londra "degli anni 50. All'esperto italiano che quantifica le previsioni azzeccate in un 40% del totale, l'inglese replica: " Non vi converrebbe allora prevedere il contrario? "

L'impronta educativa della televisione, che permea tutto il palinsesto, assume in alcune trasmissioni una funzione e un uso specificamente didattico. Dai tempi dell'Ente radio rurale, alle esperienze della "radio per le scuole" nel dopoguerra, non era mai venuto meno quel proposito istituzionale, anche se ispirato a criteri coercitivi e dirigistici, di proporre l'insegnamento attraverso i grandi mezzi di comunicazione di massa. Oggi sappiamo che in Italia, concluso il periodo della dittatura fascista, le trasmissioni radiofoniche e televisive dichiaratamente scolastiche vennero concepite con una mentalità da "paese in via di sviluppo"; si pensò cioè di utilizzare radio e tv per supplire alla carenza di scuole e di frequenza scolastica per i ragazzi dagli 11 ai 14 anni. La radio, "nel suo piccolo", non aveva smesso del tutto di esprimere i valori di un paese in rapida trasformazione. Contemporaneamente al primo vagito dell'esercito del nuovo mezzo la radio italiana compiva il suo trentesimo anno. La sua salute, dal punto di vista dell'apparato, degli impianti e dei programmi non era poi tanto ragionevole. Con più di 5 milioni di abbonati, anche se disegualmente distribuiti, la radio è presente nel paese nelle sue 11.402 ore di trasmissione e raccoglie 18 milioni di lire dai suoi introiti.

La diffusione del servizio televisivo lungo la penisola è infatti abbastanza graduale e non arretra la tendenza del consumatore italiano a possedere almeno un apparecchio radio per famiglia; tendenza senza dubbio alimentata anche dalle campagne promozionali organizzate dalla Rai già dall'immediato dopoguerra. In effetti la tv si diffonde nel Centro - Nord a partire dal 1954, ma per la provincia di Napoli, ad esempio, si dovrà aspettare il 1956 e, per il resto delle regioni meridionali e delle isole, il 1957.

Se la televisione, dopo quattro anni dall'inizio ufficiale delle trasmissioni, farà registrare più di un milione di abbonamenti, un'impennata eccezionale se si considera che il dato risulta superiore a quello registrato contemporaneamente in Francia e appena inferiore a quello di Germania e URSS, la radio nel 1958 supera i 7 milioni di abbonamenti, distribuiti in 4 milioni al Nord, 1.500.000 al Centro e il restante 1.500.000 tra Sud e Isole.

Questi dati hanno il valore di veri "indici economici"; risulta perfetta la corrispondenza tra il numero di abbonamenti e tenore di vita (e livello culturale) delle varie zone d'Italia, che diventa ancor più evidente se si prendono in considerazione piccole unità territoriali come la provincia e il comune.

Cosa può contrapporre la radio alla novità e all'impatto spettacolare della tv? Anzitutto l'abitudine all'ascolto. Trent'anni di attività dietro le spalle, ma soprattutto l'ultimo decennio, 1945-55, tanto poco unitario come linea editoriale quanto ricco di invenzioni, permettono alla radio di contare su un pubblico affezionato che apprezza nelle trasmissioni radiofoniche in primo luogo musica leggera e programmi di svago generale (che interessano soprattutto il pubblico delle casalinghe e quello di operai e agricoltori) e poi gli aggiornamenti sui fatti del mondo, i temi della politica e della società, che riguardano un pubblico di professionisti, dirigenti e impiegati.

Se la frequenza d'ascolto della radio diminuisce con l'inizio delle trasmissioni televisive (peraltro limitate a poche ore serali nei primi anni) essa è tuttavia legata a una consolidata abitudine all'ascolto quotidiano, che tende a stabilizzarsi nelle ore diurne: la radio accompagna il lavoro di casalinghe artigiane e costituisce ancora un diversivo serale soprattutto per i lavoratori della terra e dell'industria, o comunque, nonostante l'effetto della concorrenza televisiva, per tutte quelle categorie meno provvedute economicamente e culturalmente che non possono permettersi il televisore. Nel complesso un certo pubblico è rimasto sempre fedele alla radio; un pubblico forse più dimesso, umile, casuale; un pubblico che non ha neppure la soddisfazione di ritrovare sul giornale l'eco di ciò che lo ha interessato all'ascolto ma che fa, della radio, un consumo quotidiano.

Già dalla seconda metà degli anni 50, per essere più competitiva, la radio procede a una revisione dei palinsesti dei tre programmi, in vista di una loro maggiore omogeneità editoriale e di una più definita fisionomia. Il programma nazionale si specializza nell'offerta di informazione (acquisendo dal secondo tutti i programmi per ragazzi) e di musica (aumentando le ore di musica classica e le rubriche monografiche di musica leggera). Sempre su questo canale, che nell'ambito della prosa ha costantemente assunto un compito divulgativo del patrimonio nazionale, si indirizza la scelta di testi teatrali classici e di opere "fantastiche", lasciando alla televisione la messa in scena delle opere più comuni di repertorio. La radio individua così una sua più puntuale potenzialità divulgativa e sfrutta la capacità evocativa del mezzo là dove il "testo" risulti addirittura avvantaggiato dall'allestimento radiofonico.

Se il secondo è il programma preferito in assoluto (soprattutto da un pubblico di donne e di giovani), si provvede a rimpaginare le due fasce di trasmissioni più importanti: "Meridiana" e "Terza Pagina". Per la prima, che si sviluppa dalle 13 alle 16 di ogni giorno, canzoni, motivi, sketch, battute, notizie, rubriche e soprattutto rubriche passeranno velocemente una dopo l'altra, come un unico nastro di proiezione, appena divise da rapidi stacchi e da semplici sigle musicali. Tra le rubriche (fisse e non) di "Meridiana" si ricordano: *Ping Pong*, intervista in tono

semiserio tra due rappresentanti di diverse categorie sociali o professionali; *La collana delle sette perle*, che per ogni giorno della settimana presenta un personaggio diverso; *Flash: istantanee sonore*, popolare rubrica di interviste a cura di Renato Tagliani; *Scatola a sorpresa*, omaggio musicale monografico; *Quadrante della moda*, cinque minuti di informazioni pratiche sulla moda e l'abbigliamento; il *Teatrino delle 14*, serie di sketch fulminanti, che continuano quella tradizione di "teatro da camera" originalmente sperimentata fin dalla seconda metà degli anni 40. Insomma, "Meridiana" è un vero e proprio rotocalco, che prevede un'accurata alternanza di momenti musicali e di momenti parlati, tra i quali l'ascoltatore viene guidato dalla voce familiare di Enzo Tortora. Alla stessa tipologia di programma - contenitore, accessibile e casalingo, appartiene anche "Terza Pagina", a metà tra aggiornamento e intrattenimento culturale.

Nel confronto continuo fra i due mezzi, radio e tv, assume rilievo la tendenza del primo a ritornare a un uso più ampio delle trasmissioni "dal vivo": se la diretta era comunque utilizzata per i notiziari e per i servizi giornalistici, dal 1945 la diffusione degli strumenti di registrazione aveva consentito una migliore qualità dei programmi e nuove possibilità di linguaggio. Dalla seconda metà degli anni 50 il ritorno alla diretta, soprattutto per i varietà e per la musica leggera, ha il senso di un recupero della tradizionale efficacia spettacolare della radio come "teatrino domestico". Su questa linea (oltre che per valorizzare l'ascolto diurno), il varietà più importante della settimana, naturalmente sul secondo, tende a riconquistare il ruolo di appuntamento per tutta la famiglia, con la nuova collocazione alle ore 13 della domenica: un insediamento destinato a diventare un'abitudine.

Già dalla fine degli anni Cinquanta le vecchie tipologie di ascoltatori risultano superate rispetto alle esigenze di un pubblico in costante aumento (ogni anno si aggiungono mezzo milione di nuovi radioabbonati) e reso sempre più omogeneo dalla progressiva alfabetizzazione, in buona parte determinata anche dalla capillare influenza di altri mass media. La constatazione che il pubblico radiofonico fosse un pubblico in movimento, un pubblico che "fa altro" mentre ascolta e che ha umori e bisogni diversi nell'arco della giornata, spinge la Rai a caratterizzare i tre programmi non più per "tono", bensì per "generi" differenti.

Così il nazionale accentua la propria fisionomia di canale d'informazione aumentando il numero e la durata delle rubriche giornalistiche, che si concentrano soprattutto nella fascia oraria tra le 16 e le 20. Il secondo, che tradizionalmente riunisce tutti i "generi ricreativi", punta soprattutto alla messa in onda di quattro spettacoli giornalieri di prosa, musica e varietà, impaginati da una continua colonna sonora di musica leggera. Quanto al terzo, la cui composizione di canale specificamente culturale l'aveva finora reso esente da autentiche revisioni di palinsesto, vede ammorbidire all'impostazione troppo accademica, accompagnata dall'anticipo dell'orario di programmazione (le 17 anziché le 19), dalla replica dei programmi diffusi anche in modulazione di frequenza.

In generale, per quanto riguarda il decennio successivo all'inizio delle trasmissioni televisive, la prima reazione della radio sembra quella di "giocare in difesa", puntando sul prestigio della propria tradizione e sfruttando anche qualche effetto di rimbalzo dai programmi tv. L'offerta di prosa si fa imponente. Si arriva a programmare una commedia al giorno, presentando anche sul "Radiocorriere" (accanto agli appuntamenti di musica lirica) un vero e proprio cartellone teatrale, nel quale vengono messe in rilievo le novità assolute, le novità per l'Italia e le prime esecuzioni radiofoniche. La messa in scena nel 1958 della commedia "*Il misantropo*" di Menandro, dopo appena pochi mesi dal suo ritrovamento in un antico codice, fornisce un esempio significativo di quanto la radio si impegnasse a inserirsi con puntuali interventi nel mondo culturale. Soprattutto il terzo continua ad adoperarsi in tutti i modi per stimolare la collaborazione dei migliori scrittori italiani nella ricerca di uno specifico linguaggio radiofonico

e, per un certo periodo, il tentativo sembra avere successo. "La natura inizialmente più spettacolare della televisione consentì alle onde radiofoniche di essere, sino alla fine degli anni cinquanta, protagoniste delle tematiche culturali e politiche: si può osservare anzi che nei programmi della Rai argomenti storici, letterari, artistici e non pochi dibattiti politici videro allora una notevole partecipazione dei maggiori esponenti di quelle aree". La radio ebbe il compito straordinario di riformulare e riprodurre tutto l'immaginario scritto e rappresentato in un linguaggio privo di immagini. La forma della radio, affidata soprattutto alla scrittura, condizionava ancora modelli produttivi, generi, professionalità e linguaggio. Del resto, i programmi non potevano non rispecchiare i momenti della grande cultura italiana e straniera, alla quale la radio ha dato in quegli anni voci e suoni che ancora oggi sono patrimonio di tutti.

Totale sicurezza dei propri mezzi espressivi e definitiva emancipazione della sudditanza culturale nei confronti degli altri media furono i connotati di fondo della televisione nel decennio della sua affermazione. Al contrario, col suo "chiacchiericcio per pensionati", la radio sembrava aver perduto molte delle sue qualità. I tempi cambiavano velocemente e la radio ne restava in qualche modo tagliata fuori. Era anche scomparso, o quasi, quel divismo radiofonico che si era imposto come il segno maggiore dell'autonomia e della vivacità della proposta espressiva del mezzo. Ormai era chiaro che la radio non sarebbe stata mai più quella di una volta, costretta a ridefinire costantemente la propria identità mano a mano che l'equilibrio generale del sistema mediologico subiva cambiamenti; primo fra tutti quella progressiva frantumazione della cultura di massa derivata da una più accentuata divisione per sesso, generazioni e classi, che il miracolo economico aveva alimentato.

Poche le novità nei primi anni 60. All'inizio del decennio nasce "*Radiomattina*", una fascia di programmazione musicale irradiata sulla rete del terzo in modulazione di frequenza dalle 8.00 alle 15.30. È una delle prime iniziative dettate dall'esigenza di precisare sempre più i criteri di differenziazione e complementarità fra nazionale, secondo e terzo programma, criteri fermi a dieci anni prima, all'epoca della riforma del 1951. Nel 1962 i programmi furono divisi in varie direzioni, a ciascuna delle quali fu affidato un "genere" di trasmissioni. Cessavano le direzioni autonome dei tre canali, mentre all'interno di ciascuno di essi venivano specificati contenuti e schemi orari, avendo cura di proteggere le trasmissioni radiofoniche dalla concorrenza della tv. Da questo momento la gerarchia delle fasce d'ascolto si inverte e la radio sarà soprattutto un mezzo consumato nelle ore mattutine. Fino al 1974 i progressivi aggiustamenti dei palinsesti nei tre canali obbediranno sempre più a quest'obiettivo di "protezione".

I giornali radio sono sempre attenti agli avvenimenti interni e internazionali più significativi, dal Concilio, alla tragedia del Vajont, al viaggio di Paolo VI in Terrasanta. Nascono nuove rubriche di intrattenimento, come "*Omnibus*" che sul nazionale, con musica e divagazioni, occupa tutta l'ampia fascia mattutina; "*Non tutto ma di tutto*", un riuscito tentativo di aggiornamento culturale di tipo enciclopedico; "*La trottola*", gustosa varietà nel quale debutta Alighiero Noschese.

La radio è il banco di prova di trasmissioni e personaggi che, più tardi, troveranno il grande successo popolare sul piccolo schermo; oppure, viceversa, è il rifugio sicuro fra una pausa e l'altra dagli impegni televisivi, come accade a Mike Bongiorno, che dal 1960 conduce "*Il salvadanaio*", gioco a quiz dallo schema molto semplice, sostituito poi da "*Attento al ritmo*" di chiara impronta musicale; mentre Pippo Baudo si rivela con "*Il mondo del varietà*", poi con "*Domenica insieme*", che anticipa anche nel titolo il contenitore festivo dei tardi anni settanta, e infine con "*Caccia grossa*", nel quale manifesta notevoli attitudini di intervistatore. Così Maurizio Costanzo, che nel suo "*Cabaret delle 22*" del 1965 inaugura la gentile chiacchiera da salotto su usi e costumi dei suoi concittadini che in seguito lo renderà famoso. Sempre nello stesso anno, dopo "*Rotocalco musicale*" di Adriano Mazzoletti, nasce il popolarissimo "*Bandiera*

*gialla*" di Gianni Boncompagni "severamente vietato ai maggiori di 18 anni", nel quale c'è già molto delle trasgressiva impertinenze del futuro "*Alto gradimento*".

### **I.XI La radio a transistor**

Le trasformazioni tecnologiche stavano introducendo una modifica radicale e irreversibile dell'apparecchio ricevente, con immediate ricadute sul consumo ma soprattutto sul valore simbolico del consumo stesso. Con l'avvento del transistor, e quindi con la rivoluzione delle dimensioni ed una migliore maneggevolezza dell'apparecchio, la radio accentuata la propria peculiarità di mezzo di comunicazione individuale<sup>2</sup>. Ancora una volta è la tecnologia che fa sperimentare nuovi bisogni espressivi e, sul piano della sua proposta sociale, nonostante la forte concorrenza della tv, la radio riprende egregiamente a svolgere quel ruolo di modernizzazione che sembrava essersi definitivamente appannato. "La radio, osserva Alberto Abbruzzese, ha abituato, acclimatato, organizzato l'uomo nel suo complessivo e traumatico ingresso nella *giungla* metropolitana. Operazione tanto più necessaria sul territorio italiano in cui i processi di metropolitanizzazione hanno avuto laceranti contrasti e discontinuità".

La radio portatile è stata un'invenzione che non ha esaurito la sua portata innovativa solo nel diffondere l'apparecchio oltre le mura domestiche ma ha comportato, attraverso lo spostamento fisico e psicologico del luogo di ricezione, anche la perdita di qualsiasi ritualità nell'ascolto tradizionale. Un nuovo tipo di disponibilità e di attesa si determina quindi nei confronti del mezzo. Nel tempo dell'opulenza televisiva la radio è andata trasformandosi in una compagna discreta della giornata, in un flusso di comunicazione che consente un'attenzione discontinua di volta in volta suscitata dalla disposizione dell'ascoltatore, dal tipo di attività nella quale è impegnato, dal luogo in cui si trova, dalla curiosità anche momentanea per quel "piccolo, quasi intimo strumento che consente tanto il rapporto con il mondo, quando l'arricchimento di una solitudine, contingente o duratura". Anche l'apparato radiofonico si sposta verso forme e qualità dei messaggi che privilegiano il riferimento al singolo, e spesso solitario, ascoltatore. La radio sembra così aver ritrovato storicamente un ruolo e una funzione nuovamente adeguati alle caratteristiche del suo linguaggio. Tutta la forza della radio, all'atto della sua riscossa verso la fine degli anni 60, fu nella capacità di realizzare un compromesso fra la struttura tecnica che la collocava ancora nell'ambito dei mass media e la dimensione personalizzata, potenzialmente libera, certamente confidenziale, delle voci e dei suoni trasmessi.

### **I.XII Programmi a marchio "Doc"**

Verso la fine degli anni 60, al contrario, si avverte l'esigenza di offrire programmi di più ampio respiro e dal marchio "doc": non più tanti quiz, tanta varietà, tanta prosa, ma poche produzioni mirate a precise fasce di utenza e professionalmente garantite da personaggi di indiscusso gradimento. La riforma della radiofonia promossa dal suo direttore, Leone Piccioni, nel 1966 non è una semplice operazione di cosmesi, ma un autentico rinnovamento di modelli, di palinsesti, di programmi. Di fatto, vengono ideate e prodotte trasmissioni destinate ad entrare nelle abitudini di ascolto di un pubblico che è, inscindibilmente, soprattutto spettatore televisivo; che distingue con competenza i diversi generi radiofonici; che sta ampliando, insieme alla propria capacità di reddito, anche il raggio dei propri consumi culturali; che ha cambiato il suo rapporto personale con l'apparecchio radiofonico. I tre canali assumono con chiarezza una funzione maggiormente complementare, evitando fastidiose sovrapposizioni dello stesso tipo e offrendo la possibilità di usufruire di una colonna sonora continua nell'arco della giornata.

Si tende ad evitare l'effetto "compartimento stagno" fra i canali e, nello stesso tempo, si cerca di fornire alternative di ascolto. E mentre la "*Domenica sportiva*" resta in televisione il tempio

---

<sup>2</sup> Sono convinta che l'uso collettivo della radio sia stata una forzatura imposta per scopi eminentemente politici e industriali, ma che in realtà il mezzo si sia sempre orientato soprattutto verso la soggettività dell'ascoltatore.

della discussione agonistica, la radio affronta l'argomento con opzioni più diversificate, come il nuovo lunedì pomeriggio che si caratterizza attraverso la garbata e smitizzante vena d'ironia del programma *"Gli è tutto da rifare"*. Inedita anche la formula del *"Pomeriggio con Mina"*, collocato la domenica sul programma nazionale, dove la cantante si propone come singolare accompagnatrice all'ascolto della musica seria. Destinato a un pubblico eminentemente familiare, *"Gran varietà"*, offre la domenica mattina, per un'ora e 40 minuti di ritmo serrato una ghiotta carrellata di artisti, comici, cantanti, presentati da Johnny Dorelli nella prima serie. Sempre di domenica, nell'ora di massimo ascolto, dalle 13.00 alle 13.30, Enzo Tortora conduce un quiz di nuova concezione, *"Il gambero"*, dove il meccanismo del gioco si basa non sull'accumulazione delle vincite ma sulla conservazione, evitando gli "arretramenti", del montepremi assegnato. Come si vede, l'apparato mette ancora in atto strategie di ascolto radiofonico "di massa" in quegli spazi dove minore risulta l'incombenza televisiva. E se la tv ha ormai generato l'abitudine al "venerdì della prosa", la radio punta decisamente sulla serialità proponendo, soprattutto a un pubblico di casalinghe, la formula immediata della *"Commedie in trenta minuti"* e il quarto d'ora del romanzo sceneggiato mattutino. L'ascolto delle puntate si trascina per settimane con un altissimo gradimento. L'esperimento inizia nel 1967 con i 35 episodi di *"Rocambole"*, dall'omonimo romanzo di Ponson du Terrail.

Particolare attenzione viene dedicata al pubblico giovanile che decreta infatti lo straordinario successo di *"Bandiera gialla"*, cui già si è fatto cenno. Grazie a quest'appuntamento del sabato pomeriggio, al quale si aggiunge l'anno seguente l'altrettanto famoso *"Per voi giovani"* di Renzo Arbore, la radio assume con naturalezza un ruolo privilegiato nei gusti della nuova classe generazionale che si va formando, e svolge anche un accurato compito critico informativo nella omonima rubrica di corrispondenza sul *"Radiocorriere"*.

Tutte queste iniziative, che hanno riportato la radio a livelli eccellenti, non sembravano però sufficienti a rispondere adeguatamente al nuovo bisogno di comunicazione della società italiana che cominciava a manifestarsi in modi del tutto inediti. La monocultura della radio monopolistica non era in grado di reagire al movimentismo del 1968 che stava esplodendo nel paese con la sua domanda primaria di informazione alternativa.

Già nell'ultimo scorcio degli anni 60, in pieno rivolgimento studentesco, la voglia di "chiacchiera" liberamente divagatoria appare nei canali della Rai, fino al momento in cui verrà magistralmente interpretata, nei suoi aspetti più corrosivi, dal fenomeno di *"Alto gradimento"*. In 1969 si inaugura con un vero e proprio programma - manifesto del "nuovo corso" dell'etere, *"Chiamate Roma 3131"*, tre ore di trasmissione quotidiana in diretta telefonica con gli ascoltatori, invitati a raccontare le proprie storie, casi e problemi personali, a chiedere consiglio e aiuto a quei "confessori laici" che facevano da tramite, sempre attraverso il telefono, con gli esperti dei settori più vari e anche con personaggi dello spettacolo. Dalle 10.40 del mattino i conduttori si sobbarcano l'impegno, non di rado delicato o addirittura imbarazzante, di fronteggiare le richieste e i discorsi più disparati, selezionati solo dall'opera paziente delle cinque telefoniste, le "ragazze pettine" come vengono chiamate nel gergo della trasmissione.

È la prima volta che il telefono diventa strumento costitutivo, e non solo occasionale, di un programma radiofonico. Nel periodo in cui la programmazione televisiva raggiunge il massimo di chiusura dell'apparato nei confronti del pubblico, la radio tenta invece, prove attraverso l'uso del telefono, addirittura di sfondare quella barriera della "mancanza di risposta" che si è eretta tra emittente e ricevente in tutto il sistema della comunicazione in quel momento. L'assoluta novità di un programma come *"Chiamate Roma 3131"* è testimoniata dalla minuziosa descrizione che di esso viene data, prima del debutto, sul *"Radiocorriere"*. Alla guida della trasmissione vengono scritturati Gianni Boncompagni, ormai già molto popolare presso il pubblico giovanile, e Franco Moccagatta, conosciuto conduttore de *"I personaggi del mattino"*,

immediato antecedente e di "*Chiamate Roma 3131*" per l'invalsa consuetudine di mettere gli ascoltatori in diretto contatto con personaggi famosi. Questo esperimento, che dal 1966 al 1969 registrò la presenza di 150 personaggi con una media di 100 chiamate al giorno, nel successivo programma venne ampliato sia nella formula che nei tempi, introducendo una innovazione fondamentale nel linguaggio e nella struttura della trasmissione in cui il protagonista indiscusso era ormai solo l'ignoto interlocutore.

Questo programma, mostrava la grande vitalità del mezzo radiofonico che, dal 1970, si arricchisce di nuove proposte come *Voi ed io*, *Buon pomeriggio* ecc. La radio era il mezzo sul quale lo spirito del '68 aveva avuto una notevole influenza. Nelle minoranze artistiche, intellettuali e politiche, nasceva l'attenzione a una nuova soggettività, a una più pronunciata autonomia, che risultava la coscienza e il ruolo dei singoli e la loro possibilità di azione. Il '68, dal quale non è nato né un libro, né un film, nulla che si ricordi, aveva tuttavia inaugurato un decennio di creatività diffusa che trovò nella radio, pubblica e poi privata, il suo sbocco naturale. Questa creatività intelligente e assurda, ma anche fantastica e demenziale, viene rivelata proprio da una trasmissione della Rai, *Alto gradimento*, nata nel 1970 dall'incontro di due ben note figure del divismo radiofonico, Renzo Arbore e Gianni Boncompagni. Senza *Alto gradimento* è impossibile capire nella sua totalità il fenomeno dell'emittenza privata, del suo linguaggio iterativo, del suo ascolto epidemico e trasversale. Più che nella televisione, è stato nella radio che la pratica dell'imitazione si è esercitata da parte delle radio libere, con una singolare mescolanza di competitività invidiosa.

Il successo della radio coincide con la nascente affermazione eccezionale della radiofonia privata che in breve tempo si espande su tutto il territorio nazionale con una progressione inarrestabile. Sulla radio della Rai pesano gli effetti negativi dell'accentramento organizzativo e produttivo in un momento di tumultuoso bisogno di partecipazione che sale da tutto il paese. La radio ritorna ad essere, come nei tardi anni quaranta, un mezzo di forte carica simbolica per chiunque voglia affermare la propria autonomia o rivendicare una funzione rivoluzionaria nella società. È sulla scorta di questo fervore e di quest'entusiasmo che una vasta schiera di militanti politici, giovani ideologi, sull'onda di quanto rimane del 1968 e del suo clima di contestazione, vedono nell'uso libero della radio uno strumento privilegiato di controinformazione, di pratica politica, ma anche di semplice intrattenimento musicale. In ogni caso la radio di quegli anni e la sua liberalizzazione esprime un bisogno incoercibile delle masse di non essere più soltanto soggetti passivi della comunicazione, ma di impadronirsene per far ascoltare la propria voce.

Il possesso di un microfono, e la certezza di un pubblico in ascolto, liberano dall'emancipazione gruppi di giovani e meno giovani che, attraverso la radio, hanno almeno l'illusione di vivere una grande catarsi collettiva. Più della televisione, è la radio che determina le caratteristiche di questo universo della comunicazione così tipicamente italiano, perché tipicamente italiano è il bisogno tumultuoso di democrazia partecipativa.

Alla base del successo della radio vi è certamente la capacità di aver saputo adeguare il mezzo radiofonico alle esigenze della società. La radio era diventata sempre più uno strumento di uso individuale e personalizzato; però, l'emittenza privata ridisegnandone i contenuti e le potenzialità aveva posto alla Rai la necessità di ripensare i suoi programmi, già in grande calo d'ascolto, per far fronte a una concorrenza spesso di bassa qualità ma di elevato valore sociale, commerciale e, di lì a poco, anche industriale.

L'emittenza radiofonica privata sembrava quindi avviarsi a delineare un proprio assetto ben definito: stabile numero delle stazioni; ripartito a metà con la Rai l'ascolto complessivo; avviato un processo di riorganizzazione. Ma l'apparente volontà di assestamento nascondeva numerosi nodi irrisolti che finiranno poi per esplodere, agli inizi degli anni '80. Tutta questa

attività, dell'emittenza radiofonica privata, non era regolata da alcuna normativa. Inizia, in questo modo, una fase di transizione che può essere collegata agli "anni di piombo" che insanguineranno il paese.

Nonostante tutto ciò, durante gli anni e fino ad oggi, la radio pubblica continuerà ad essere apprezzata per la sua proposta complessivamente accolta con favore dal pubblico.

Radiouno, un canale di informazione e musica, con competenza anche sui notiziari degli altri due, si esercita in una programmazione rivolta al grande dibattito civile e culturale (soprattutto con un *Radio anch'io* nato da Gianni Bisiach e oggi condotto da Stefano Mensurati. La rubrica di approfondimento in diretta del Giornale Radio Rai nel 2000 ha compiuto venti anni, consolidando il suo gradimento e la sua tradizione, con quasi 1 milione di ascoltatori e ascoltrici, in aumento costante. E' un dibattito radiofonico su temi di stretta attualità, con la partecipazione di esperti e protagonisti, e con l'intervento in diretta degli ascoltatori. La trasmissione pone al centro dell'attualità i temi più diversi, dalla cronaca al sociale, dalla politica alle scienze, dalla cultura agli esteri, provando a volte ad accendere i riflettori laddove la grande stampa e la TV non hanno ancora dedicato sufficienti approfondimenti. Parole, opinioni, dibattiti, ma anche brani musicali, letture di libri, spezzoni di film, fanno parte integrante del programma arricchendone la discussione. Riodue, continua ad essere l'offerta più popolare e più seguita. La riscoperta di Fiorello con "*Viva Radio 2*" ha dato nuovo smalto alla rete. E inoltre "*Fabio e Fiamma*", "*Il ruggito del coniglio*", con Marco Presta e Antonello Dose, che sanno guardare ogni aspetto della vita italiana con autoironia e sguardo satirico, "*Caterpillar*", vera trasmissione di culto, condotta da gli ex di Radio Popolare, la coppia Cirri & Fermentino, sono alcuni dei suoi maggiori punti di forza.