

1.

1.1 - SINISTRA E MASS MEDIA

Una delle grosse contraddizioni irrisolte che la sinistra si trascina praticamente da quando il problema è nato è il rapporto con i mezzi di comunicazione elettronici ed in specifico radio e televisione.

Appannaggio un tempo dei pochi, sotto il regime di monopolio democristiano e quindi identificati tout court con il nemico, i mass media hanno finito con l'assorbire e l'introiettare l'immagine di Moloch malefico con il quale fare i conti ma a debita distanza.

Radio e televisione sono i mezzi dei padroni, i padroni sono da combattere e, chiudendo con precipitazione il sillogismo, si arriva al concetto radio e televisione sono da combattere.

La lotta un tempo si esprimeva nel tentare di demistificare, di portare in luce le distorsioni dell'informazione che passavano sotto una patina diffusa e velata di obiettività che però neutra non era.

Dalla metà degli anni '70 si è aperto un nuovo fronte: la nascita ed il successivo proliferare delle radio libere hanno aperto parecchie brecce nelle antiche convinzioni su una presunta nocività del mezzo e, poco per volta, si è fatta strada la convinzione che lo strumento in sé, per la sua natura intrinseca, fosse progressista, in grado di muovere masse di pensiero, in grado di fare opinione e, come si diceva allora, di fare contrinformazione, incalzando da vicino

2.

no i simulacri del potere.

Abituata da sempre ad opporsi, la sinistra si trovò all'appuntamento con il mezzo assolutamente priva di una teoria dell'informazione o della comunicazione tramite media e, per subalterna psicologica ci si ridusse il più delle volte a fare il verso alla RAI, in quelle che erano delle pallide copie, inferiori per mezzi e per esperienza, dell'ente di concessione governativa.

1.2 - RADIO LIBERE

Le radio di informazione fallirono così alcuni degli appuntamenti più importanti ed in primo luogo quello di tracciare strade nuove come invece, paradossalmente, avveniva per le radio commerciali che, in cinque anni di attività hanno inciso sul costume e si sono ritagliate un posto nella società, dando vita addirittura a nuovi stereotipi (garanzia irrefutabile di successo).

Di ciò si è accorta anche la RAI che ha adeguato i propri programmi agli schemi più elastici delle radio commerciali. A questo punto le emittenti di informazione si sono trovate assolutamente sbilanciate, in quanto il loro modello sfuggiva verso lidi da cui esse si erano allontanate, alla ricerca di una professionalità e di una serietà necessarie dopo il primo momento di entusiasmo e spontanea partecipazione, in cui l'elemento sovversivo e rivoluzionario era anche che da una radio nell'etero potessero risuonare le note di bandiera rossa o si potesse chiamare gli ascolta-

3.

tori "compagni".

Una storia a parte a Milano, ha avuto Radio Popolare, la cui scelta di rivolgersi direttamente alle masse, chiamandole in causa sempre e comunque, radicalizzando all'estremo l'assunto di Entzensberger sulle potenzialità rivoluzionarie dell'unione telefono-microfono, ha pur segnato una strada, un modo di fare informazione, in cui molti magari non si riconoscono, il cui modello è forse troppo giovanilistico ed anche acefalo (privilegio al parere esterno anziché contributo dall'interno) che ha avuto un peso nella nostra città.

1.3 - SITUAZIONE MONDIALE

Né d'altra parte ci si può aspettare compendi di teoria o esempi pratici da seguire dall'esperienza di quei paesi nei quali la sinistra (con forme e modi diversi) è al potere.

Necessità contingenti e differenze storiche, di cui non mette nemmeno conto parlare, hanno fatto sì che da nessun paese comunista sia venuta un'indicazione progressista sul modo di fare informazione, se vogliono escludere Cuba e l'esperienza della "radio oraria" voluta da Fidel Castro, su cui ritorneremo in seguito.

L'occidente, invece, continua ad essere un maestro nella manipolazione (nel suo significato neutro di utilizzo) dei mezzi di comunicazione di massa ed indubbiamente gli Stati Uniti sono il paese all'avanguardia nel campo.

Le finalità che presiedono alla ricerca negli USA sono stret-

4.

tamente commerciali, quindi non esattamente collimanti con le intenzioni di chi ritenga si possa fare una attività politica intensa attraverso l'informazione, ma tutto sta a saper sporcarsi bene le mani, prendendo il necessario e rigettando le scorie.

2.1 - FUTURO PROSSIMO DELL'INFORMAZIONE

Prima di parlare di teoria per una nuova radio è forse necessario fare alcune osservazioni sul futuro prossimo dell'informazione: il ruolo dei giornali è fortemente messo in discussione; è innegabile, infatti, che già da adesso non è più loro compito precipuo l'immediatezza dell'informazione.

I tempi di preparazione di un quotidiano, rispetto alla rapidità di una radio o di una televisione, stanno cambiando il ruolo del primo in uno strumento più di ripensamento e commento.

In pratica, passando un paradosso (ma nemmeno poi tanto azardato), l'accelerazione generale della nostra epoca, i ritmi sempre più incalzanti stanno imponendo la necessità di un'informazione costante, aggiornata, veloce, di modo che il media elettronico sostituisce il giornale quotidiano, che a sua volta assume le funzioni del settimanale, il quale a sua volta punta sempre più su argomenti monografici e con scarso rischio di invecchiamento, come facevano un tempo i mensili.

5.

2.2 - IL RUOLO DELLA RADIO

In questo slittamento di funzioni ecco che al primo posto ci possiamo inserire noi.

In che modo? In pratica assumendo i connotati globali di "Radio di Informazione" a tempo pieno, rigettando le tentazioni megalomani di radio come "tutto" per specializzarci in una funzione e riuscire a svolgerla fino in fondo.

Informazione è un concetto molto vasto di cui troppi hanno un'idea vaga che fondamentalmente coincide in modo pressoché esclusivo con i radiogiornalisti: sulla base dell'esperienza confortante di Canale 96, intendiamo invece fare un uso assolutamente interdisciplinare del termine, che passi attraverso il mondo dello spettacolo, come attraverso quello della cultura, che sappia fornire informazioni utili, anche minime (come la viabilità stradale ed i mercati aperti) e che contemporaneamente non sia chiusa ai grandi temi della vita internazionale; una radio che possa svolgere la funzione di un terminale-telescrivente; una radio che possa essere un'agenzia di stampa alla portata di tutti ed in grado di entrare dovunque.

3.1 - RETE AGENZIA

Radio agenzia di stampa, abbiamo detto.

Ma come si comporta un'agenzia?

6.

Trasmette notizie a ritmo continuo, con alcuni servizi definibili di routine (nel senso che sono contemplati ogni giorno) ed altri, la maggioranza, estemporanei, de terminati dalla contingenza del momento.

Un'agenzia di stampa è uno strumento di servizio a favore dei giornali o di chi, privato, ne voglia usufruire, ma, ovviamente, non si pone il problema della grado volezza: è utile, non dilettuale.

La radio, invece, deve adempiere ad entrambe le esigenze e deve quindi tener presenti certe regole di semplicità assoluta: il parlato, protratto oltre i limiti della umana decenza, diventa insopportabile e necessita quindi di interruzioni, di qualcosa in grado di fornire ritmi, di scandire il tempo, in poche parole di una colonna sonora che si accoppi ad un ritmo interno di trasmissione, in grado di vivacizzare di donare colore ad un programma estremamente impegnativo.

In pratica si tratterebbe di costruire un'emittente che abbia un solo programma, della durata dell'arco intero della giornata, che abbia come componenti solo musica e informazioni: 5' minuti di parlato ogni 15' di musica.

Una radio in grado in qualsiasi momento quindi di intervenire, di dare un prodotto nuovo, di buttare sul mercato un potenziale di energia ancora difficile da valutare ed in ogni caso ancora inedito nel nostro paese.

Le uniche esperienze che ad esso si possono avvicinare

7.

sono la "Radio Oraria" di Fidel Castro a Cuba ed una iniziativa americana (USA ovviamente) applicata però in campo televisivo, con una disponibilità di mezzi che riesce difficile immaginare.

E' innegabile che il margine d'azione delle radio si va stringendo e che le punte massime di ascolto sono in orari non ancora coperti dalla televisione; l'ampliamento degli spazi televisivi al mattino ridurrà ancora la potenzialità del mezzo radiofonico nel campo dell'intrattenimento, anche se non lo esaurirà, in quanto lo strumento radiofonico è più facilmente usufruibile e meno vincolante di una televisione.

Una prospettiva di nuovo uso del mezzo da parte dell'ascoltatore potrebbe rallentare il fenomeno di fagocitamento e di sopraffazione in corso.

3.2 - L'AUDIENCE

E' indispensabile a questo punto un minimo di ripensamento su una questione non marginale in una radio che si vuole politica: il rapporto con il pubblico.

A chi ci vogliamo rivolgere e perché?

Gli operatori del nostro settore se lo sono chiesti spesso, giungendo a risultati contrastanti.

L'ipotesi migliore resta probabilmente quella di volersi rivolgere a quella grossa fetta di audience di sinistra o anche non, ma comunque disponibile alla ricezione di un

8.

messaggio progressista.

Con un concetto così ampio ed interclassista (escludendo insomma solo i refrattari ad un discorso democratico), l'ascolto potenziale è pari al 75% della popolazione della nostra città.

3.3 - CHE INFORMAZIONE E PER CHI

Quale vuole essere il nostro tipo di intervento rispetto a questo pubblico?

L'indottrinamento non paga, la gente è troppo abituata a riconoscere uno schema per lasciarselo imporre e poi è ancora da discutere se ci sia ancora qualcuno a cui interessi imporre con la coercizione il proprio pensiero.

Non resta quindi che l'intervento politico in fase di stesura e definizione dell'informazione, che qualcuno potrebbe chiamare manipolazione ed altri invece rifiuto della falsa neutralità dell'operatore.

Il testo di una notizia letta non è che l'ultimo anello di un complesso sistema di comunicazione, regolato da tutta un'altra serie di semi, di importanza ancora superiore alla parola in sé ed intendiamo la titolazione, l'impaginazione, il taglio del pezzo, la lettura, solo per restare al mezzo radiofonico.

L'articolarsi su una programmazione rapida ed efficiente come quella tratteggiata sopra è già una scelta di campo: l'emittente diverrebbe così assolutamente uno strumento da usare, in grado di riempire sul piano locale quei vuoti che

9.

la radio di stato, per la sua natura accentratrice, non è mai riuscita a coprire, a fornire la copertura costante sulle ultime notizie e quindi, potenzialmente, in grado di tenere sempre all'erta il pubblico e creare un legame che impedisca all'ascoltatore di spegnere l'apparecchio, perché ogni dieci minuti ci può essere l'informazione attesa.

Strumento agile e veloce, quindi, in grado di rispettare le esigenze e le necessità di chi, in casa o in ufficio, lavora e quindi non ha il tempo per un ascolto prolungato ed attento, ma che cinque minuti ogni tanto può rialzare il capo e sostare per estrapolare dalla colonna sonora della giornata l'elemento che lo tocca più da vicino.

3.4 - RETE GIORNALE

Un'unica emittente così conformata obbliga ovviamente a delle rinunce a spazi tradizionali ed interessanti, come le rubriche, le trasmissioni specializzate, i dibattiti, tutte rinuncia che possono pesare.

La possibilità di giostrare su due reti apre invece nuovi spazi e prospettive inaspettate, sia sotto un profilo quantitativo (possibilità di rilanciare due volte sulla scala parlante lo stesso segnale), sia qualitativo (differenziare i messaggi per raccogliere fasce di pubblico differenti).

Ritornando al nostro paragone originale di radio come a-

10.

genzia stampa, potremmo affermare che due reti coprirebbero contemporaneamente il ruolo di agenzia e di giornale, definendo quest'ultimo come spazio si di informazione, ma più meditato, luogo anche di commenti, di inchieste, di rubriche e di spazi specializzati, nonché di intrattenimento, come un giornale che stia tra il quotidiano ed il settimanale, impaginato, coordinato e diretto in sintonia con l'altra rete e a cura di una redazione unica.

Lo stesso argomento sulle due reti sarebbe sottoposto ad un diverso trattamento, più incisivo e veloce su una, più esteso e approfondito sull'altra.

La quasi completa automatizzazione della rete-agenzia permetterebbe, secondo uno schema che esporrà oltre, di fornire due prodotti differenti restando dentro ai costi di una redazione unica che si occupi di stilare i radiogiornali comuni, di realizzare i servizi in esterni e che sia supportata (condizione indispensabile) da un terminale ANSA, a meno che non si voglia continuare a giocare a far finta di fare informazione, contando su ipotetici aiuti e solidarietà che in primo luogo non arrivano mai ed in secondo luogo ti costringono a rilanciare in ritardo dopo aver scelto la celerità dell'informazione come 'cavallino vincente per la propria affermazione redazionale.

Pochi redattori a tempo pieno, supportati da altrettanto pochi redattori a tempo ridotto ed, invece, da una massa

11.

sufficientemente ampia di collaboratori, sarebbero ampiamente in grado di reggere il progetto, purché qualificati professionalmente ed intenzionati a fare della politica giornalistica il proprio campo di attività.

4.1 - SCHEMA

In schema il funzionamento delle due reti, che per fornire il servizio ottimale dovrebbe agire in un'unica sede, è il seguente: trasmissioni di 24 ore su entrambe, di cui circa la metà in ponte radio (rilanciando cioè un solo segnale), apertura dalle 8,30 del mattino alle 19,30 della rete agenzia con programmazione propria e peculiare, 6 tempi pieni, 4 metà tempi (cifre eventualmente invertibili), una segretaria di redazione e collaboratori vari per un monte stipendi globale non superiore ai cinque milioni più il terminale ANSA.

Un discorso a parte vale per l'organizzazione del ramo amministrativo.