

Enrico Menduni, Università di Siena

Introduzione a: “La radio. Percorsi e territori di un medium mobile e interattivo” a cura di Enrico Menduni, Bologna, Baskerville, 2001, pp. 5-22

La radio vive una terza e fortunata giovinezza della sua lunga vita. È stato il primo mass medium personale e mobile, ha lasciato i salotti delle case (in cui ha lasciato ben piazzata la più giovane sorella televisiva) per andare per le vie del mondo sotto forma di transistor, di autoradio, di walkman; si è miniaturizzata come apparato mentre cresceva a dismisura la sua funzione di medium delle identità e della connessione, di strumento di informazione in tempo reale e di contenitore soffice dell'oralità e dell'intimità. Ha fornito musica di ogni genere, rappresentando una colonna sonora della società contemporanea, un tappeto sonoro su cui camminiamo sul lavoro e nelle città; si è alleata naturalmente al telefono cellulare riempiendo di conversazioni e di SMS gli interstizi della vita sociale, non solo in funzione fatica (che non è poi così da disprezzare) ma come una grande narrazione orale, un composito affresco delle mille sfaccettature di una società ormai complessa. Un mezzo giovane e metropolitano che può essere anche povero, frugale e semplice, no-profit, a bassa energia e costi ridotti; parlare da una comunità o da un paese del terzo mondo, clandestinamente da Belgrado o da Kabul appena liberata, dal campus di una università come accade qui a Siena o in tanti paesi del mondo. Leggero, ma forte e rapido nell'informare e nell'aggiornare, nel mantenerci connessi, nel fare aggregazione. L'incontro tra radio e Internet è stato fecondo, versatile, intenso; oltre duemila radio nel mondo trasmettono sul web e se questo accade più che in televisione non lo si deve solo a un fatto tecnico, alla minore larghezza di banda che richiesta da un file audio rispetto ad uno di immagini in movimento, ma ad una filosofia per molti aspetti simile, fondata sulla personalizzazione piuttosto che sulla massa, sulla nicchia e sulla specializzazione piuttosto che su un broadcasting generalizzato e generalista.

Voi che siete qui oggi, e vi ringrazio di esserci, vivete e conoscete queste cose dai vostri molteplici punti di vista, perché riconosco fra voi studiosi e professionisti che da molto tempo dedicano alla radio la loro energia e il loro tempo. Dal complesso di queste osservazioni e conoscenze, così come dalla molteplicità dei contributi che sono presentati in queste “Giornate”, risulta confermata la grande vitalità del mezzo (testimoniata anche dalla generosità delle adesioni a questa iniziativa), i molteplici aspetti e fenomeni del suo mondo vitale e l'interesse – direi il fascino – che esso esercita su molti di noi; tuttavia mi pare di poter affermare che il territorio e i percorsi della radio di oggi rimangono in parte inesplorati o impalpabili, che le sue funzioni sociali, il suo “senso” profondo, la sua collocazione nel sistema dei media e nell'industria culturale rimangono ancora indefiniti, o stabiliti per differenza dalla televisione e altri mezzi, oppure sono come certi astri la cui collocazione in cielo è stabilita con calcoli astronomici precisi, ma che rimangono invisibili per la povertà dei nostri telescopi, così da restare in qualche modo oggetti congetturali. Se vogliamo tentare un paragone musicale, più vicino alla sonorità del nostro mezzo, questi percorsi e territori radiofonici sono come musiche di cui percepiamo distintamente il ritmo e riusciamo a seguirlo, ma il cui retroterra culturale, il cui sfondo di riferimenti e citazioni musicali ci è ignoto. Dico subito che la grande occasione rappresentata dalla vostra presenza qui risiede nella possibilità di uno sforzo collettivo per elevare la nostra conoscenza complessiva del mezzo, di aggiornare le nostre carte geografiche sulla scorta dei viaggi che ciascuno di noi ha fatto e su cui ci sta resocontando oggi, ma tentando di fare un passo avanti, di andare oltre la rassegna delle esperienze e degli studi, di non limitarsi a comporre un caleidoscopio di forme diverse che la radio può assumere. Cercando invece tutti insieme di coglierne un senso complessivo e più profondo, che legghi e sistematizzi tante nostre esperienze parziali.

Il Novecento da cui veniamo, il secolo della comunicazione di massa e della riproducibilità tecnica allargata dei testi e dei meta-testi, non è stato soltanto il momento della nostra storia in cui la cultura tipografica e

gutemberghiana del libro e del giornale, dell'alfabetizzazione e della scuola, è stato sfidato e spesso messo in scacco dalla cultura dell'immagine; dalle immagini fisse dei cartelloni pubblicitari e delle fotografie, da quelle cangianti e mobili del cinema e della televisione, frequentate per la prima volta da grandi masse, da maggioranze di persone. Il Novecento è stato anche il secolo del suono. Come per gli antichi la poesia era insieme canto e parola, così suono è di volta in volta musica e parola, e spesso lo è contemporaneamente. **Non soltanto l'immagine ha sfidato l'alfabetizzazione; lo ha fatto anche il suono.** E non mi riferisco a quel suono vicario dell'immagine che è il sonoro dei media audiovisivi come la tv e il cinema, un suono obbligato ad accompagnare le immagini come una dama di compagnia, come un corollario piacevole della percezione visiva, come un complemento. Mi riferisco al suono solo (starei per dire al suono puro), quello che sgorga nativo dalla riproduzione tecnica della musica attraverso il disco e poi il CD; mi riferisco alla registrazione e amplificazione elettroacustica della voce umana; e soprattutto alla radiofonia, al broadcasting radiofonico. Per tutto il Novecento, e nel secolo che da poco si è aperto, la radio rappresenta il luogo più consistente in cui la voce e il suono si presentano da soli, in totale autonomia espressiva, senza essere accompagnati dalla parola scritta o dalle immagini. **Essa rappresenta forse il più vasto territorio dell'oralità** che ci sia dato riscontrare in civiltà come le nostre così profondamente segnate (anche nel senso letterale del termine) dall'irrompere della scrittura e poi dalla potenza meccanica della sua riproduzione a stampa.

Si può affermare che, per la prima parte di questo secolo, la comunicazione audiovisiva era ancora una risorsa scarsa e quindi la radio rappresentava una scelta per necessità. Il cinema era muto, la televisione non c'era. I famosi "radio days" degli anni '30 e '40 sono il fulgore estremo e già postumo di un'egemonia della radio, che si era spartita i territori con il cinema (l'uno re dello spazio pubblico, l'altra regina della sfera familiare e privata) quando il re era ancora privo della parola e la regina della vista. Con il film parlato il cinema rompe questo patto non scritto con la radio, penetra fortemente nei suoi santuari: i primi film nono sono solo sonori, sono cantati, sono film musicali. La radio reagirà a questa irruzione creando nei propri laboratori la televisione, il trionfo del dopoguerra, indissolubilmente legata ai valori della ricostruzione e del benessere. Ricordo con affetto questi radio days ma li trovo improponibili oggi. **Oggi la comunicazione audiovisiva non è più una risorsa scarsa, ma anzi ridondante, assordante.** Ciascuno di noi in ogni momento della sua vita è fatto oggetto di un'offerta molteplice e larghissima di contenuti audio e video. Se sceglie una radio, **si tratta di un ascolto elettivo, non di un ascolto per necessità.** Con una carica di intenzionalità, con un sistema di preferenze e di priorità, con la consapevolezza che questo mezzo, meglio di altri, può darci un qualche cosa che cerchiamo.

"Ascolto elettivo" significa sentirsi scelti e accettati dal proprio pubblico e quindi corrisponde a sicurezza di sé o, se si preferisce, a una maturità comunicativa. Questo spazio elettivo radiofonico configura così un mondo vitale e condiviso fatto di culture, linguaggi, atteggiamenti, stili di vita e di fruizione culturale. Al suo interno si muove un complesso poliforme e politeistico di tendenze e funzioni diverse, ma complessivamente il mondo della radio sembra fortemente connesso alla capacità di rappresentare la più efficace interfaccia comunicativa tra sfera pubblica e sfera privata, personale e mobile, all'interno di una dotazione mediale ormai molto raffinata e ampia di cui quasi tutti noi, all'interno del mondo industrializzato, disponiamo.

Il pubblico cerca **deliberatamente**, un territorio (i vari territori) della voce e del suono. Forse per motivi pratici, perché abbiamo le mani impegnate dalle faccende domestiche o perché alla guida di un veicolo non si può vedere la televisione. Ma probabilmente c'è molto di più, l'intenzionalità, la volizione, dell'ascolto di un testo per musica o voce sola, senza immagini né parole scritte. Forse perché l'acusma, la possibilità del suono di farsi ascoltare da qualunque luogo provenga, non ci costringe a fissare gli occhi su qualche immagine o riga di stampa, non ci obbliga a orientare il nostro campo visivo fino a percepire quella e quella sola immagine. Forse perché si può ascoltare ad occhi chiusi, e perché gli orecchi, diversamente dagli occhi, non hanno palpebre scorrevoli che li chiudano. Perché la parola e la musica ci sollecitano un'azione della mente per ricostruire da quei dati sonori una percezione in cui li accoppiamo a un'immagine immaginaria, frutto di nostre esperienze e proiezioni. Se musicalmente Pierino incontra il lupo, ciascuno di noi lo vede in

modo diverso, un lupo sincretico, sintetico, non il lupo obbligato da un'immagine che mostra un determinato lupo.

Forse perché ci piace questa ginnastica mentale ricostruttiva, e ci fa bene un margine di libertà di poter colorare i suoni e le voci a nostro piacimento. Sta di fatto che 31 milioni di persone ogni giorno in Italia percorrono i territori dell'oralità. Da Platone¹ in poi l'umanità si interroga sulle conseguenze che la trascrizione scritta del pensiero ha avuto, passando dal mito alla storia, dalla cultura orale al pensiero. Non è forse senza significato una frequentazione così assidua di un territorio di **oralità, quasi un'isola etnica in un mondo in cui si fronteggiano cultura alfabetica e cultura audiovisiva**. Le ultime scaramucce sono le parole di Piero Citati su "Repubblica" di domenica e quelle più bonarie, ma intinte in un humus pedagogico e alfabetizzante, della signora Ciampi. Riflettendo sull'oralità descritta da Walter Ong e sulle osservazioni sul pensiero selvaggio di Claude Lévi-Strauss, e poi sentendo un rap, o la voce di un disc jockey, ma anche la cronaca ritmata di un evento, ci pare che esca rafforzata l'idea dell'oralità come **bricolage comunicativo, e della radio come delle poche forme postmoderne di oralità**, molto diversa dalla recitazione di un testo scritto, o dal sonoro audiovisivo, che insieme rappresentano la pratica prevalente dell'oralità contemporanea. Un territorio si diceva; un'isola etnica, ma fortemente frequentata da persone che vivono nel mondo della carta e dell'immagine e che sentono il bisogno di andarci, e spesso. Una specie di Tijuana, un Messico ronzante, sonoro e vicino, accessibile da una California di Hollywood, di Palo Alto e di Silicon Valley; un Messico dove forse non abiteremmo per tutta la vita, ma dove sentiamo ripetutamente il bisogno di andare, come un necessario complemento alla nostra esperienza intellettuale.

I radio days erano belli, ma erano un ascolto per necessità, come la televisione in bianco e nero della Rai. Possiamo ricordarli con simpatia, ma forse è più bello vivere oggi dove ogni ascoltatore ti sente perché ti sceglie, perché quello che la tua radio fa è quello che lui vuole e che sceglie in un panorama quanto mai agguerrito di offerte multimediali. Con la radio la musica ha assunto una particolare centralità nella società contemporanea. Un linguaggio popolare universale, il più consistente e tangibile elemento di sopranazionalità nella cultura di massa.

Generalmente si ritiene che i mezzi audiovisivi siano più perfetti e completi di quelli "monosensoriali" come la radio, eppure gran parte della vitalità della radio è spiegabile come aderenza alle speciali caratteristiche del suono e della voce. Quando si sono resi disponibili altri mezzi di comunicazione domestici con la possibilità di mostrare immagini, come la televisione, e cioè quando la radio ha perso il suo ruolo di necessità, di surrogato di un'immagine mancante, la sua aderenza allo statuto del suono e della voce si è dimostrata più stretta e più vitale.

Lo statuto dell'immagine nella nostra società è quella del monopolio della realtà, anche quando ne è noto il carattere artificiale. L'immagine della realtà è il principale simulacro, un suo alter ego, un'emanazione diretta del vero: un "segno macchiato di realtà", ha scritto Maurizio Bettini.² La fotografia, il cinema, la televisione hanno rinsaldato la credenza di un'immagine "che consente alla realtà di durare",³ che ricerca costantemente la sua "veridizione", il suo apparire vera (Calabrese).⁴ La fotografia è "letteralmente una emanazione del referente",⁵ senza mediazioni, una specie di Sindone impregnata di un corpo, una evidenza, un "certificato di presenza".

¹ Platone nel Fedro (274-7) e nella Settima lettera prende le distanze dalla scrittura, che considera un modo meccanico di elaborazione della conoscenza e tale da danneggiare le capacità della memoria e dunque, in senso lato, le potenzialità umane. La contraddizione è che tale presa di distanza assume - e non potrebbe essere diversamente - la forma di un testo scritto. Cfr. Walter J. Ong, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Bologna, il Mulino, 1986, p. 48 e pp. 120-123.

² Maurizio Bettini, *Il ritratto dell'amante*, Torino, Einaudi, 1992, pp. 58-60.

³ Giovanna Grignaffini, "Signore e signori: il cinematografo". *La nascita del cinema e il suo mito*, Venezia, Marsilio, 1995, p.142.

⁴ Omar Calabrese, *Il linguaggio dell'arte*, Milano, Bompiani, 1985, p. 178.

⁵ Roland Barthes, *La camera chiara*, Torino, Einaudi, 1980, pp. 81-87.

L'immagine, tecnicamente riprodotta e così certificata, è assunta come prova irrefutabile della realtà, in un eterno "reality show". Un culto dell'evidenza che si nutre dell'illusione che vedere basti a conoscere, sostanzialmente svalutativo del ruolo del linguaggio e del pensiero. In fondo l'esigenza di articolare un linguaggio e quindi di organizzare un pensiero può essere nata nel remoto passato dall'"impossibilità di trasportare l'evidenza", di "renderla direttamente accessibile agli altri uomini"⁶; un'impossibilità a cui i media audiovisivi hanno dato nel Novecento una risposta che appare più accessibile del pensiero.

A questo culto dell'evidenza paiono sottrarsi il suono e la voce, che sembrano dotati di uno statuto di maggiore astrazione. Il suono non ha il vincolo di dover rappresentare la realtà, ma di accompagnarla; la parola descrive o commenta la realtà, non è tenuta a sostituirla. Questa è forse la "leggerezza" impalpabile della radio.

Con questa inarrivabile colloquialità la radio raccoglie e riproduce tecnicamente parole e musiche che molti di noi sentono necessarie, e di cui vogliono quotidianamente approvvigionarsi per soddisfare esigenze personali profonde. Lo ha fatto abbandonando ogni monumentalità, compresi i bei mobili di legno o bakelite che contenevano gli apparecchi degli anni '30-'50. La radio si è miniaturizzata senza perdere di efficienza. Mi colpisce il verbo che si usa per il Walkman: il walkman si indossa, come un vestito; ci sta letteralmente addosso, gli auricolari ce li infiliamo nelle orecchie. Nel termine "medium" è contenuta una concezione arbitraria della comunicazione: il medium è qualcosa di intermedio fra l'emittente e il ricevente, come un pugile sul ring. E' una concezione vecchia. La radio rompe questa simmetria, si sbilancia fortemente verso il ricevente, gli entra in un taschino, si miniaturizza e si nasconde nei suoi oggetti privati o nel cruscotto dell'auto, diventa parte e protesi dell'ascoltatore, il primo vero personal medium e il primo medium mobile. In questo senso, è il primo dei nuovi media. Diventa **una metafora della funzione audio nella società contemporanea, progenitrice di una funzione di interfaccia vocale con cui dovrà fare i conti anche il computer** ancora così attaccato al suo schermo e non così "invisibile" (Norman) come si pretende, se vorrà diventare davvero oggetto di uso quotidiano e non solo mobile da ufficio, piattaforma mobile e non più stanziale, e quindi comandabile da chi ha le mani e la vista occupate in qualche altro lavoro, capace di mandare segnali audio sostitutivi di quelle "finestre di dialogo" senza oralità, biglietti scritti e un po' puntigliosi recapitati da un orgoglioso sistema operativo.

Questo triplice processo di miniaturizzazione, mobilitazione e vicinanza al soggetto ricorda molto quello che ha investito il telefono, non a caso un altro mezzo di solo audio. Il telefono ha preferito la miniaturizzazione e la mobilità del cellulare all'ingombrante postazione fissa del videotelefono, seguendo un percorso di sempre maggiore informalità, flessibilità e personalizzazione mobile della comunicazione che indica la stessa linea di tendenza della radio.

La comunicazione privata comincia così a distinguersi in due ambiti: una sfera familiare dominata da apparati fissi, pesanti, sempre più simili ad elettrodomestici; una sfera privata e personale, individuale, tendenzialmente mobile, fatta di apparecchi minuscoli e leggeri, di costo modesto, dalla vita operativa più breve, che seguono il loro proprietario in ogni luogo, ricreando attorno a lui condizioni di intrattenimento e di informazione una volta possibili solo nell'ambito familiare (e, prima ancora, solo nei luoghi pubblici).

L'utente della radio ha quindi una prossimità virtuale con tutti gli eventi della vita pubblica perché, in una maniera speciale, partecipa ad essi. La sua sfera privata incorpora ora, forse per la prima volta, elementi propri della sfera sociale. Non importa quanto sia lontano dai grandi centri, quanto modesta sia la sua abitazione: ogni giorno arrivano nella sua casa quelle notizie del momento e quell'intrattenimento pregiato che avevano costituito, fino allora, un bene poco mobile, scarso e costoso. Tutto ciò che prima era esclusivo, costoso, raro, eccezionale, lento nella diffusione, tende a diventare accessibile, gratuito, frequente, quotidiano, in tempo reale.

⁶ Ibidem.

Il walkman con le cuffie, che isola il suo utilizzatore dall'ambiente circostante (un vagone della metropolitana, una strada della città) inserendolo in una sua propria "bolla comunicazionale"⁷ è la più chiara espressione – prima del telefonino- di un totale rimescolamento della sfera pubblica e della sfera privata, una volta così nettamente distinte. Il ragazzo con il walkman o con la radio si muove in uno spazio pienamente pubblico ma, grazie all'azione di filtraggio delle cuffie, rinuncia agli stimoli provenienti da quella sfera pubblica sostituendoli con quelli suoi propri, della sua tribù cultural-musicale, che ha accuratamente scelto portandosi dietro la sua compilation in musicassetta o la sua stazione radio preferita. Qualcosa di simile al flâneur di Baudelaire: per lui "è una gioia senza limiti prendere dimora nel numero, nell'ondeggiante, nel movimento, nel fuggitivo e nell'infinito. Essere fuori di casa, e ciò nondimeno sentirsi ovunque nel proprio domicilio, vedere il mondo, esserne al centro e restargli nascosto."⁸ Così si amministra il piacere di essere solo in mezzo alla massa, di concentrarsi su di sé senza negarsi gli stimoli e le emozioni dello stare in mezzo agli altri. Quella che era l'esperienza esclusiva di avanguardie intellettuali nella Parigi ottocentesca si altera e si trasforma, a contatto con la riproduzione meccanica ed elettronica della comunicazione, in una pratica di massa.

Grazie al suo apparato comunicazionale fissato alla cintura il ragazzo con il transistor, o il walkman, porta con sé la sua sfera privata, attraversando con essa uno spazio pubblico da cui gli giungono solo stimoli attenuati e scarsamente significativi. La sua estraneità dalla dimensione pubblica è manifesta, perché le cuffie sono evidenti e spesso il corpo si muove ritmicamente al suono di una musica che sentiamo appena: una distanza sociale è marcata, l'appartenza a quella tribù di cui noi non comprendiamo il linguaggio è esibita e, talvolta, ostentata. Quella particolare identità è percepibile solo a pochi, i membri di quella tribù, i suoi eventuali antagonisti e pochi altri, come la firma geroglifica su un graffito urbano non si preoccupa di essere compresa dal pubblico generico: gli basta di arrivare agli altri writers.

Soltanto grazie a questa loro assoluta "privatezza" e "personalità" e al loro incremento della bolla comunicazionale i nuovi mezzi mobili, a cominciare dalla radio, hanno potuto diventare l'oggetto d'uso quotidiano, ma anche la proiezione di simboli e stati d'animo relazionali, che oggi constatiamo.

"Spazio elettivo" significa sentirsi scelti e accettati dal proprio pubblico e quindi corrisponde a sicurezza di sé o, se si preferisce, a una maturità comunicativa. Questo spazio elettivo radiofonico configura così un mondo vitale e condiviso fatto di culture, linguaggi, atteggiamenti, stili di vita e di fruizione culturale. Al suo interno si muove un complesso poliforme e politeistico di tendenze e funzioni diverse, ma complessivamente il mondo della radio sembra fortemente connesso alla capacità di rappresentare la più efficace interfaccia comunicativa tra sfera pubblica e sfera privata, personale e mobile, all'interno di una dotazione mediale ormai molto raffinata e ampia. La ormai nota ibridazione fra radio e telefono, fra radio e Internet, non è soltanto dovuta ad affinità tecnica, ad una sorta di determinismo tecnologico, ma allo svolgimento di funzioni sociali complesse, sul confine tra sfera privata e sfera pubblica, in cui tutti questi media sono in vario modo coinvolti. L'integrazione fra i media, peraltro, è lo scenario del futuro, e non lo affermo per motivi tecnologici ma perché è quello che meglio va incontro ai gusti estetici diffusi e ai nuovi modelli di percezione (Sinibaldi al Convegno di Teramo).

Questa capacità di interfacciare sfera pubblica o sfera privata si sostanzia poi in varie funzioni svolte. Mi piacerebbe molto che ci scambiassimo opinioni su questo. Sicuramente c'è una funzione connettiva, una capacità di fare connessione. C'è poi una capacità di rispondere ad esigenze identitarie e partecipative, che forse è un corollario della funzione connettiva.

Credo che le funzioni connettive siano dovute al fatto che molti di noi, mentre svolgono una qualsiasi attività, nel lavoro come nel tempo libero, hanno il desiderio di essere accompagnati tramite la radio da

⁷ Patrice Flichy, *Storia della comunicazione moderna*, Bologna, Baskerville, p. 272.

⁸ Charles Baudelaire, *Il pittore della vita moderna* (1863), in *Scritti sull'arte*, Torino, Einaudi, 1981, p. 285. Ezio Raimondi, Prefazione a Charles Baudelaire, *Scritti sull'arte*, cit., p. XLVII.

suoni e voci che danno loro l'idea di non essere isolati e lasciati a se stessi ma connessi in modo flessibile ai loro simili.

È un'esigenza molto antica e profonda nella storia umana. Situazioni come la solitudine, il bosco, il mare aperto, il buio della notte da sempre rappresentano simbolicamente la possibilità di smarrirsi o di essere aggrediti. La radio costituisce anche la risposta della scienza ottocentesca e della modernità a questa angoscia; la radiotelegrafia senza fili ha rappresentato la prima possibilità di connettersi per una nave in mare aperto, in tempo reale, attraverso l'oceano. Una innovazione di enorme importanza: vedere un battello scomparire oltre l'orizzonte aveva sempre significato perdere ogni contatto con esso e non poter raccogliere una eventuale richiesta di soccorso. La simbologia del naufragio del "Titanic", fino ad Enzensberger, e del ruolo della radio, è tutta qui.

La radio e il concetto di connessione rimangono per tutto il Novecento saldamente intrecciati. Dalle Oggi un tassista, un ragazzo del Pony Express, una guardia giurata o un tecnico dell'Enel non sono veramente tali se non sono provvisti di rumorosi walkie-talkie (un altro nome significativo) con cui comunicare "via radio"⁹ a qualche invisibile e a noi preclusa "centrale operativa" i dati della loro efficienza. Volontari della Protezione civile dalle divise variopinte impiegano un'enfasi paramilitare nel riferire alla "base", per radio, ogni minimo dettaglio.

L'esigenza di connessione è dunque ben radicata nello spirito del tempo ma, negli spazi della vita in cui sta a noi decidere, optiamo spesso per una connessione debole, che non abbia nulla a che fare con il controllo gerarchico che è l'altra faccia dei walkie-talkie e delle "centrali operative". La radio si adatta molto a questa richiesta. Gli ascoltatori non hanno desiderio di essere molto concentrati su quello che ascoltano - anche perché stanno facendo qualche altra cosa - e non amerebbero una programmazione che richiedesse da loro molta attenzione, ma desiderano questa presenza di sottofondo, che rappresenta una connessione blanda ma costante e accessibile in ogni momento con i loro simili e con la società.

Compattezza delle sfera personale e privata e stili di vita fondati sulla mobilità sono quindi un'amalgama solo in apparenza contraddittorio, per il quale Williams parlò di "privatizzazione mobile".¹⁰ La radio, che arriva ovunque senza essere in nessun posto, contribuisce nel suo nomadismo ad una "ipertrofia dei non luoghi" le situazioni metropolitane standardizzate, anodine, sui cui si innesta la nostra esperienza personale, fatta di una pluralità di livelli e di identità. La vita nelle grandi città ci ha già offerto tante occasioni di percezioni multiple. Ad esempio, sto viaggiando in metropolitana e penso ai casi miei, ma intanto ascolto distrattamente la musica del suonatore ambulante, sbircio i titoli dal giornale del vicino, mi accingo ad una personale statistica su chi darà una moneta al suonatore e chi no. In un caffè converso con chi è seduto al mio tavolo e lo ascolto con attenzione, come faceva Roland Barthes "e nello stesso tempo, come un testo, come un paragramma, come in una stereofonia, intorno a me c'è tutto un campo di diversioni, persone che escono e entrano, scatta l'ordine romanzesco."¹¹

Possiamo persino scegliere di appartarci e stare da soli - fare una passeggiata in bicicletta o stenderci sul letto senza far niente - e poi attivare come bilanciamento questa forma di connessione provvista dalla radio. La radio è qui come "un tappeto sonoro" che si oppone al silenzio e al suo carico di implicazioni emotive;¹² una colonna sonora di musica nota e gradita, eventualmente con brevissimi inserti parlati, all'interno di un

⁹ La radio è semanticamente molto presente in questo mondo: radiotaxi, mezzi radiocollegati, radioconsegne e motoradioconsegne, radiocontrollo, autoradio (nel senso di veicolo attrezzato), radiomobile, radiospia, etc.

¹⁰ Raymond Williams, *Televisione*, cit., p. 46. Utilizzo qui alcuni concetti esposti da Anna Manzato nella sua relazione ad un convegno dell'Associazione Italiana di Sociologia, Sezione processi culturali, tenuto a Milano il 10 e l'11 maggio 2000.

¹¹ Roland Barthes, *La grana della voce. Interviste 1962-1980*, Torino, Einaudi, 1981, p. 217.

¹² Devo il concetto di tappeto sonoro, e le osservazioni seguenti sulla "ritmizzazione", a Ugo Volli, di cui ho ascoltato un intervento tenuto alla Conferenza nazionale di Audiradio, a S. Margherita Ligure, il 30 giugno 2000. Anche per il significato del silenzio rimando a Volli, *Apologia del silenzio imperfetto*, Milano, Feltrinelli, 1991 e il libro della comunicazione, Milano, il Saggiatore, 1994, pp. 118-119.

"continuum musicale nel quale muoversi in ogni momento della giornata."¹³ Una fruizione musicale quasi in automatico, quasi "preintenzionale", una ritmizzazione e direzionalità (vettorialità) della propria vita; un "ritmo urbano",¹⁴ una interfaccia tra tempo sociale e tempo personale.

Altri invece danno la loro preferenza ad una programmazione parlata. Può trattarsi di una conversazione leggera, di accompagnamento, anche con telefonate degli ascoltatori, con una forte componente faticosa. Alcuni critici severi, particolarmente annidati nei settimanali e nei quotidiani ma talvolta anche negli istituti di linguistica delle università, demoliscono con argomenti corrosivi questa programmazione che spesso invece riesce benissimo nel suo specifico intento, quello di offrire alle persone, in un continuo bricolage di concetti e di pensieri, il tono e il ritmo della società a cui essi ritengono di appartenere. Una sorta di sintonia fine della regolazione sociale. Il pensiero corre al telefonino, alle ricorrenti chiamate con persone amiche e alla produzione di senso condiviso che questa pratica permette.

In realtà sia il telefonino che la radio, quando assolvono a funzioni connettive, premiano i loro utenti anche con la particolare soddisfazione di ciò che potremmo chiamare un potenziale (anche se illusorio) raddoppio del time budget. Nel comunicare mentre si cammina o nell'ascoltare mentre si lavora si reagisce all'ansia di un tempo che sembra non bastare mai, si ha l'impressione di mettere a profitto tempi obbligati (come le soste ai semafori), di raddoppiare le proprie facoltà espressive, di aderire ad una modalità dinamica che sembra propria di questa società, imitandola con una nostra rappresentazione dell'attivismo. È "il fascino della simultaneità, la scoperta che da un lato lo stesso uomo, nello stesso istante, passa per molteplici esperienze diverse, indipendenti e inconciliabili, dall'altro uomini diversi e in luoghi diversi vivono spesso la stessa esperienza; che in diversi punti della Terra, affatto isolati l'uno dall'altro, accade nello stesso tempo la stessa cosa - questo universalismo che la tecnica moderna ha rivelato all'uomo è forse la vera origine della nuova concezione del tempo e dei procedimenti saltuari e discontinui con cui l'arte moderna raffigura la vita."¹⁵

Credo significativo che questo brano, efficace testimonianza di polisemie, politeismi e pluralità di esperienze nella stessa persona, così vicino all'esperienza radiofonica, sia stato scritto cinquant'anni fa, quando questo tipo di radio quasi non esisteva, e per un motivo ben diverso: illustrare l'attività letteraria di Proust e Joyce.¹⁶ Come abbiamo notato parlando di Baudelaire, nell'arco di un secolo le testimonianze delle avanguardie sono diventate esperienza di massa.

In un mondo fatto di nicchie e di tribù molti di noi chiedono alla radio di aiutarli a riconoscersi nell'identità che hanno scelto e a specchiarsi in essa. Di coltivare il loro particolare mix di appartenenza e individuazione fornendo solo il senso di quella determinata identità, che può essere una scelta totale, come la scelta di fede, ma anche l'investimento di una parte della nostra persona o anche di ciò che stabiliamo che sia - come avviene nelle comunità virtuali della rete - senza coinvolgere tutto il resto. È una comunità di adesione e di riconoscimento¹⁷ che può essere anche temporanea, perfino della durata di una sola sessione di ascolto; una comunità senza membership e senza pagamento di quote, tessere e bollini, senza un momento vero e proprio di accettazione del nuovo arrivato, senza attività sociale e tenui riti di ingresso se non l'atto unilaterale di accendere la radio; una comunità largamente immaginata, ma non per questo meno reale: perché aperta, inclusiva, senza barriere.

¹³ Umberto Eco, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani, 1964, p. 299 e p. 311.

¹⁴ Ian Chambers, *Ritmi urbani*

¹⁵ Arnold Hauser, *Storia sociale dell'arte* (1953), IV voll., Torino, Einaudi, 1955-56, vol. IV, p. 373.

¹⁶ *Ibidem*, pp. 373-4.

¹⁷ Devo questi concetti ad un intervento di Chiara Giaccardi ad un convegno dell'Associazione Italiana di Sociologia, Sezione processi culturali, tenuto a Milano il 10 e l'11 maggio 2000.

La radio è il luogo dove questa identità viene confermata e rifornita di sempre nuovi complementi e addizioni; per fare un paragone, come quei programmi per computer che scaricano automaticamente da Internet i loro aggiornamenti. Qui l'ascolto è più attento, anche con componenti rituali. L'identità che è in gioco può essere la musica, una certa musica, dietro la quale più o meno chiaramente si disegna una figura sociale; ma anche un'identità culturale, o politica in senso più o meno stretto. Può essere un'entità geografica, etnica o linguistica, anche dialettale, o legata a particolari consumi culturali. L'importante è che quella specifica emittente sia percepita come uno dei luoghi dell'arcipelago su cui insiste tale identità. Di qui può nascere la partecipazione.

È stato spesso definito con l'espressione "radio di servizio" quel complesso di informazione, aggiornamento, previsioni meteorologiche, bollettini sul traffico e sulla navigazione, dati di borsa, messe a punto e aggiustamenti in diretta del nostro vivere sociale; ma si tratta di una definizione riduttiva. Certo sono informazioni che "ci servono", che ci rendono un servizio suggerendo comportamenti e pensieri, ma in realtà sono molto di più. Attraverso queste informazioni si sostanzia la partecipazione attiva ad una società, l'inclusione, e anche forme della competizione sociale. Barthes parla di "infra-saperi",¹⁸ collezioni di percezioni parziali, raccolta di indicazioni utili e curiosità, studio di particolari, che teniamo in memoria perché ci interessano, da essi traiamo qualche piacere, e su di essi moduliamo il nostro comparire nella società. La radiofonia permette di esplicitare queste funzioni in forma ripetuta e decentrata. Ad esse si affida l'ascoltatore per modulare i vari momenti e aspetti della sua vita quotidiana e per seguire quegli eventi la cui partecipazione diretta gli è per vari motivi (dalla lontananza fisica all'urgenza di altre occupazioni) preclusa.

Gli aggiornamenti informativi che ascoltiamo oggi, i notiziari, gli elenchi di dati, quotazioni, temperature o dati sul traffico sono solo apparentemente anodini. Segnalano implicitamente che non sono accadute cose più importanti di loro, perché altrimenti il contenuto sarebbe stato diverso;¹⁹ molti di essi ci sono magari indifferenti, qualcuno però si illumina di un significato particolare: perché parla delle quotazioni delle obbligazioni in cui abbiamo investito i nostri risparmi, o della transitabilità dell'autostrada che stiamo percorrendo, di una campagna o di un evento che stiamo seguendo. Ma non si tratta soltanto dei nostri minuti interessi particolari; queste notizie "spot" ribadiscono la presenza costante di un'arena pubblica, collettiva, che esiste (e di cui facciamo parte) anche se non si identifica in nessun luogo fisico esclusivo (i palazzi della politica o le istituzioni o le sale per riunirsi) e se la frequentiamo solo episodicamente.²⁰ Il formato radiofonico ci permette di scorrere questi brevi frammenti informativi con la rapidità della voce di uno speaker, smistando rapidamente le informazioni cui decidiamo di attribuire un grado più o meno altri di attenzione: così noi partecipiamo a nostro modo al vivere della società, al suo pulsare come corpo collettivo. Non c'è bisogno di scomodare lo splendido film "Good morning Vietnam"²¹, ma bastano le trasmissioni del primo mattino di molte emittenti radiofoniche dell'Italia di oggi per dimostrare come la radio "dia la sveglia" al paese, con un linguaggio fortemente timbrico, un moderno rito solare che evoca il mettersi in moto da ogni parte di persone, veicoli, attività, per costruire insieme la giornata che comincia a dispiegarsi anche con il nostro contributo, perché ad essa siamo connessi di momento in momento, un aggiornamento dopo l'altro, tramite le onde della radio.

Questa dunque è la nuova radio. Non è un apparato tradizionale, divenuto marginale per l'esproprio operato dalla televisione, circondato dall'affetto poco impegnativo per le cose nobili, colte e non più tanto utili. E' un vitale comparto economico, contraddistinto da una elevata pluralità di cui non troviamo tracce

¹⁸ Roland Barthes, *La camera chiara*, Torino, Einaudi, 1980, p. 30.

¹⁹ Joshua Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale* (1985), Bologna, Baskerville, 1993, pp. 146-7.

²⁰ Joshua Meyrowitz, *Oltre il senso del luogo*, cit., p. 146.

²¹ Di Barry Levinson, con Robin Williams e Forest Whitaker, Prod. Usa, 1987. La storia, ispirata ad un personaggio reale, del disc-jockey di una radio militare nella Saigon del 1965. È interessante notare che il cinema ha una intensa frequentazione con temi radiofonici; fino a tempi recenti, non altrettanto con la televisione, forse per motivi di intensa competizione. Cfr. Jim Harmon, *Radio mystery and adventure and its appearances in film, television and other media*, Jefferson-London, McFarland, 1992.

nell'asfissiante duopolio della televisione. Ma anche un contenitore per attività di non profit, di volontariato, di cultura e anche di preghiera. E' un luogo dove si offre lavoro qualificato ai giovani, compresi i nostri studenti. E' una fucina di novità tecnologiche, come la radio digitale. E' un esempio di rapporti pubblico-privato. E' un modo transnazionale, Europeo, americano, del Terzo e del Quarto mondo, insieme. I media studies, sono per la radio in ritardo rispetto all'oggetto del loro studio, che va molto più veloce di loro. Ci sono per questo ritardo, in Italia, molte ragioni. Non vorrei tralasciare la scelta di Ettore Bernabei di privilegiare lo sviluppo della televisione e la cooptazione di intellettuali che attorno a questo processo si coagulò. Un'intelligente ricercatrice, Lidia De Rita, con una committenza della Rai, si recò nel profondo Sud e documentò l'amore per la televisione di contadini analfabeti privi di corrente elettrica, che dovevano percorrere chilometri a piedi per raggiungere un apparecchio tv.²² La tv era il loro primo ingresso nella civiltà. La brillante ricerca e la bella prosa meridionalista colpirono anche gli ambienti intellettuali progressisti del tempo, e influirono sulla "Storia linguistica dell'Italia unita" di Tullio De Mauro, in cui è contenuto un giudizio sommario sul contributo della radio alla creazione di una lingua nazionale. Nel corso della sua ricerca la De Rita aveva trovato presso i suoi contadini arcaici ben cinque radio a transistor, che funzionavano benissimo anche senza la corrente elettrica, ma tutta presa dalla sua inchiesta sulla televisione e dall'ansia di dimostrare che essa, e nient'altro, costituiva il viatico per la modernità, non aveva nemmeno chiesto loro che uso ne facessero.²³

Discuteremo in questi giorni di questo ritardo, ricordando però che non è solo un fatto italiano anche se in Italia ha assunto forme peculiari, e constatando in tutti noi, e fuori di qui, grandi sforzi per superarlo. Quello che è certo, è che l'università italiana non può in questo campo (se non in tutti), muoversi in splendido isolamento. Occorrono molti collegamenti in più rispetto a quelli che abbiamo realizzato. La giuntura con gli studi linguistici sul parlato è ancora insufficiente. Modesto il rapporto con i musicologi. Non strutturato il rapporto con centri di ricerca esterni all'Università che pure realizzano ricerche importanti e in cui lavorano personalità di spicco della riflessione sulla radio. Ma soprattutto da sviluppare è il rapporto con le istituzioni del mondo radiofonico, a cominciare dalle emittenti e dalle loro associazioni, a cominciare da RNA che ha contribuito fattivamente ad organizzare insieme a noi questo incontro. E ancora la dimensione europea, nonostante la presenza qui di ospiti stranieri che ringraziamo, anche per la pazienza con cui hanno partecipato ad una iniziativa in cui l'ottica italiana è ancora prevalente.

Questo incontro non è il primo. Vorrei ricordare i convegni di Audiradio a Santa Margherita Ligure; un interessante incontro promosso dall'università di Teramo l'anno scorso, e altre iniziative. Tenendo conto di queste positive esperienze le "Giornate" sono state pensate in forma triangolare: i centri di ricerca accademici e no che si occupano da vari angoli prospettici della radiofonia (27 le Università presenti di 5 paesi), le emittenti, i protagonisti e i professionisti del lavoro radiofonico. Ci auguriamo che la formula sia felice: la ricerca sulla radio ha bisogno di impulso, ci sono notevoli esigenze formative che vanno colmate. A Siena ci abbiamo provato con una radio di Ateneo, Facoltà di Frequenza che ci aiuta e ci trasmette, e che ringrazio, e istituendo una laurea specialistica in Radiofonia e linguaggi multimediali che partirà a ottobre 2002. Ma si può fare molto di più e la formula di questo incontro, se dovesse funzionare, potrebbe essere arricchita e migliorata, anche con il lavoro in rete, e dare a tutti dei risultati tangibili.

Il nostro auspicio – confido di parlare per il nostro Dipartimento e per la nostra Università – è che la varietà e la ricchezza dei linguaggi radiofonici, l'innovazione tecnologica, i molteplici usi sociali del mezzo, la sua dimensione pubblica e partecipativa, trovino in queste "Giornate di lavoro" e in un clima di sereno lavoro in

²² Lidia De Rita, *I contadini e la televisione. Studio sull'influenza degli spettacoli televisivi in un gruppo di contadini lucani*, Bologna, il Mulino, 1964.

²³ Lidia De Rita, op. cit., pp. 55, 99, 102. Ho ricostruito tutto l'episodio nel mio: *Gli studi sulla radio a un punto critico*, in "Problemi dell'informazione", a. XXII, n. 2, 1997, pp. 166 - 178 (ora anche in <http://www.media.unisi.it/menduni/Download/radiopuntocritico.doc>)

comune i modi per crescere ancora e per intrecciarsi con le aspettative dei giovani e degli studenti, con la stessa impalpabile leggerezza con cui sono entrati nella nostra vita di ricercatori e di studiosi.

Siena, 23 novembre 2001