

LA NASCITA DELLA TELEVISIONE IN ITALIA¹

Enrico Menduni, Università Roma Tre

1. La nascita della televisione

La televisione era già pronta ad un'ampia diffusione prima della II guerra mondiale. Essa costituiva una risposta competitiva alla grande attrattiva del cinema sonoro, che minacciava il successo della radio, ed era stata sviluppata all'interno degli enti e delle imprese radiofoniche di vari paesi. Germania e Inghilterra avevano iniziato, sia pure con un numero di apparecchi molto modesto, un servizio regolare nel 1936. Ad essi si era aggiunta più tardi la Francia. Gli Stati Uniti avevano lanciato la televisione con gran clamore alla mostra internazionale di New York nel 1939. Italia ed Unione Sovietica, con tecnologia tedesca, cominciano i loro esperimenti nel 1938-39.

Il lancio della televisione fu accantonato per lo scoppio del secondo conflitto mondiale. Esso fu a tutti gli effetti un conflitto radiofonico, la prima vera guerra radiofonica dopo la guerra di Spagna. Un conflitto lasswelliano: aveva avuto larga diffusione il libro dell'americano Lasswell sulle tecniche di propaganda nel corso della Grande guerra, del 1927,² e le tecniche propagandistiche (oggi diremmo comunicative) che la precedente guerra mondiale aveva affinato e utilizzato su larga scala trovarono nelle trasmissioni radiofoniche (ubique, capaci di superare ogni fronte e ogni confine, capaci di arrivare senza che si capisse di dove venivano, un po' come oggi le telefonate dai cellulari) il loro contenitore e il loro formato più forte.³

La tv fu dunque un frutto del dopoguerra, un'annunciatrice del benessere e della pace ritrovata. Rinasce negli Stati Uniti già nel 1945; nel 1947 una conferenza internazionale a Atlantic City (luogo emblematico dei nuovi assetti mondiali) pianificò le frequenze su scala mondiale a tutto vantaggio dei paesi vincitori. Nel 1951 una trasmissione che sarebbe divenuta celebre, "See it now" con Edward Murrow, esordì presentando lo schermo diviso in due (*split screen*), da una parte il Ponte di Brooklyn e dall'altra il Golden Gate di San Francisco, in diretta.⁴ Un rito cerimoniale di unificazione catodica del paese che ricorda un analogo evento del 1869, quando nello Utah si congiunsero le due ferrovie che univano l'Atlantico al Pacifico.⁵

2. Televisione all'europea

¹ Il presente lavoro nasce come una relazione al convegno "Il miracolo economico" tenuto all'Università di Siena, Facoltà di Scienze politiche, il 19 gennaio 2006 e successivamente pubblicato, con modifiche e integrazioni, in: Il miracolo economico italiano (1958-1963), a cura di Antonio Cardini, Bologna, Il Mulino, 2006, pp. 115-139.

² Harold Lasswell, Propaganda technique in World War, New York, Peter Smith, 1927. Ma si possono citare anche Curzio Malaparte (Kurt Erich Suckert), Tecniche du coup d'État, uscito a Parigi nel 1931 e comparso in Italia solo dopo la guerra (Tecnica del colpo di stato, Milano, Bompiani, 1948) e il socialista tedesco in esilio Serguei Tchakhotine, Le viol des foules par la propagande politique, Paris, Gallimard, 1939.

³ Guerra e mass media: strumenti e modi della comunicazione in contesto bellico, a cura di Peppino Ortoleva e Chiara Ottaviano, Napoli, Liguori, 1994.

⁴ "See it now", di Edward R. Murrow e Fred W. Friendly, trasmessa dalla CBS e splendidamente ricostruita nel recente film Good Night, and Good Luck (2005) di e con George Clooney, nasce alla radio come "Hear it now" e si trasferisce nel 1951 in TV. Il programma di Murrow, che era stato corrispondente da Londra durante la guerra, fu il primo ad attaccare il senatore Joseph McCarthy. Fu cancellato dalla CBS nel 1958. (Erik Barnouw, Il canale dell'opulenza. Storia della televisione americana, Torino, Eri, 1981, p. 133.; Les Brown, Enciclopedia of television, Detroit, Visibile Ink, 1992³).

⁵ Mi riferisco alla cerimonia del "Golden Spike", il chiodo d'oro che il 10 maggio 1869, a Promontory Summit nello Utah, congiunse la Central Pacific e la Union Pacific Railroad. Per la ricostruzione della storia della radio e della tv negli Usa sono utili in italiano Erik Barnouw, Il canale dell'opulenza, cit.; versione abbreviata della monumentale History of Broadcasting in the United States of America in tre volumi: A Tower in Babel (fino al 1933), New York, Oxford University Press, 1966; The Golden Web (1933-53), ibidem, 1968; The Image Empire (dal 1953 in poi), ibidem, 1970; e Roberto Grandi, Radio e televisione negli Stati Uniti. Dal telegrafo senza fili ai satelliti, Milano, Feltrinelli, 1980.

Nell'Europa distrutta dalla guerra, le prospettive del nuovo mezzo erano diverse. All'interno di un continente diviso in due dagli accordi di Yalta, la televisione, al di là dei tentativi compiuti nell'anteguerra, si presentava come un elemento della ricostruzione e della pacificazione, un fattore di unità nazionale e di stabilizzazione geopolitica all'interno del blocco occidentale. Non si trattava soltanto di ricostruire fisicamente l'Europa dalle macerie dei bombardamenti, ma di rendere popolare e accettata la collocazione dei singoli paesi all'interno di un blocco politico-militare in cui gli Stati Uniti avevano il ruolo dei protagonisti. Questa era un'assoluta novità per chi aveva vissuto tra le due guerre ed era abituato a stati nazionali autosufficienti e in competizione fra di loro. La televisione aveva la possibilità di illustrare in ogni casa i vantaggi veri o presunti della nuova situazione politica ed esibire il benessere prima ancora che fosse materialmente arrivato nelle famiglie, anche attraverso la presentazione di esempi o storie presi dalla realtà americana o da quanto avveniva nelle parti più avanzate di ciascun paese. In questa che è stata chiamata la «socializzazione anticipatrice» la televisione occidentale avrebbe raggiunto risultati inarrivabili per la televisione del blocco sovietico. Il sistema sovietico puntava molto sui risultati che affermava di aver ottenuto nella sfera pubblica (scienza, tecnologia, ricerca spaziale), che in televisione apparivano come goffe «opere del regime», e non sui sentimenti e i consumi familiari, che rappresentano il vero specifico del *broadcasting*.

In Europa occidentale la televisione dei vari paesi rifletterà, fino all'inizio degli anni '80, le differenze nazionali, e si presenta strettamente contenuta dalle frontiere degli stati, con una ristretta circolazione internazionale. Queste differenze si manifestavano sia nel rapporto tra la televisione e i pubblici poteri, espressione di culture politiche diverse, sia nelle scelte dei programmi, dei generi e degli orari di trasmissione, che riflettevano un sistema di gusti e di priorità culturali specifico per ciascun paese. Tuttavia un modello europeo di televisione indubbiamente esiste e presenta vigorosi tratti in comune, a cominciare dalla concezione delle funzioni della tv e dei suoi rapporti con le istituzioni dello stato.

In primo luogo, la televisione è vista ovunque come parte di un «servizio culturale» che lo stato eroga potenzialmente a tutti i cittadini: il *broadcasting*, che si articola in radio e tv, gestite entrambe dalla stessa impresa pubblica. Per la delicatezza di tale servizio il potere politico si riserva una funzione di controllo, attraverso un ministero o un'autorità, e stabilisce gli standard. Come il telefono e la posta, la televisione – insieme alla radio – deve costituire un «servizio universale»; è considerato segno di civiltà che essa raggiunga anche le valli più sperdute, indipendentemente dal costo che ciò rappresenta per la collettività. Usufruire della tv diventa sempre più un diritto: per assicurarlo tutti i paesi europei ricorrono a un monopolio pubblico, con l'eccezione dell'Inghilterra che avrà una rete privata, controllata peraltro da un'autorità pubblica, dal 1955.

Quanto al rapporto con il mercato, esso è all'origine molto debole; la pubblicità è marginale o non ammessa, gli investitori faticano ad accedere a quella risorsa esigua e rara che è lo spazio pubblicitario televisivo. Le industrie produttrici di apparecchi televisivi non hanno alcun collegamento con il *broadcasting*; ne hanno invece con il potere politico che fissa gli standard, cioè in pratica esercita un arbitrato tra i vari interessi delle aziende radioelettriche nazionali e fra esse e le imprese internazionali, spalleggiate dalle diplomazie dei rispettivi stati.

L'assenza di un rapporto con il mercato non rappresenta nella fase di sviluppo della televisione un problema, perché c'è abbondanza di denaro. Gli investimenti iniziali della televisione sono pagati dai proventi della radio. Successivamente, il numero dei telespettatori cresce in continuazione e la saturazione dell'utenza è ancora lontana; nonostante gli elevati costi di investimento della rete e degli impianti, questa crescita garantisce un apporto costante di risorse. Ciò favorisce la percezione popolare della televisione come un mondo sfarzoso, popolato di un personale molto ben pagato e potente, a cui si può chiedere l'installazione di un ripetitore in una valle isolata o la realizzazione di un documentario, perché il denaro comunque non manca.

3. Gli enti televisivi nazionali

Ovunque il carattere pubblico della televisione favorisce la costituzione di grandi apparati culturali e amministrativi, connessi al sistema politico, e la creazione di grandi stabilimenti di produzione; in particolare di un corpo di realizzatori-funzionari che riescono a congiungere le necessità del lavoro creativo e ideativo con le logiche degli apparati e le subalternità che essi richiedono. Un lavoro non facile, punteggiato da incidenti e cancellazioni di programmi, e da avvicendamenti, rapide carriere o altrettanto

veloci cadute in disgrazia.

La nascita di un nuovo apparato pubblico, segnato da tutti i crismi del successo e del lusso, turba equilibri consolidati, suscita ostilità, resistenze, antagonismi. In tutti i paesi d'Europa gli apparati televisivi, e i loro sponsor politici, dovranno stabilire alcuni compromessi che permettano alla televisione di svilupparsi senza lasciarsi travolgere dalle resistenze coalizzate. Un primo compromesso è necessario con le opposizioni politiche, preoccupate da un aumento dell'influenza governativa sulla popolazione. Infatti, ovunque in Europa la televisione è stata controllata direttamente o indirettamente dall'esecutivo: al di là della volontà della classe politica, era la sua stessa natura di apparato funzionariale a collegarla direttamente al governo. Naturalmente la questione si poneva in modo più blando là dove l'opposizione era legittimata a governare, magari alle prossime elezioni: in questi casi l'istinto di conservazione dell'apparato lo spingeva a un certo equilibrio rispetto alle forze che, domani, avrebbero potuto esprimere i nuovi dirigenti. Tuttavia anche dove non esistevano queste condizioni di alternanza al potere un compromesso andava cercato, e sul terreno a cui la politica è più sensibile, l'informazione. La regola non scritta delle televisioni europee diventò questa: l'informazione sarà tendenzialmente favorevole al governo ma contenuta. La televisione rinunciava così a fare dell'informazione un genere di punta.

Altri compromessi, tuttavia, erano necessari. L'alta cultura, che dominava l'università, la produzione libraria e i commenti della stampa, voleva essere rassicurata sulla funzione formativa della tv, ma anche sul suo carattere divulgativo che significava, implicitamente, la sua collocazione a un livello culturale più basso di quello che le élite culturali occupavano. I giornali volevano la sicurezza che la pubblicità televisiva non erodesse la loro principale fonte di reddito. Il cinema non voleva perdere troppi spettatori: i film trasmessi in televisione dovevano essere pochi, vecchi, e trasmessi in giorni che non ostacolassero il cinema nelle sale. La scuola infine temeva la concorrenza con i modi più facili della televisione, assai attrattivi per i bambini e i ragazzi, e voleva una programmazione educativa che fosse complementare alla scuola e mai in conflitto con essa. In tutti questi campi fu più o meno rapidamente trovato un accordo; esso però fu realizzato in una logica di bilanciamento politico, comprimendo le grandi possibilità espressive della televisione.

Con queste premesse comuni, anche l'offerta di programmi delle varie televisioni europee ebbe caratteristiche simili.

Si trattava di un'offerta limitata e diretta dall'alto. Era una televisione in bianco e nero e con un solo canale, aperto per poche ore al giorno per non ostacolare lo studio, il lavoro, il riposo. Solo negli anni '60 arriverà il secondo canale che obbedirà a regole di complementarità rispetto al primo. Successivamente arriverà il colore, che provocherà un'altra guerra di standard, che sarebbe stata largamente evitabile, e una spaccatura che dividerà su due fronti le televisioni europee.

Questa televisione aveva un palinsesto settimanale: così si chiamava almeno in Italia l'elenco dei programmi, come un'antica pergamena «raschiata e scritta di nuovo» testimonianza di continue correzioni, modifiche, pressioni politiche. Nel palinsesto, ogni serata era dedicata a un diverso genere: si pensava dunque a una televisione di appuntamenti attesi con ansia («festiva»), che veniva accesa quando si era interessati a un determinato programma, non alla fruizione continua del televisore acceso come in America. Implicitamente, la televisione stessa invitava lo spettatore a essere selettivo. L'indice di ascolto, così importante per la televisione americana, non aveva alcun interesse per i dirigenti delle tv europee. Per loro era importante soltanto valutare il «gradimento» dei programmi, essere cioè rassicurati circa la loro qualità e la funzione svolta presso gli spettatori.

Il pubblico seguì con attenzione la televisione che gli era proposta; il gradimento tuttavia non può essere sopravvalutato, perché si trattava di una scelta obbligata, senza alternative. L'esperienza collettiva dei primi contatti con la tv si trasformò presto, senza rimpianti, in visione familiare. La televisione, nonostante gli alti costi degli apparecchi, dimostrò subito la capacità di perforare, anche con alti costi, il muro dei consumatori agiati, che furono i suoi primi acquirenti, per diventare un bene d'acquisto popolare. Con l'aumento del benessere e la formazione di una grande classe media, forte consumatrice di tv, il mezzo si allontanò anzi dai ceti benestanti e colti, a cui si tornò solo con la tv tematica a pagamento. Infatti il loro stile di vita preferiva la visione selettiva di pochi programmi televisivi, mentre la collocazione centrale dell'apparecchio nella casa era più adatta alla fruizione dei ceti popolari. Fenomeni di divismo televisivo, la popolarità di massa di trasmissioni di successo, o la rapida diffusione di locuzioni gergali, gesti e mode diffusi per televisione ne furono la prevedibile conseguenza.

4. Il caso italiano in radio e in televisione. Le premesse

In Italia l'Eiar aveva rappresentato una specie di anticipazione dell'Iri. Una società privata ma di interesse nazionale; l'industria piemontese, azionista, forniva il management; lo stato attraverso una legge ad hoc gli indirizzi e la direzione editoriale. Una convenzione venticinquennale avrebbe garantito continuità all'attività radiofonica. Tutto ciò fu deciso in un anno, tra il 1927 e il 1928.⁶ Gli abbonati erano pochi: ancora nel 1938 soltanto 965 mila, il che presuppone un ascolto collettivo in case del Fascio, sezioni dell'Opera nazionale del Dopolavoro e ritrovi vari, mentre la fruizione domestica della radio, rappresentava – molto di più di quanto si creda comunemente, retrodatando il benessere – un consumo vistoso⁷ riservato ad una élite. Al termine della guerra gli abbonati erano 1 milione e 646 mila.⁸ L'Eiar ha rappresentato una sorta di “variante autoritaria” dei principi del *Public service broadcasting* britannico, la BBC. Nelle parole del suo energico primo direttore generale, sir John Reith: “educare, informare, intrattenere”, in rigoroso ordine di apparizione.⁹

La radio italiana aveva una configurazione “stellare”, con una sede centrale a Roma e molte stazioni locali talvolta collegate fra loro, ma non sempre: una scelta dettata dalla tecnologia radioelettrica dell'epoca, più che un'opzione politica. Quando nel 1943 l'Italia si divide in due, le stazioni del Nord continuano a trasmettere come Eiar, dopo un primo periodo in cui vari programmi e discorsi del Duce giungono da Monaco di Baviera; dopo la liberazione di Roma l'Eiar diventa Rai, Radio Audizioni Italiane. Un documentario Luce mostra l'uscita degli impiegati Eiar dalla sede di Via Botteghe Oscure, proprio di fronte a quella che diventerà la sede del Pci, insultati e spintonati dalla folla che percorre Roma distruggendo i simboli del regime. Intanto nel Sud gli Alleati, risalendo la penisola, fondano nelle principali città vivaci emittenti radiofoniche gestite dal PWB, *Psychological Warfare Branch*. A Palermo vi lavora il caporale Misha Kamenetsky, italiano rifugiato di origine ebraica, che sarà poi Ugo Stille, corrispondente e direttore del “Corriere della sera”; a Napoli Antonio Ghirelli e Raffaele la Capria; a Bari Anton Giulio Majano e Antonio Piccone Stella, futuro direttore del telegiornale. Grande protagonista di queste radio, accanto all'aspetto informativo e propagandistico, è la musica americana.

⁶ La fonte più completa per la storia dell'Eiar, nonché della radio e della televisione in Italia fino ai giorni nostri è Franco Monteleone, Storia della radio e della televisione in Italia. Società, politica, strategie, programmi, 1922-1992, nuova edizione, Venezia, Marsilio, 2003 (per la costituzione dell'Eiar: pp. 45 sgg.). Utili risultano: Alberto Monticone, Il fascismo al microfono. Radio e politica in Italia (1924-1945), Roma, Studium, 1978; Antonio Papa, Storia politica della radio in Italia. Volume I: Dalle origini agli anni della crisi economica 1924-34; Volume II: Dalla guerra d'Etiopia al crollo del fascismo 1935-1943; Napoli, Guida, 1978; Gianni Isola, Abbassa la tua radio per favore... Storia dell'ascolto radiofonico nell'Italia fascista, Firenze, La Nuova Italia, 1990; L'immagine del suono. I primi vent'anni della radio italiana, Firenze, La Nuova Italia, 1991. Per il periodo successivo: Gianni Isola, Cari amici vicini e lontani. Storia dell'ascolto radiofonico nel primo decennio repubblicano, Firenze, La Nuova Italia, 1995; Adriano Bellotto, Gianfranco Bettetini, Questioni di storia e teoria della radio e della televisione, Milano, Vita e pensiero, 1986; Anna Lucia Natale, Gli anni della radio. Contributo ad una storia sociale dei media in Italia, Napoli, Liguori, 1990; Francesca Anania, Breve storia della radio e della televisione italiana, Roma, Carocci, 2004.

⁷ Per il quale rimando al classico Thorstein Veblen, La teoria della classe agiata (1899), Torino, Einaudi, 1949, particolarmente alle pp. 56-80.

⁸ Per questi dati mi permetto di rimandare all'Appendice I del mio Il mondo della radio. Dal transistor a Internet, Bologna, il Mulino, 2001, p. 235-236.

⁹ Su John Reith, Asa Briggs, The History of Broadcasting in the United Kingdom, vol. I, London, Oxford University Press, 1961, part. alle pp. 135-142 e 250: “usare un'invenzione scientifica così grande [come la radio] soltanto a scopo di intrattenimento - sosteneva Reith - sarebbe una mercificazione dei suoi poteri e un insulto al carattere e all'intelligenza del popolo.” Di Reith va visto in particolare Broadcasting over Britain, del 1924, in forma di manifesto. Cfr. anche Tom Burns, La Bbc tra pubblico e privato, Torino, Eri, 1979, pp. 33-34; Enrico Menduni, La più amata dagli italiani. La tv tra politica e telecomunicazioni, Bologna, il Mulino, 1996, pp. 13-14, e ora M. Hibberd, Il grande viaggio della Bbc. Il servizio pubblico britannico dagli anni Venti all'era digitale, Roma, Rai-Eri, 2006.

Con il dopoguerra, appena cessa il “vento del nord” la struttura stellare della radio è sostituita prima da un accorpamento in due reti (la Rete Rossa a Roma e quella Azzurra da Milano e Torino) e quindi da un accentramento a Roma di grandissima parte delle trasmissioni, che ha trasparenti fini di controllo politico. Tuttavia in radio vi è un forte blocco di cattolici intransigenti e di esponenti del partito d’azione, specie nel gruppo torinese. Dovendo ricostruire la radio, allontanandosi dai modelli fascisti, la via da seguire appare naturalmente quella inglese: un personaggio chiave è Giovan Battista Angioletti, caporedattore per la cultura del “Giornale radio”, che viaggia continuamente, soprattutto in Inghilterra, studiando i modelli (oggi diremmo “i formati”) con cui rifondare la radio italiana. Il combinato disposto del cattolicesimo rigoroso, del Partito d’Azione, della frequentazione del *public service* inglese è un particolare tono anglofilo, colto, talvolta ispirato e mistico. Come vedremo, per la TV le cose andranno diversamente. L’influsso americano, sia pure temperato dal riferimento d’obbligo al *public service*, sarà assai più marcato.

5. Dopoguerra e televisione

Generalmente si considera compiuta la ricostruzione italiana nel 1953, quando sono ricostruite le risorse auree e viene raggiunto il pareggio dei conti con l’estero. Comincia, ma nessuno se ne accorge tra il duro lavoro nelle fabbriche e nei cantieri, il miracolo economico. Il paese comincia ad esportare i manufatti del benessere (elettrodomestici, motociclette, automobili, macchine da scrivere, tessuti) e si avvicina il momento in cui esso stesso potrà goderne. In questo stesso clima economico e culturale, l’Italia si accinge a lanciare la televisione. Di questo fondamentale passaggio cominciamo a sapere abbastanza, in termini di storia specialistica dell’apparato televisivo, dei programmi e generi, dei rapporti (spesso critici) con gli intellettuali. Sappiamo assai meno delle connessioni tra l’inizio della TV, lo sviluppo economico, la politica.

Il passaggio determinante è costituito dalla nuova convenzione ventennale tra lo Stato e la Rai del 1952. La si può vedere come un ottimo esempio della continuità dello stato;¹⁰ essa infatti non è che il rinnovo della vecchia convenzione venticinquennale tra lo Stato e l’Eiar del 1927, che veniva a scadere nel 1952 e di cui la Rai era considerata l’erede naturale. Questa convenzione¹¹ pose tutte le premesse normative e finanziarie per l’attività televisiva, estendendo esplicitamente il monopolio dall’attività radiofonica a quella radio-televisiva, e accentuò il carattere para-pubblico della Rai, che era formalmente un’impresa privata, stabilendo l’obbligo di una maggioranza assoluta dell’Iri¹²; ben 6 consiglieri di amministrazione (su 16) erano di nomina ministeriale. Il rinnovo della convenzione avvenne per decreto e in sordina, totalmente fuori della sfera decisionale del Parlamento, e l’opposizione di sinistra a malapena se ne accorse.

A poco più di un anno dalla firma della convenzione, iniziavano le trasmissioni televisive, il 3 gennaio 1954. Dalla fine del 1956 la rete arriva in tutta Italia, anche se il completamento tecnico avverrà nel 1960. Tempi rapidissimi dunque, che ricordano gli 8 anni del completamento dell’Autostrada del Sole,¹³ e una progressione di abbonamenti che passa dagli 88 mila abbonamenti del 1954 al milione del 1958, ai due milioni del 1960, ai 5 milioni del 1965 in cui avviene il “sorpasso” sulla radio.¹⁴ Nel 1955 viene presentata la Fiat 600 e inizia in Italia la motorizzazione di massa, anche perché per la prima volta è possibile acquistare l’auto a rate. C’è una forte concordanza tra la crescita della motorizzazione e lo sviluppo della televisione, una sintonia tra mobilità materiale e la mobilità “virtuale” (il desiderio di mobilità sociale) incarnata dal televisore. Un raffronto da me operato sui tassi di crescita delle immatricolazioni di auto e degli abbonamenti televisivi (che qui riporto in appendice) mostra non soltanto la stessa pendenza del grafico,

¹⁰ Per questa interpretazione mi permetto di rimandare al mio Televisione e società italiana, 1975-2000, Milano, Bompiani, 2002, p. 31.

¹¹ Dpr 180 del 26 gennaio 1952. Su tutta la vicenda vedi Franco Monteleone, op.cit., pp. 246 sgg.

¹² Precedentemente la maggioranza delle azioni era di proprietà della Sip (allora Società Idroelettrica Piemontese), nella quale l’Iri aveva una posizione di controllo minoritario.

¹³ Enrico Menduni, L’Autostrada del Sole, Bologna, Il Mulino, 1998.

¹⁴ Enrico Menduni, Il mondo della radio, cit., Appendice I, pp. p. 235-236; Istat, Sommario di statistiche storiche, 1926-1985, Roma, 1986, pp. 28 e 99. Per ribadire il nesso tra televisione e benessere, che non esiste per la radio, conviene notare che gli abbonamenti alla radio non sono mai andati oltre il picco di 6 milioni nel 1958 (51,1% delle famiglie italiane), mentre la Tv supera nel 1971 i 10 milioni (64,7% delle famiglie) e procede gradatamente fino agli attuali 19 milioni, a cui va aggiunta un’area consistente di evasione. L’abbonamento televisivo consente di utilizzare legalmente anche la radio.

ma per molti anni addirittura gli stessi valori assoluti. Motorizzazione privata e Tv sono la prosecuzione l'una dell'altra.

6. Modernità e/o clericalismo?

Alla sensazione di grande efficienza che la Rai emana, si aggiunge oggi un giudizio storico prevalente che vede nella prima televisione una programmazione clericale, sorvegliata, bigotta. Questo giudizio è stato espresso per la prima volta in un libro, per molti versi ancora utilissimo e illuminante, di Arturo Gismondi, nel 1956.¹⁵ Gismondi realizzò anche uno scoop, pubblicando in appendice al libro un documento riservato, le "Norme di autodisciplina per le trasmissioni televisive", nel quale erano dettagliatamente indicate tutte le situazioni scabrose, prevalentemente legate alla morale sessuale, che andavano tassativamente evitate. Queste intenzioni censorie vengono generalmente riferite all'amministratore delegato Ing. Filiberto Guala. Egli giunge alla Rai come amministratore delegato nel 1954, dopo un severo discorso di Pio XII sui pericoli per la morale insiti nel cinema e nel nuovo mezzo televisivo.¹⁶ Nel 1956 si sarebbe dimesso da tutte le cariche per poi prendere i voti (1960) come frate trappista. La sua vocazione è stata intesa come un definitivo suggello alle "Norme di autodisciplina" ed ha assecondato quella che con grande finezza è stata chiamata "aneddotica retrospettiva".¹⁷ Insomma, la vita in convento avrebbe avvalorato e reso credibile un atteggiamento censorio precedente, la "penetrazione clericale";¹⁸ un giudizio da allora condiviso un po' da tutti.

In realtà la pubblicazione di un documento, pur autentico, non è prova assoluta di una sua larga e fiscale applicazione e peraltro il testo non è nemmeno riconducibile a Guala.¹⁹ Va ricordato che, prima di approdare alla Rai, Guala, ingegnere torinese dirigente della Società Acque Potabili, era stato efficientissimo ed energico presidente dell'Ina Casa, un piano di edilizia popolare tra pubblico e privato voluto da Amintore Fanfani. Esponente del gruppo dossettiano della Dc, fu uno dei pochi ad essere influenzato dal pensiero sociologico americano e a conoscere gli Stati Uniti.²⁰ Alla Rai organizzò, caso unico, un corso di formazione per il reclutamento di funzionari, da cui uscirono i migliori dirigenti Rai degli anni successivi, i cosiddetti "corsari".²¹ La nostra tesi è che la sua figura fu determinante per conferire alla nascente televisione italiana un imprinting americano, e quindi un ruolo centrale dell'intrattenimento, per quanto era possibile nella rigida cornice del tempo.

¹⁵ Arturo Gismondi, La televisione in Italia, Roma, Editori Riuniti, 1958, part. pp. 74 sgg. Gismondi, di cui si può vedere anche Il mondo con le antenne (Roma, Editori Riuniti, 1964) era un giornalista comunista autore di brillanti inchieste sulla Rai molto citate anche al di fuori della sua parte politica.

¹⁶ "Noi crediamo opportuno osservare che la normale vigilanza che deve essere esercitata dall'autorità responsabile del pubblico spettacolo non è sufficiente per le trasmissioni televisive al fine di eseguire un servizio ineccepibile dal punto di vista morale (...). A nessuno è lecito contemplare inerte i rapidi sviluppi della televisione... né dinanzi al verificarsi di eventuali abusi, ai cattolici basterà di starsene semplicemente a deplorarli, quando invece sarà necessario additarli con segnalazioni ben precise e documentate alle pubbliche autorità... Così Arturo Gismondi, op.cit., pp. 77-78. Il testo dell'intervento papale in Enrico Baragli, Cinema cattolico, Roma, Città Nuova, 1965.

¹⁷ Folco Portinari, Di un diverso umanesimo, televisivo, in Televisione. La provvisoria identità italiana, a cura di Gianfranco Bettetini e Aldo Grasso, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli, 1985, pp. 113-118, cit. p. 113.

¹⁸ Così Arturo Gismondi, op.cit., pp. 74 sgg., utilizzando inconsciamente un sostantivo che la Rai non usava volentieri.

¹⁹ Il codice di autocensura è finalizzato a "giungere, prima ancora che il servizio regolare abbia inizio, a una preordinata disciplina" (Arturo Gismondi, op.cit., p. 158). Dunque dovrebbe essere stato emanato nel 1953. Colpisce tuttavia che vi uno stesso argomento del citato discorso papale (del 1954), ossia l'inadeguatezza della normale vigilanza che viene esercitata sui pubblici spettacoli. Tra i due testi vi è evidentemente un nesso (le parole usate sono quasi identiche) e forse una comune fonte autoriale.

²⁰ Su cui adesso Antonio Catolfi, Televisione e politica negli anni Sessanta, Urbino, Quattroventi, 2006.

²¹ Enciclopedia della radio, a cura di Peppino Ortoleva e Barbara Scaramucci, Milano, Garzanti, 2003, *ad vocem*. Tra i corsari Fabiano Fabiani, Emmanuele Milano, Angelo Guglielmi, Umberto Eco, Gianni Vattimo, Furio Colombo.

7. Tv all'americana

Di una "american way of television" a proposito della Rai si parla da venticinque anni:²² è la relazione di minoranza rispetto ad una ricostruzione prevalente basata su valori tradizionali, su una egemonia di intellettuali umanistici e di una cultura dello spettacolo di estrazione teatrale. La differenza non è irrilevante: chi enfatizza la natura culturale ed educativa, nazionalpopolare in senso alto, della tv del monopolio tende a vedere il successivo avvento della tv privata e della "neotelevisione" come un vulnus, l'irruzione violenta di barbari e mercanti, la distruzione di un progetto pedagogico. E' invece possibile pensare ad una televisione italiana particolarmente attratta dalla tv americana, più di qualsiasi altra tv nazionale europea, pur all'interno di due principi irrinunciabili (il monopolio e la direzione cattolica), e capace per questo di realizzare un "contratto comunicativo" con il proprio pubblico che già incorpora l'intrattenimento ed è pertanto predisposto all'avvento di una futura televisione commerciale e tale da decretarne il successo.

Di questa "vocazione al *loisir*", possiamo individuare due radici, una nazionale e l'altra importata. Quella autoctona, per così dire, risale ad una vocazione canzonettistica, particolarmente napoletana, e ai generi "bassi" del teatro e poi del cinema (dalla commedia dell'arte al varietà) per i quali l'Italia è stata, anche in epoca premediale, un punto di riferimento mondiale.²³ Con una piccola forzatura, potremmo dire che fra radio e televisione si stabilisce fin da subito una dialettica cultura alta/cultura bassa. La seconda radice è rappresentata dal mito americano, che negli stessi anni si afferma come filosofia di vita, come aspettativa di consumo e come speranza di benessere.²⁴ Lo strumento principe è la diffusione del cinema hollywoodiano; vale la pena di ricordare che nel 1953 nasce anche il personaggio "mericano" Nando Moriconi di Alberto Sordi,²⁵ e che del 1956 è la canzone "Tu vuo' fa l'americano" di Renato Carosone.²⁶ Insomma, all'interno della Rai non vi sarebbe solo una dialettica radio/televisione di tipo alto/basso, ma anche un duplice sistema di riferimenti internazionali (Inghilterra per la radio/Stati Uniti per la tv). Anche la televisione si iscrive necessariamente nel servizio pubblico, e non potrebbe essere diversamente, ma con un'attenzione diversa all'elemento commerciale e all'affermarsi di una cultura del consumo in Italia, che su di essa puntò in maniera determinante come elemento di socializzazione dei consumatori negli anni in cui compaiono in Italia i primi supermercati. La Bbc, occorre ricordarlo, non prevedeva la pubblicità. Se tutto ciò fosse vero, vi sarebbe un motivo in più per spiegare, vent'anni più tardi, l'immediata presa della tv commerciale.

Sergio Pugliese, direttore dei programmi, trascorse sei lunghi mesi in America in un vero e proprio viaggio di formazione; anche Garinei e Giovannini trasvolavano spesso ad Hollywood.²⁷ Ma il personaggio chiave di questa mediazione interculturale fra le due rive dell'Atlantico è Mike Bongiorno. E' lui che compare il primo giorno della tv italiana subito dopo le presentazioni ufficiali, presentando il programma "Arrivi e partenze", dedicato a personalità importanti di passaggio dall'Italia e molto vicino alla sua cifra stilistica di mediatore fra culture diverse. Sarà lui a lanciare nel 1955 il quiz che sarà la vera "killer application" della tv italiana per la crescita esponenziale degli abbonati e del successo, nonché il più forte anello di congiunzione con i palinsesti americani. "Lascia o raddoppia?" riprenderà il famosissimo "The \$

²² American way of television. Le origini della Tv in Italia, a cura di Gianfranco Bettetini, Firenze, Sansoni, 1980; in particolare i saggi di Aldo Grasso, Vedere lontano, e di Giovanni Buttafava, Un sogno americano. Quiz e riviste tv negli anni cinquanta.

²³ Sul ruolo di Napoli Peppino Ortoleva, Mediastoria, Parma, Pratiche, 1995, pp. 226-228.

²⁴ Franco Monteleone, Storia della radio e della televisione in Italia, cit., pp. 320-327; Stephen Gundle, I comunisti italiani tra Hollywood e Mosca. La sfida della cultura di massa 1943-1991, Firenze, Giunti, 1995; Ennio Di Nolfo, Documenti sul ritorno del cinema americano in Italia nell'immediato dopoguerra, in Gli intellettuali in trincea, a cura di Saveria Chemotti, Padova, CLEUP, 1977; L'America arriva in Italia, n. speciale di "Quaderni storici", aprile 1985, a cura di David Ellwood e Adrian Lyttelton, Hollywood in Europa, a cura di Gian Piero Brunetta e David Ellwood, Firenze, La Casa Usher, 1991.

²⁵ Il personaggio nasce con "Un giorno in pretura" di Steno (Stefano Vanzina), film a episodi con Peppino De Filippo, Silvana Pampanini, Alberto Sordi, Sophia Loren, Walter Chiari, Italia, 1953. Successivamente esce "Un americano a Roma", sempre di Steno, con Alberto Sordi, Italia, 1954.

²⁶ Musica di Renato Carosone, testi di Nisa (Nicola Salerno).

²⁷ Aldo Grasso, Vedere lontano, cit., p. 18.

64,000 Question". Molti sono abituati a pensare a Mike Bongiorno come un semplice presentatore televisivo, come uomo medio di una tale banalità che l'uomo comune si sentirebbe, di fronte a lui, rassicurato nelle sue doti mentali. La responsabilità di questa interpretazione ricade integralmente sull'esilarante saggio dedicatogli da Umberto Eco²⁸ ma la biografia di Mike Buongiorno, almeno per quanto se ne sa,²⁹ fa di lui non solo un presentatore ma un consulente, un mediatore, un testimonial del sogno americano. Ad un occhio attento alcuni dettagli della sua biografia che abbiamo ricostruito in nota (il lavoro per l'OSS inglese durante la guerra, lo "scambio di prigionieri" che gli restituì la libertà, il lavoro per la radio internazionale Usa, il "tesserino del Dipartimento di Stato") ne fanno un uomo sicuramente gradito al governo americano e alla potente ambasciatrice a Roma, Claire Boothe Luce,³⁰ e forse qualcosa di più. Non si è sinora notata la stranezza, e l'azzardo, di aver iniziato le trasmissioni del nuovo medium con una persona esterna alla Rai, che prima di allora non aveva mai condotto alcuna trasmissione alla radio italiana, che era sconosciuto alla gran parte del pubblico e parlava un italiano dal pesante accento. Una mossa del genere è giustificabile solo con l'assoluta fiducia riposta in Mike dai massimi vertici dell'azienda e alla deliberata intenzione di dare una segno americanizzante, e moderno, al nuovo medium.

8. Televisione e vita italiana

La televisione dunque fornisce i modelli sociali del consumo; letteralmente: insegna a consumare. Fa conoscere le marche, i prodotti, spiega come usarli (ad esempio, come si fa il the) e perché sono importanti. Ciò passa naturalmente attraverso la sorvegliata pubblicità televisiva di Carosello (1957-1977), dove il messaggio promozionale è contenuto da precise regole stilistiche e narrative, ma passa trasversalmente nell'intera programmazione. Un modello pedagogico indubbiamente c'è, ma esso si incarica anche di educare alla modernità. Da questo punto di vista, il quiz è paradigmatico. E' una trasparente metafora dell'ascesa sociale attraverso il duro studio che separa il concorrente dalla gente comune dalla quale pur proviene; ne fa un centauro, una figura composita che con doti di abnegazione non comuni vuole liberarsi dalla sua condizione di anonimato e di penuria. La preparazione specialistica, le domande rivolte dal presentatore ma preparate da un'invisibile commissione di esperti, la partecipazione fuori campo del notaio: tutto ricorda un concorso statale, allora la via maestra per conquistare un posto

²⁸ Umberto Eco, Fenomenologia di Mike Buongiorno, in Verso una civiltà della visione? In "Pirelli", gennaio-febbraio 1961, poi in Diario minimo, Milano, Mondadori, 1963: "Il caso più vistoso di riduzione del «superman» all'«everyman» lo abbiamo in Italia nella figura di Mike Bongiorno e nella storia della sua fortuna. Idolatrato da milioni di persone, quest'uomo deve il suo successo al fatto che in ogni atto e in ogni parola del personaggio cui dà vita davanti alle telecamere traspare una mediocrità assoluta unita (questa è l'unica virtù che egli possiede in grado eccedente) ad un fascino immediato e spontaneo spiegabile col fatto che in lui non si avverte nessuna costruzione o finzione scenica (...). Mike Bongiorno convince dunque il pubblico, con un esempio vivente e trionfante, del valore della mediocrità. Non provoca complessi di inferiorità pur offrendosi come idolo, e il pubblico lo ripaga, grato, amandolo. Egli rappresenta un ideale che nessuno deve sforzarsi di raggiungere perché chiunque si trova già al suo livello. Nessuna religione è mai stata così indulgente coi suoi fedeli. In lui si annulla la tensione tra essere e dover essere. Egli dice ai suoi adoratori: voi siete Dio, restate immoti." (p. 29 dell'ed. Bompiani, Milano, 1992).

²⁹ La migliore fonte diretta sulla vita di Mike Buongiorno è la lunga intervista televisiva realizzata da Vincenzo Mollica del Tg 1 della Rai e trasmessa il 23 maggio 2004, alla vigilia del suo ottantesimo compleanno (alcuni brani sono presenti in www.mollica.rai.it/bazar/doreciakgulp.htm). Da scarse voci di enciclopedia e dalle biografie presenti sui siti Internet di Rai e Mediaset sappiamo che è nato a New York da padre italo-americano e da madre piemontese nel 1924, che ha frequentato il ginnasio e il liceo a Torino negli anni Trenta, collaborando anche a "La Stampa". Durante la guerra avrebbe partecipato alla Resistenza e collaborato con l'OSS inglese. Arrestato e tradotto nel carcere milanese di San Vittore (dove avrebbe conosciuto Indro Montanelli) per sette mesi, sarebbe stato successivamente trasferito in vari campi di concentramento tedeschi, prima di essere liberato grazie ad uno scambio di prigionieri tra Stati Uniti e Germania. Dopo la guerra ritorna a New York dove lavora presso la stazione radiofonica del quotidiano "Il progresso italo-americano", per le trasmissioni in italiano de "The voice of America", la radio internazionale del governo americano, realizzando anche servizi giornalistici sull'America per la radio della Rai, favorito, è lo stesso Buongiorno a dirlo a Mollica, da un tesserino del Dipartimento di Stato che lo fa entrare ovunque. Presentato a Vittorio Veltroni, direttore del Giornale radio, sarà da lui molto apprezzato e poi invitato a rimanere in Italia nel 1953.

³⁰ Clare Boothe Luce (1903-1987), moglie del fondatore ed editore di "Time" Harry Luce, giornalista e commediografa, senatrice repubblicana, convertita al cattolicesimo nel 1947, ambasciatrice in Italia dall'aprile 1953 al 1956.

impiegatizio sicuro, lontano dalle asprezze e precarietà del lavoro manuale. Anche il premio di consolazione di “Lascia o Raddoppia?”, una Fiat 600, ricorda la mobilità. Nei primi due anni della trasmissione, gli aspiranti concorrenti furono (sembra incredibile) 307.906.³¹

Con il quiz la televisione si afferma prepotentemente. Marginalizza la radio. Uccide il fotoromanzo. Strangola a morte il cinegiornale. Contende al cinema il primato dell’immaginario. Sfida i giornali a parlare sempre più di lei. Sebbene sia vista con sospetto e diffidenza dagli intellettuali, in particolare quelli di sinistra,³² l’opinione più diffusa è che il suo arrivo abbia coinciso con un marcato mutamento culturale, che la radio non era mai riuscita a realizzare (anche perché, come abbiamo visto sopra, solo metà delle famiglie ne era dotata). Anche coloro che valutavano negativamente tale trasformazione erano disposti ad ammetterla.

La pubblicazione di inchieste e statistiche, più alcuni saggi e imprese collettive hanno consolidato questo punto di vista già negli anni Sessanta. Alcuni dati sembravano mostrare un drastico effetto di sostituzione che la televisione aveva operato sulla radio; si vedano ad esempio queste cifre, tratte da una pubblicazione Rai del 1964:

**Audience della televisione e della radio e altre attività
degli italiani di 18 anni e oltre, ore 21,15-21,30, dicembre 1963³³
(dati in percentuale)**

	Possiede radio e tv	Sola radio	Nè radio nè tv
Guardano la tv in casa	63	--	--
Guardano la tv fuori casa	5	19	17
Ascoltano la radio in casa	--	10	--
Altre attività domestiche	15	47	64
Altre attività extradomestiche	14	18	15
Non classificati	3	6	4
Totale	100	100	100

Secondo questa inchiesta nessuno dei proprietari di apparecchi televisivi avrebbe più ascoltato alla sera la radio, che pure aveva; perfino tra i possessori del solo apparecchio radio la visione della televisione, in luoghi collettivi o a casa di amici e parenti, quasi doppierebbe l’ascolto serale della radio, ridotto ad un misero 10%. Insomma, sembra dire l’indagine, basta il possesso o la vicinanza di un apparecchio tv perchè la radio venga abbandonata; una conclusione probabilmente affrettata.³⁴

Una inchiesta di Lidia De Rita, “I contadini e la televisione”,³⁵ influenzò profondamente la cultura degli anni Sessanta e Settanta; attribuendo alla sola televisione il ruolo della socializzazione primaria, anticipatrice di un benessere ancora lontano. Essa però si era svolta in un ambiente estremo, una borgata di assegnatari della Riforma fondiaria in Lucania, totalmente priva di energia elettrica, salvo che in un locale al centro della borgata dove i contadini si recavano, con un lungo cammino, per assistere (a pagamento)

³¹ 1956-57. I primi due anni di “Lascia o Raddoppia?”, Roma, Edizioni Radio italiana, 1958, p. 261.

³² Pinto; M. Horkheimer e Th.W. Adorno, *Dialettica dell’illuminismo*, (1947), Torino, Einaudi, 1966.

³³ Fonte: C. Livi, *Il pubblico*, in Rai, *Dieci anni di televisione in Italia*, Roma, Staderini, 1964, p. 324. Nelle tre colonne erano indicate, in percentuale, le modalità di utilizzazione del tempo da parte di coloro che possedevano radio e tv, oppure la sola radio, o nessuna dei due. Non erano indicate le quantità; nè era contemplata la possibilità del possesso del solo televisore. Da altre fonte sappiamo che in quell’anno circa 300.000 famiglie possedevano la tv e non la radio (Rai, *Annuario 1964*, pp. 319).

³⁴ L’indagine era condotta nelle ore della giornata più sfavorevoli alla radio. Nel febbraio-marzo dello stesso anno il Servizio opinioni della Rai aveva realizzato una vasta inchiesta speciale sul pubblico radiofonico che aveva dato risultati ben più favorevoli. Alle ore 21 erano all’ascolto della radio il 15% degli abbonati complessivi, oltre 1.350.000 persone. Cfr. Rai, *Annuario 1964*, pp. 312-324.

³⁵ L. De Rita, *I contadini e la televisione. Studio sull’influenza degli spettacoli televisivi in un gruppo di contadini lucani*, Bologna, il Mulino, 1964. L’inchiesta, finanziata dalla Rai, è del 1959.. Cfr. in particolare i capitoli 6-8.

agli spettacoli televisivi. È evidente che in una simile condizione-limite la tv aveva “bruciato” la radio; la De Rita, del resto, non approfondisce il possesso (che a noi appare significativo) di radio funzionanti a pila da parte di alcuni dei contadini intervistati.³⁶

Il volume collettivo “Televisione e vita italiana”, curato dalla Segreteria centrale della Rai nel 1968,³⁷ rappresenta la vera tematizzazione dell’influenza della televisione nella vita del paese. La modernizzazione del paese con l’avvento della tv, che era indubbia, non richiedeva i modi enfatici che furono usati in quella sede: per Francesco Alberoni la cultura italiana del 1954 “è ancora una cultura orale, come in Africa, come in Melanesia”³⁸ e la radio, al pari del cinema, merita solo frettolose citazioni. Analoga sottovalutazione in Pierpaolo Luzzatto Fegiz; esaminando i dati di ascolto della radio e della televisione secondo un’inchiesta Doxa del ‘65, semplicemente omette di commentare l’ascolto, ancora maggioritario, della radio.³⁹

Il maggior contributo è tuttavia quello di Tullio De Mauro. A partire dalla “Storia linguistica dell’Italia unita” (1963), e in vari saggi successivi,⁴⁰ egli ha stabilito il fondamentale apporto della televisione alla costruzione di una lingua nazionale: documentata dai molti rimandi in nota è l’influenza della De Rita e di Luzzatto Fegiz. De Mauro, nel contempo, riduce di molto la portata della radio; pur riconoscendole infatti il merito di essere per prima penetrata nei ceti meno abbienti della popolazione, dove il giornale quotidiano non era mai arrivato, egli considera secondari e minori gli effetti della radio sulla lingua nazionale per il carattere “formale” e “standardizzato” del suo parlato, contrapposto all’informalità e alla varietà del parlare televisivo. Un giudizio poco accurato.⁴¹

9. Provvisoria conclusione

Il giudizio che si è consolidato dalla fine degli anni ‘50 - mai sottoposto a revisione - individua nella televisione un elemento di progresso (e se ne serve come un ferro di lancia contro conservatorismi di destra e di sinistra), enfatizzando il suo ruolo anche rispetto ad altri media e perfino alle attività della Rai, come la radiofonia. Lo storico degli anni del “Miracolo economico” può facilmente sottrarre questa dialettica agli specialisti della storia dei media e riscontrare importanti analogie con quanto si stava compiendo in altri comparti delle partecipazioni statali: la siderurgia, il cemento, le autostrade, il petrolio. L’azione modernizzante, in particolare della corrente fanfaniana della Dc, utilizzava i successi delle partecipazioni statali – veri o presentati come tali – per tenere a bada il moderatismo centrista e dialogare con il Partito socialista. La tv appariva allora come un comparto oggettivamente moderno, ma gestito in maniera proprietaria dalla Dc, soprattutto nel comparto dell’informazione che (non solo allora) i politici consideravano erroneamente la parte più rilevante della programmazione. Per il Partito socialista la Rai, in una prospettiva di governo, appariva come una postazione importante della “stanza dei bottoni” e un luogo ove contare di più, forse moltiplicando mediaticamente le proprie forme molto inferiori sul piano organizzativo a quelle democristiana e comunista. Ma questo ci spingerebbe fuori dei confini temporali che ci siamo assegnati; dovremmo esaminare l’inizio delle trasmissioni di “Tribuna elettorale” (1960), in cui è necessario ravvisare alcune rilevanti “prove tecniche di centrosinistra. E parlare della decisa modernizzazione televisiva con le Olimpiadi di Roma (1960), dell’avvento del Secondo canale (1961), e soprattutto dell’arrivo alla Rai di Ettore Bernabei, che la diresse fino al 1974. Bernabei avrebbe dedicato gran parte dei suoi sforzi alla crescita della televisione. Per lo sviluppo del nuovo mezzo era necessario un apparato nuovo, tutto da costruire: un buon banco di prova per l’attivismo fanfaniano del nuovo direttore. L’organigramma della radio, all’interno dell’azienda, era complesso, stratificato, ricco di tradizione; con

³⁶ L. De Rita, I contadini e la televisione, cit., pp. 55, 99, 102.

³⁷ AA.VV., Televisione e vita italiana, Torino, Eri, 1968.

³⁸ F. Alberoni, Presenza della tv in Italia (1954-1966), in Televisione e vita italiana, cit., p. 15

³⁹ P.P. Luzzatto Fegiz, Dimensioni del fenomeno tv in Italia, ibidem, p. 91

⁴⁰ T. De Mauro, Storia linguistica dell’Italia unita, Bari, Laterza, 1963, pp. 98-113, 348-356; Lingua parlata e tv, in Televisione e vita italiana, cit., pp. 245-294; Il linguaggio televisivo e la sua influenza, in I linguaggi settoriali in Italia, a cura di G.L. Beccaria, Milano, Bompiani, 1973, pp. 107-117.

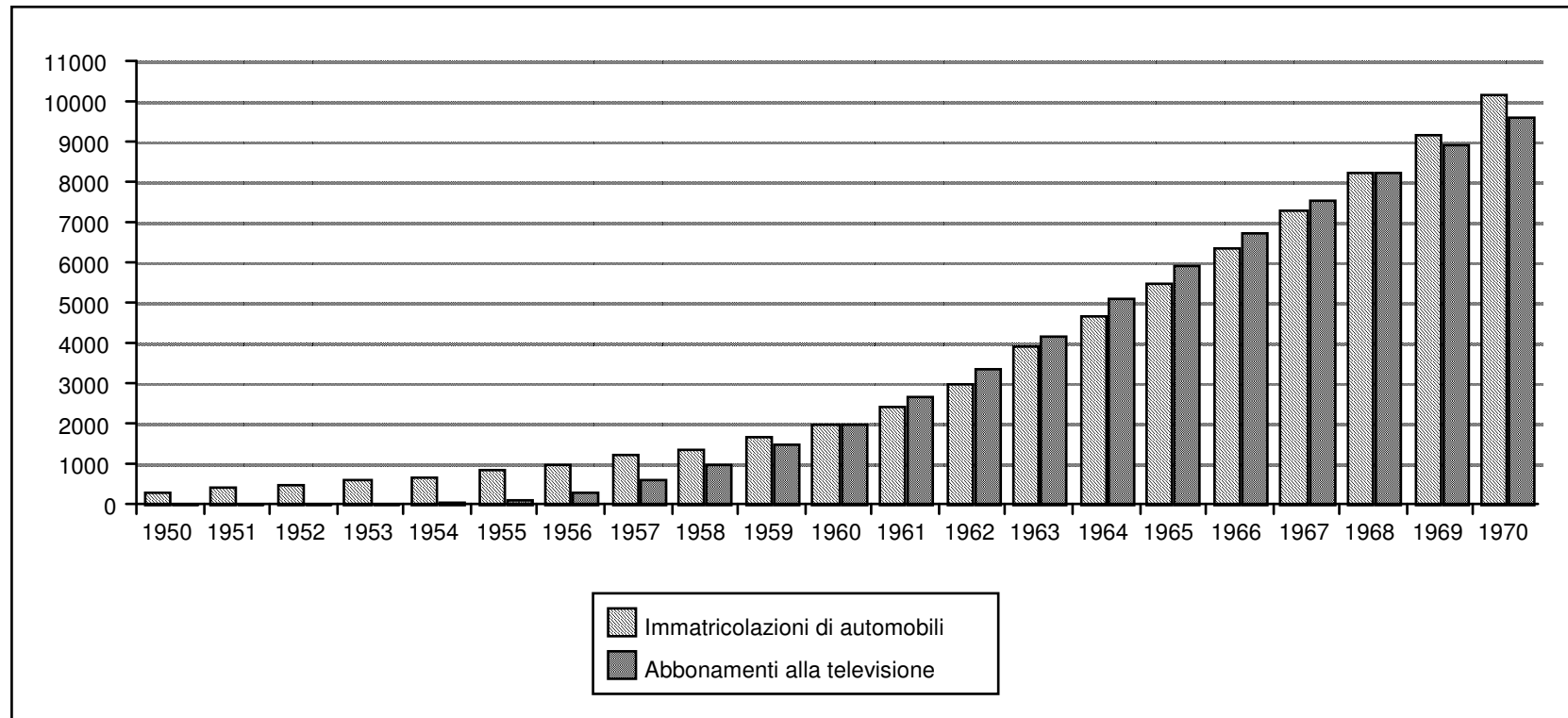
⁴¹ Per la dimostrazione della formalità radiofonica viene evocato un testo del 1951 (Ornella Fracastoro Martini, La lingua e la radio, Firenze, Sansoni, 1951). Negli anni di “Bandiera gialla”, “Alto gradimento” e di “Chiamate Roma 3131”, e anche di Radio Montecarlo la radio se ne era largamente emancipata. “Il <parlato-scritto>”, avrebbe scritto successivamente un altro linguista, Raffaele Simone, “ha ceduto il posto ad una versione più decisamente informale, il <parlato-parlato>” (Rai. Il vuoto dietro tante parole, in “La Repubblica”, 13 settembre 1977).

significative presenze di intellettualità laica e vari residui del passato. Come lui stesso ha ricordato - in una conferenza tenuta nel 1996 agli studenti di Scienze della Comunicazione di Roma - giungendo in Rai (1961) trovò ancora “ai programmi radiofonici il maestro Giulio Razzi, autore di ‘Faccetta nera’, e alla direzione dei servizi giornalistici Antonio Piccone Stella, che mandò in onda nel 1943 il proclama di Badoglio.”⁴² Anche di qui la sua scelta di puntare tutto sulla novità da costruire, cioè sulla televisione, enfatizzandone il significato sociale e lasciando la radio immobile e in ombra, così da aggirare le resistenze alla direzione fanfaniana che erano ancora corpose nel comparto radiofonico della Rai. Il disegno che ne conseguì, e che ebbe modo di dispiegarsi in quasi quindici anni, ebbe una sua grandiosità. Ne conosciamo ormai molti dettagli, ma l'intreccio con la storia politica del paese, e sulla prefigurazione di nuovi assetti politici, attende ancora di essere raccontata. Lo faremo, me lo auguro, in una prossima occasione.

⁴² La citazione di Razzi è un lapsus di Bernabei: “Faccetta nera” (1935) è in realtà di Micheli e Ruccione (cfr. G. Borgna, Storia della canzone italiana, Milano, Mondadori, 1992, pp. 145-7); mentre è esatta quella di Piccone Stella (cfr. A. Piccone Stella, Ricordi e ricerche, Pescara, Ears, 1990, p. 21).

Appendice

Sviluppo della motorizzazione privata e della televisione in Italia, 1950-70



Fonti: Istat (immatricolazione di vetture); Rai (abbonamenti televisivi ad uso privato). Dati in migliaia. Da E. Menduni, *L'Autostrada del Sole*, Bologna, il Mulino, 1998, p. 11.